

Product– Markt– Ontwikkeling De Haere

Een advies over de leisuremarkt

Sabine Wösten

Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs

30 juni 2010

Saxion

Kenniscentrum Hospitality

Handelskade 75

7417 DH Deventer

E: kenniscentrumhospitality@saxion.nl

W: www.saxion.nl/hospitality

Copyright © 2010 Saxion. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Kom verder. Saxion.

Havezate De Haere is een historisch landelijk gebouw gevestigd op een landgoed in Olst. Sinds september 2009 pacht de heer Olthof, samen met zijn zus, de benedenverdieping van de havezate. Deze is vrij toegankelijk voor publiek. De heer Olthof wil echter meer uit de kernkwaliteiten van De Haere halen. Daarom heeft de heer Olthof het Kenniscentrum Hospitality Business benaderd om samen Product- Markt- Combinaties (PMC's) te ontwerpen. Deze PMC's hebben tot doel om een jaarrond bezetting te halen, het cultureel erfgoed te behouden, een duurzame bedrijfsvoering te stimuleren en het imago (ook van de regio Salland) te versterken. Om deze doelstelling te bereiken, is het project opgedeeld in twee deelprojecten. Een advies over de zakelijke markt (De Man, 2010) en een advies over de leisuremarkt: *“Welke Product- Markt- Combinaties, gericht op de leisuremarkt, passen bij het toekomstbeeld van de opdrachtgever en bij De Haere, waarbij De Haere een commerciële jaarrond bezetting kan genereren en haar cultureel erfgoed behouden blijft?”*

Theorie

In de eerste fase is er uitgebreid literatuur- en veldonderzoek verricht naar de achtergronden van het project. Het begrip “leisure” is al een begrip op zich. Volgens Fenger en Gosen (2002, p.34–35) is leisure: *“Een combinatie van allerlei voorzieningen (zowel actief als passief) of activiteiten ten behoeve van de besteding van vrije tijd waarbij een grote mate van beleving wordt nagestreefd.”* Ook is het goed om te weten waaruit een PMC is opgebouwd. *“Een Product-Markt-Combinatie (PMC) bestaat uit marktpenetratie (groei via bestaande producten in bestaande markten), productontwikkeling (groei via nieuwe producten in bestaande markten), marktontwikkeling (groei via bestaande producten in nieuwe markten) en/of diversificatie (groei via nieuwe producten in nieuwe markten).”* (Ansoff, 1965 en Poelman, 1995, p.63–67). Om het cultureel erfgoed, waarop de havezate gevestigd is, te kunnen behouden, kan het begrip als volgt gedefinieerd worden: *“Cultureel erfgoed is een materiële en spirituele rijkdom die getuigt van de historische ontwikkeling.* (Algemene Vergadering van ICOMOS, 2002).

Methode

In de eerste plaats is er vooronderzoek uitgevoerd. Er is gebruik gemaakt van literatuuronderzoek om de theoretische achtergronden van dit project in kaart te brengen. Om geschikte literatuur te kunnen vinden, is gebruik gemaakt van elektronische zoekacties o.a. via Google Scholar (wetenschappelijke onderzoeksrapporten). Vervolgens zijn er diepte- interviews gehouden om de verwachtingen van de opdrachtgever en de eigenaar van De Haere in kaart te brengen. Er is gekozen voor de toepassing van mondelinge open interviews, omdat het in dit onderzoek om de ervaringen, verwachtingen en gevoelens van de betrokkenen gaat. Ook is er literatuuronderzoek uitgevoerd om de meest recente trends en ontwikkelingen in kaart te brengen. Deze hebben geresulteerd in een uitgebreide trendanalyse. Verder is er een doelgroeponderzoek uitgevoerd om inzicht te verkrijgen in de leisuremarkt. Voor het segmenteren van de leisuremarkt zijn twee segmentatiemodellen gebruikt. Het gaat om het model van het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) en het model van de Vereniging van Recreatieondernemers Nederland (RECRON). Vervolgens heeft een benchmarkonderzoek plaatsgevonden om de succesfactoren van toeristische ondernemers buiten Salland in kaart te

brengen. Hier is gebruik gemaakt van observaties, omdat het gedrag van de bezoeker inzicht verleent in de te bezoeken locatie.

Observatie geniet bij het bestuderen van gedrag vrijwel altijd de voorkeur, omdat het een directe dataverzamelmethode is, die in haar natuurlijke context gebruikt wordt. De observaties zijn uitgevoerd bij het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem, Natuurspeeluiteraard De Bakenhof in Arnhem, SEA LIFE in Scheveningen en De Postbank op de Veluwe (Rheden).

Analyse en bevindingen

De belangrijkste resultaten uit de trendanalyse zijn gegroepeerd op grond van omgevingsfactoren. Op demografisch gebied neemt de vergrijzing steeds verder toe en zal pas in 2038 zijn hoogtepunt bereiken (www.kenniscentrumtoerisme.nl). Economisch gezien hebben Nederlanders tegenwoordig minder vrije tijd te besteden (Lukken, 2010). Deze is sinds 1980 afgenomen van 44,9 naar 38,3 uren per week in 2005. Op sociaal- cultureel gebied blijven de ontwikkelingen voortdurend aan verandering onderhevig. Recreanten zijn op zoek naar: instantrecreatie (kort en snel), bijzondere belevenissen, spiritualiteit en zingeving. Technologische ontwikkelingen betreffen: User Generated Content en de groeiende vraag naar elektrische fietsen. Ecologisch gezien vraagt de recreant naar: kleinschalig, dichtbij huis en authentiek. Op basis van de segmentatiemodellen is gebleken dat traditionele empty nesters (55 tot 64 jaar) en gezellige gezinnen (30 plussers) bij de kwaliteiten van De Haere passen. Naast literatuuronderzoek is er ook veldonderzoek (observaties) uitgevoerd. Uit de observaties is gebleken dat traditionele empty nesters door de vergrijzing een steeds omvangrijkere doelgroep vormen. Voor De Haere zijn zij een interessante doelgroep, omdat ze op zoek zijn naar wandel- en fietsactiviteiten, rust en een bijzondere beleving. Verder zijn gezinnen met kinderen een interessante en omvangrijke doelgroep. Omdat deze gezinnen uit anderhalf- en tweeverdieners bestaan, zijn ze steeds meer op zoek naar instantrecreatie. Een vorm van leisure waarbij mensen snel, kort en gemakkelijk aan activiteiten kunnen deelnemen.

Conclusies en aanbevelingen

Naar aanleiding van de analyse en bevindingen zijn er een aantal conclusies tot stand gekomen. Op basis van de trendanalyse en de resultaten uit de observaties zijn een aantal belangrijke koppelingen tot stand gekomen. Zo neemt de vergrijzing steeds verder toe en zien we op doordeweekse dagen veelal oudere bezoekers die aan leisure activiteiten deelnemen. Ook hebben Nederlanders tegenwoordig minder vrije tijd te besteden en zien we steeds meer bijzondere concepten ontstaan om de belevenis compleet te maken. Ook is uit de trendanalyse gebleken dat duurzaamheid een belangrijke plaats in de maatschappij inneemt (NBTC- NIPO Research, 2010), en de heer Olthof hier graag meer aandacht aan zou willen besteden.

Het eerste concept omvat het idee om bij De Haere een zogenaamde natuurspeeluiteraard te realiseren. Een mogelijkheid voor kinderen om in de buitenlucht te spelen en de natuur te ontdekken. In de winterperiode worden er interactieve knutselmiddagen, met het gebruik van natuurlijke materialen, aangeboden. Vervolgens wordt aangeraden om een

familiearrangement in het aanbod op te nemen. Een arrangement dat is opgebouwd uit drie verschillende activiteiten (een rondleiding, een familiepicknick en Oud Hollandse spelen). In de winterperiode kunnen families ervoor kiezen om van het winterfamilie arrangement gebruik te maken. De bestaande activiteiten worden nu niet buiten maar binnen georganiseerd. Aangeraden wordt om het evenement "Cultuurloop De Haere" te ontwikkelen. Gebaseerd op "De Hoge Veluwe Loop". Ook is De Haere een bijzondere kleinschalige locatie waar verleiden, verbinden en verwennen de kernwaarden zijn. Daarom luidt het advies om een zogenaamd "DH IJssel Stappen" arrangement te introduceren. Een bijzonder arrangement dat de kernkwaliteiten van De Haere en regio Salland in kaart brengt. En het laatste concept heeft een creatieve tint, genaamd "Winterse Workshops De Haere". Bezoekers worden tijdens de winterperiode bij De Haere ontvangen om aan workshops deel te nemen en tussendoor kunnen ze van een kopje koffie of thee genieten.

Op basis van de bovengenoemde concepten en de concepten voor de zakelijke markt (De Man, 2010), kan worden geconcludeerd dat De Haere slechts een jaarrond bezetting kan genereren als er aan beide typen activiteiten (zowel zakelijk als leisure) aandacht wordt besteedt. De combinatie van zakelijke en leisure activiteiten kunnen gecombineerd worden, omdat mogelijke verdelingen van beide groepen in plaats en tijd mogelijk zijn. De havezate en het landgoed hebben immers genoeg ruimte om beide groepen de gewenste privacy te bieden. Bovendien is er een spreiding (in tijd) van beide groepen zichtbaar. Met behulp van deze combinatie heeft De Haere veel potentie om uit te groeien tot een jaarrond bestemming met behoud van haar cultureel erfgoed.

Literatuur

Algemene Vergadering van ICOMOS (2002). *Internationaal handvest voor Cultuurtoerisme, management van het toerisme op plaatsen van cultuurhistorische betekenis*.

Gevonden op 20 februari 2010 op het internet:

http://www.international.icomos.org/charters/tourism_dutch.pdf

Ansoff, I.H. (1965). *Corporate Strategy*. MC Graw- Hill. New York.

Fenger, E. & Gosen, M. (2002). *De grenzeloze leisuremarkt verkent, recreatie & toerisme*. p. 34-35

Lukken, G. (2010). *Vrijetijdstrends 2010*.

Gevonden op 25 maart 2010 op het internet:

http://www.vrijetijdskenis.nl/index.php?pagina=vrijetijd_trends

Man, L. de (2010). *Thesis Product- Markt- Ontwikkeling De Haere: een advies over de zakelijke markt*.

NBTC- NIPO Research (2010). *Duurzame vakantie: ver van mijn bed of dicht bij huis?*

Gevonden op 15 maart 2010 op het internet:

http://www.nbtcniporesearch.nl/cvo/Images/Presentatie_duurzaam_toerisme_vakantiebeu rs_jan%202010_tcm263-162722.pdf

Poelman, J.W.A. (1995). *Industriële Productontwikkeling, deel twee methodologie*. LEMMA. Utrecht. p. 63-67