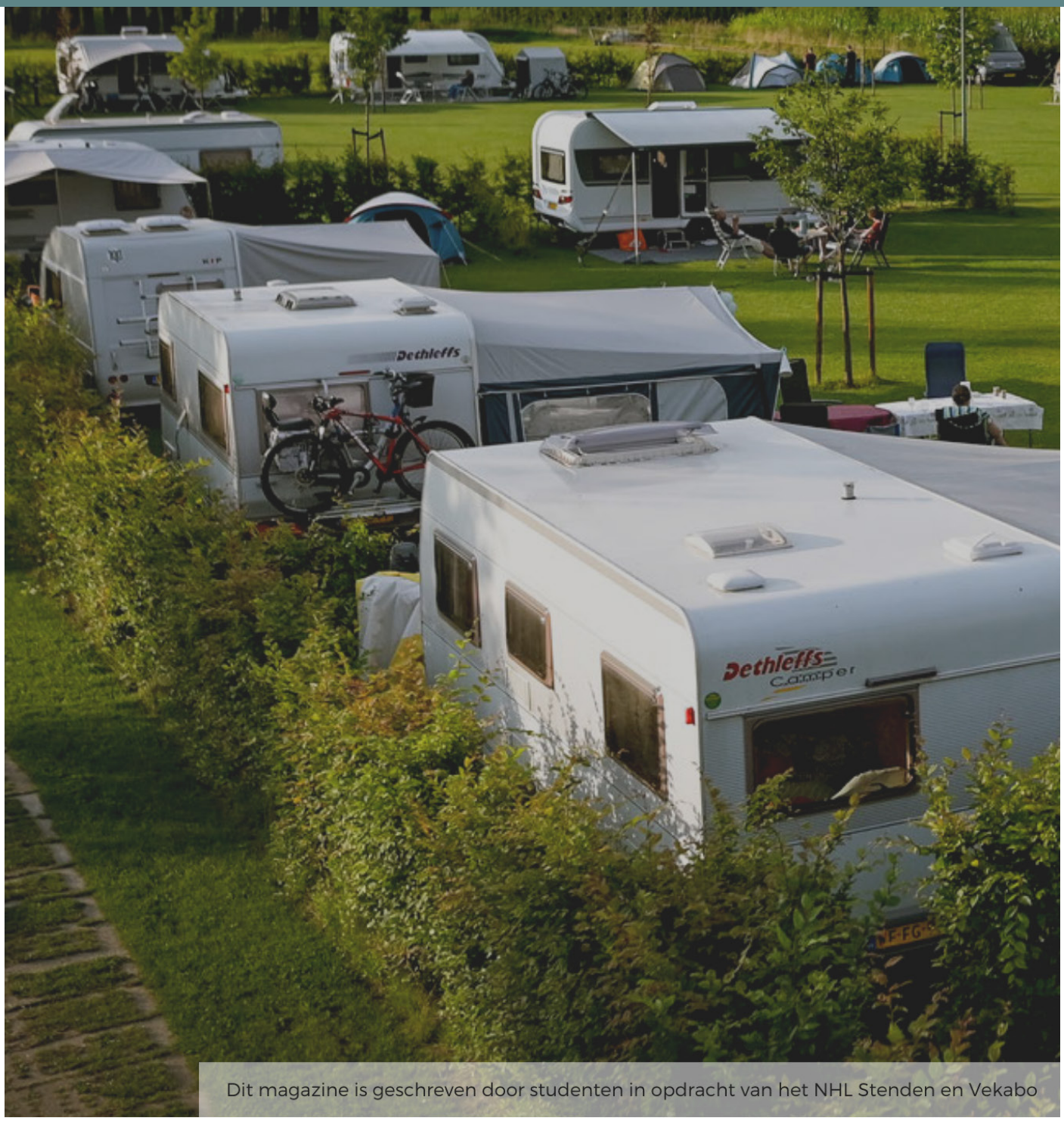
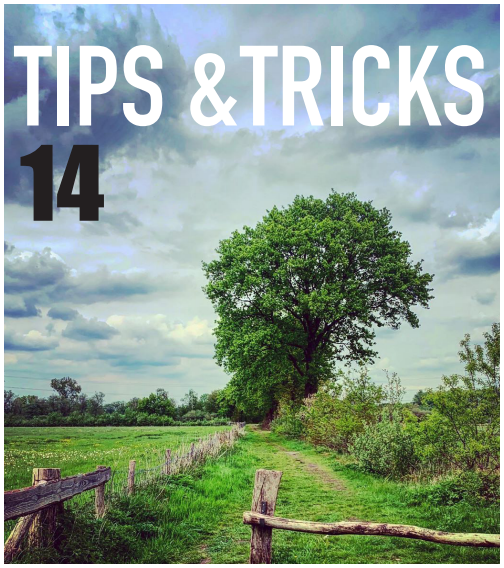
VEKABO OP DE KAART



Dit magazine is geschreven door studenten in opdracht van het NHL Stenden en Vekabo

INHOUD

Dit magazine is een productie door studenten van het NHL Stenden Leeuwarden. Bij vragen kunt u contact opnemen met:
nhlstenden-vekabo@outlook.com



VOORWOORD

Beste lezer, Het magazine "Vekabo op de kaart" bevat informatie die voor uw recreatiebedrijf van toepassing kan zijn en inspiratie kan geven voor de toekomst. "Vekabo op de kaart" is gemaakt door; Wendy van Dam, Frank Tijs, Roelof de Vries, Marijke van der Duim en Hendrik Link, studenten van de opleiding Leisure and Events Management aan het NHL Stenden in Leeuwarden.

Vanaf September tot en met November in het jaar 2020, is het team bezig geweest met een onderzoek naar authentieke plattelandsbeleving en de toekomst van het plattelands recreatiebedrijf. Doormiddel van verschillende interviews en online onderzoek, heeft het team veel bevindingen opgedaan. Het magazine is een visuele weergave van het onderzoek met daarin de belangrijkste uitkomsten. Verder is het magazine speciaal samengesteld voor de leden en het bestuur van Vekabo. Het doel van het magazine is vooral om u te informeren en om kennis over te brengen over de behoefte van de klant en de ontwikkelingen in de markt.

Zoals u waarschijnlijk al weet, is Vekabo opgericht in 1972 en staat het voor vereniging kampeerboeren. De achterliggende gedachte hierbij is vakantie vieren bij de boer. Het begon allemaal met een aantal ondernemers die het idee hadden om een vereniging op te startten. Zo' n vijftig jaar later, heeft het bedrijf ruim 750 leden die beschikken over een recreatiebedrijf waarbij vakantiegangers ultiem kunnen genieten van het platteland.

Om te kunnen door ontwikkelen is het Vekabo bestuur constant bezig om te innoveren. Nieuwe inzichten vanuit andere perspectieven zijn hierdoor welkom. Om deze reden heeft het bestuur de groep studenten gevraagd hierin mee te denken. Verschillende aspecten zullen daarom ook naar voren komen. U kan lezen over onderwerpen zoals klantbelevenis, gastvrijheid, bedrijfstak, omgeving, belevenis factoren en de toekomst van recreatiebedrijven.

THEO KOOLEN

In dit interview komt u meer te weten over Theo Koolen. Theo is een van de bestuursleden van de Vereniging Vekabo en is tevens de opdrachtgever van ons team.

Wie bent u?
Ik ben Theo Koolen, ik vervul al ruim vijf jaar de functie van bestuurslid. Naast mijn werkzaamheden voor de Vekabo ben ik van huis uit een onderwijsman (voorheen docent en later bestuurder). Ik heb docent biologie geweest in het middelbaar onderwijs en ben later directeur en bestuurder geweest in het groene onderwijs (AOC).

Waar komt u vandaan?
Ik opgegroeid op een melkveebedrijf in een klein dorp (Ell) vlakbij Weert, Limburg. Ik kom uit een echt boerengezin dus.

Wat zijn uw hobby's?
Ik sport graag en doe vaak mee aan marathons. Als laatste heb ik meegedaan aan de marathon in Porto. Meestal sport ik 3 keer week en daarnaast houd ik van muziek. Ik speel instrumenten zoals de autoharp en ben lid van de plaatselijke muziekvereniging (fanfare). Daar bespeel ik de hoorn. Als het mooi weer is vind ik het leuk om in de

tuin te werken. Ik kan genieten van de vele natuur in onze omgeving. In de zomer hoef ik dan ook geen 4 weken op vakantie in Frankrijk. De Nederlandse natuur biedt mij al meer dan genoeg!

Waarom bent u werkzaam bij de Vekabo?
In 2016 is er een landelijke vereniging ontstaan, deze is ontstaan uit 6 regionale Vekabo verenigingen. Deze 6 verenigingen zijn samengevoegd en zochten enkele nieuwe bestuursleden met de nodige kennis, ervaring en affiniteit met recreatie en de cultuur en organisatie van een Vereniging als Vekabo.

Wat is uw visie op de toekomst van de Vekabo?
Ik merk dat helaas het aantal leden wat af is genomen de laatste jaren vaak met redenen van geen opvolging. Ondanks dat de aantallen dalen zien we wel dat de bedrijven die bij Vekabo zitten professioneler worden en moderner. Wat ik kan vertellen is dat wij als Vekabo druk bezig zijn met een nieuwe website en de mogelijkheid van een boekingsmodule en dat wij binnenkort met een nieuw consumentenmerk naar buiten komen. "In het Groen". Vekabo zal zich continue blijven verbeteren en zoeken naar mogelijkheden om de aangesloten leden optimaal te ondersteunen.

Wat is voor u een echte plattelandsbeleving?
Dan denk ik aan een groene omgeving met veel natuur in combinatie met productielandbouw. Het gaat om de integratie van natuur, landbouw en een veilige schone omgeving. Kortom een sfeervolle groene rustieke frisse omgeving. Ik zie het echt als iets waar je tot rust kan komen, maar ook kan ontdekken wat de omgeving te bieden heeft.

Wat vindt u zo leuk aan een recreatiebedrijf t.o.v. een hotel?
Een hotel is vaak gerelateerd aan een stad en meestal gaan mensen ook naar een hotel om de stad te ontdekken of om simpelweg te overnachten. Bij een recreatiebedrijf kan je genieten van de rust de groene omgeving en weg van de hectiek. Verder heeft een recreatiebedrijf meer te bieden als het gaat om randactiviteiten die je in een hotel minder snel kan vinden.

Waarom zou u een recreatiebedrijf eigenaar aanraden zich aan te sluiten bij de Vekabo?
Vekabo is een vereniging die continue werkt aan kwaliteitsverbetering op het gebied van marketing, dienstverlening, belangenbehartiging en kennisinnovatie. Daar wil je als recreatieondernemer natuurlijk bij zijn, zo word je onderdeel van een familie. Je leert van de andere aangesloten recreatiebedrijven. Het is bovendien een relatief laagdrempelig tarief om in te stappen. Doordat we een relatief kleine Vereniging zijn, zijn de lijnen kort en is de dienstverlening toegankelijker.

AUTHENTIEKE PLATTELANDS BELEVING

Om bij het begin te beginnen wordt eerst de definitie van authentieke plattelandsbelevenis even kort toegelicht. Het woord authentiek heeft meerdere definities in verschillende contexten. Als het gaat om een authentieke plattelandsbeleving, kan het woord het volgende bevatten: **betrouwbaar, onvervalst, oorspronkelijk, origineel, geloofwaardig, ambtelijk, zuiver, puur en werkelijk** (Van Dale, 2020). Platteland wordt vaak beschreven en gedefinieerd als het gebied buiten de stad en het gebied buiten de bebouwde kom. Een agrariër omschrijft het woord meestal als een rustige plek met veel ruimte terwijl het woord bij stedelingen associaties oproept als weilanden, akkers en boerderijen.

Samenvattend is een authentieke plattelandsbeleving een unieke ervaring die men heeft op het platteland. Dit is echter voor iedereen anders. Om uit te zoeken wat deze ervaring voor verschillende mensen betekent heeft het team een field en deskresearch gedaan. Er werd hierbij op verschillende interne en externe factoren gelet. De uitkomsten van dit onderzoek worden in dit magazine verder toegelicht. De factoren waar het team onderzoek naar heeft gedaan worden hieronder uitgelicht.

Interne factoren
De sfeer van het recreatiebedrijf, het decor van het recreatiebedrijf, de activiteiten, de faciliteiten van het recreatiebedrijf, luxe, kind vriendelijkheid, gastvrijheid en authenticiteit

Externe factoren
Het gaat hierbij om de bepaalde factoren nabij of op het recreatiebedrijf. De omgevingsfactoren zijn als volgt; boomgaard, pluk bos, zorgboerderij, actieve boerderij, veehouderij, fiets- en wandelgebied, bos, water en strand.

vekabo
plattelandsaccommodaties
vekabo
plattelandsaccommodaties

FRIESLAND 45 recreatiebedrijven, 19 hiervan bij het water/aan meren.

DRENTHE 40 recreatiebedrijven, 34 hiervan zijn aan het bos te vinden.

OVERIJSSEL 58 recreatiebedrijven, 57 hiervan zijn geschikt voor 50-plussers. Op 56 bedrijven is er toegankelijkheid voor WIFI.

GRONINGEN 13 recreatiebedrijven, 2 zijn toegankelijk voor mindervaliden. Op 2 hiervan kan gekampeerd worden met een camper.

FLEVOLAND 3 RECREATIEBEDRIJVEN, ALLE 3 BESCHIKKEN OVER KLEINVEE.

NOORD-HOLLAND 59 recreatiebedrijven, 45 hiervan aan het water, 25 aan het bos.

GELDERLAND 92 recreatiebedrijven, veel camping velden (62) aan het bos.

LIMBURG 70 recreatiebedrijven, waarvan 19 met visgelegenheden. 69 van deze recreatiebedrijven zijn geschikt voor 50-plussers.

ZUID-HOLLAND 30 recreatiebedrijven, alle 30 gelegenheden zijn geschikt voor 50 plussers en 25 geschikt voor families.

NOORD-BRABANT 111 RECREATIEBEDRIJVEN, WAARVAN 94 AAN HET BOS EN MAAR 6 AAN HET WATER

ZEELAND 212 recreatiebedrijven, 204 geschikt voor 50-plussers en familie, 177 aan het water.

UTRECHT 21 recreatiebedrijven, 11 accommodaties hiervan geschikt voor groepen

VEKABO OP DE KAART

AANBEVELINGEN

Door vijf studenten is er onderzoek gedaan naar de authentieke plattelandsbeleving en de toekomst van het plattelandsrecreatiebedrijf. Uit dit onderzoek zijn een aantal aanbevelingen gekomen. Er wordt ingegaan op bijvoorbeeld het gebruik van sociale media, het verbeteren van duurzaamheid maar ook op ontwikkelingen die gericht zijn op de toekomst.

Social Media

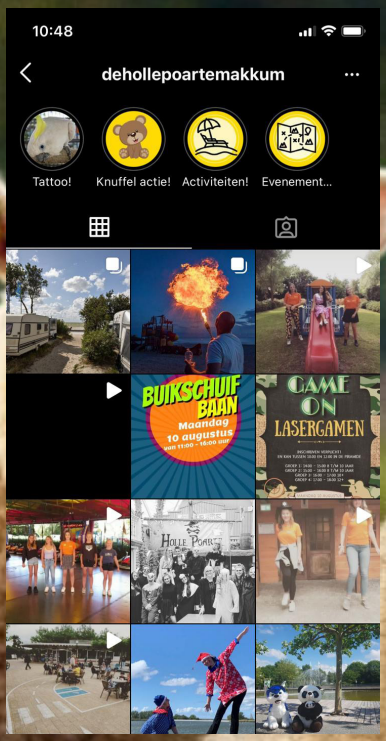
Binnen de Social Media-platformen zien wij een forse stijging binnen Instagram en TikTok. Dit zijn platformen waarbij u uw recreatiebedrijf optimaal kunt promoten door middel van visuele hoogstandjes.

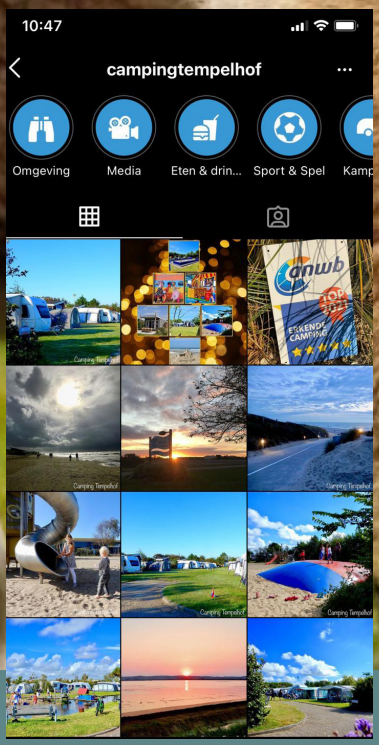
Handleiding Instagram

Instagram is een Social Media-platform waar foto's, filmpjes en video's op kunnen worden geplaatst. Instagram is het perfecte platform om uw recreatiebedrijf te promoten. Verschillende recreatiebedrijven, jeugdcampings, gezinscampings maar ook ouderencampings, hebben al gebruik gemaakt van het snelgroeiende Instagram.

Om een netjes, duidelijk en effectief Instagram account op te stellen hebben wij een stappenplan opgezet.

1. Download Instagram via de App Store.
2. Maak een account aan met een duidelijke en krachtige naam.
3. Hiernaast staan twee voorbeelden van recreatiebedrijven @campingtempelhof en @dehollepoartemakkum
4. Door linksboven op het + te drukken, kunt uw een verhaal toevoegen. Dit kan bijvoorbeeld een feitje zijn, of een foto van uw recreatiebedrijf. Deze verhalen kunt u zoals u hier rechts ziet bij @dehollepoartemakkum onder verdelen in categorieën.
5. U kunt ook een bericht plaatsen. Onder dit bericht kan u tekst plaatsen. Dit blijft dan op uw profiel staan zoals hier rechts weergegeven bij @campingtempelhof.





Handleiding TikTok

Op TikTok kunnen (geacteerde) filmpjes van 15 tot 60 seconden geplaatst worden. Hieronder kunnen liedjes, geciteerde opnames en zelf ingesproken teksten onder worden geplaatst. Voor de recreatiesector is dit natuurlijk ideaal. Er zijn al verschillende recreatiebedrijven actief op TikTok. Bijvoorbeeld @recreatieteam_marveld en @campingdepaal hebben beide filmpjes geplaatst waarbij ze hen recreatiebedrijf promoten. Op verschillende video's hebben zij meer dan 125.000 weergaven.

Om gemakkelijk een TikTok-filmpje in elkaar te zetten hebben wij een stappenplan voorbereid.

1. Download TikTok via de App Store.
2. Maak een account aan met een duidelijke en krachtige naam.
3. Doe inspiratie op door te kijken naar andere recreatiebedrijven. Dit kan door op de knop ''ontdekken'' te klikken. Hier kunt uw de zoekopdracht ''recreatiebedrijf of ''camping'' intypen.
4. Om zelf een filmpje te maken moet u onderaan in het midden van uw scherm de grote + aanklikken.
5. Klik op de + om een video te maken.
6. Hierbij kunt uw acteren, uw recreatiebedrijf filmen en/of uw bedrijf promoten.

Lokale betrokkenheid en omgevingsbewustheid

Gasten stellen de lokale betrokkenheid en omgevingsbewustheid van het recreatiebedrijf erg op prijs. Hieronder staan een aantal voorbeelden waarbij u dit met u recreatiebedrijf kan bereiken.

Duurzaamheid

Met de Nationale Omgevingsvisiewet wil het kabinet een lange termijnvisie geven om de inrichting van Nederland in goede banen te leiden. De nadruk ligt daarbij op duurzame keuzes, waarbij we economisch voorop blijven lopen en innovatieve kansen pakken. Bij het ingaan van niet alleen een nieuw jaar maar ook een nieuw decennium, wordt duurzaam reizen steeds meer de norm en steeds minder een actieve keuze. Nederlandse reizigers benoemen de volgende manieren waarmee zij van plan zijn minder impact te veroorzaken op het milieu in 2020: In accommodaties buiten het stadscentrum verblijven. Duurzame keuzes die recreatiebedrijven kunnen maken zijn bijvoorbeeld plastic vervangen door papier/karton. Green Key wordt in Nederland beheerd oor stichting KMVK. De Green Key pijlers geven aan hoe een bedrijf zich duurzaam kan ontwikkelen. Ga voor meer informatie naar www.greenkey.nl

Een streekwinkeltje

Door een streekwinkeltje/kraampje te plaatsen op/bij uw recreatiebedrijf kunnen gasten lokale producten kopen. Wellicht met een kort maar krachtige uitleg over de lokale producten. Hiermee bent u betrokken met uw lokale omgeving en krijgen klanten inzicht in de lokale omgeving.

Georganiseerde activiteiten

Door activiteiten te organiseren in de omgeving van uw camping trekt u gasten aan. Dit kunnen activiteiten zijn met of zonder begeleiding. Voorbeelden van activiteiten zijn.

Aan het water, kanoën, vissen, op het gras, jeu de boules, yoga, ochtendgymnastiek, in de omgeving, wandelroutes en fietsroutes.

HET PERFECTE RECREATIE BEDRIJF

Het team van studenten heeft in een uitgebreid onderzoek veel bevindingen gedaan over tal van verschillende onderwerpen. Uiteindelijk zijn hier ideale eigenschappen en factoren van samengesteld die 'het perfecte Vekabo recreatiebedrijf' zijn genoemd. Het perspectief van de bezoeker speelt hierin de grootste rol. Al deze bevindingen zijn vervolgens in vier verschillende factoren onderverdeeld en visueel weergeven in een infographic. Deze illustratie is vooral bedoeld als een informatieve inspiratiebron voor alle bedrijven die zijn aangesloten bij Vekabo. De onderdelen gastvrijheid, omgeving, nevenactiviteiten en toekomst kwamen hierin naar voren.
Bij de factor gastvrijheid wordt vooral ingegaan op de ontvangst van bezoekers. Uit onderzoek met vakantiegangers wordt de ontvangst bij een recreatiebedrijf uiterst serieus genomen. De volgende factor is de toekomst. Digitalisering en authenticiteit komen hier als meest dominant naar voren. Daarnaast is het ten alle tijden belangrijk om bepaalde toekomst gerelateerde verwachtingen te blijven volgen. Denk bijvoorbeeld aan vergrijzing.

Aansluitend staat edutainment hoog in het vaandel. Dit begrip wordt onderverdeeld bij de bedrijfstak. Uit onderzoek is gebleken dat bezoekers het ontzettend leuk vinden om activiteiten te ondernemen waar tevens een leerzame boodschap bij betrokken is. Deze beleving wordt vaak thuis naverteld en dient als een directe reclame. Voorbeelden van dit soort activiteiten zijn rondleidingen door het boerenbedrijf, meelopen met een zorgboerderij of een dagje werken in een boomgaard.
In de omgeving draait het vooral om rust en ruimte. Zowel jong als oud vinden de ruimte fijn om activiteiten te ondernemen maar ook om rust te ervaren. Fiets en wandelgebieden, water, bos, strand en duinen dragen hieraan bij en zijn de belangrijkste factoren voor bezoekers als het gaat om de omgeving.

TIPS&TRICKS

Een compleet authentiek plattelandsrecreatiebedrijf wordt gevormd door de volgende vier factoren. Gastvrijheid, toekomst, bedrijfstak en de omgeving.

De authentieke plattelandsbeleving uitstralen naar de bezoekers toe. Wat zijn de sterke punten van je bedrijf? Straal dit gerust uit naar de gasten!

Het welkom heten van gasten staat hoog in het vaandel bij bezoekers. Een goede bereikbaarheid van bijvoorbeeld de service balie en gastvrij met bezoekers omgaan zijn daarom erg belangrijk. Dit zorgt er uiteraard voor dat klanten vaker terugkomen.

Het informeren en enthousiasmeren van bezoekers over de plattelands omgeving en randactiviteiten dragen bij aan een sterkere beleving bij de bezoekers op.

Bezoekers enthousiasmeren over de gang van zaken op het plattelandsbedrijf is een kans voor een extra activiteit en beleving. Denk bijvoorbeeld aan een rondleiding of meeloop middag in het boerenbedrijf zelf. Dit is een interactieve manier van leren die door meerdere doelgroepen zeer wordt gewaardeerd.

Interne activiteiten promoten en melden op de eigen website (indien deze bestaat) en tevens ook op de Vekabo website. Neem een kijkje bij de recensies. Positieve recensies leveren positieve mond tot mondreclames op en tegelijkertijd kan er veel worden geleerd van minder positieve recensies.

Vergrijzing en het corona virus zijn de twee grootste factoren die momenteel van invloed zijn op de toekomst van het plattelandsrecreatie bedrijf. Voor de leden van Vekabo betekent dit vooral om goed op de hoogte blijven van deze ontwikkelingen. Bij het hoogseizoen kunnen de bezoekersaantallen flink stijgen maar daarentegen ook flink dalen.

Graag wil het team het NHL Stenden en Vekabo bedanken voor deze kans voor het schrijven van dit magazine. Daarnaast wil het team de eigenaren van de diverse recreatiebedrijven, die wij tijdens dit onderzoek hebben mogen benaderen, bedanken voor de tijd en input die zij hebben geleverd.

Zijn er vragen, tips of opmerkingen kunnen deze verstuurd worden naar:
nhlstenden-vekabo@outlook.com

Marijke van der Duim, Hendrik Link, Roelof de Vries, Frank Tijs en Wendy van Dam