

Onze Visie op de Vrijetijdseconomie

Zeven kansen in coronatijd editie

3

De coronacrisis raakt iedereen. Zeker ook de ondernemers in de vrijetijdseconomie. Maar biedt deze crisis ook nieuwe kansen? In een reeks van zeven artikelen gaan we op onderzoek uit. Dit is het derde artikel. In de vorige Visie op de Vrijetijdseconomie gaven we 13 inzichten voor professionals hoe om te gaan met de recreant die zijn vrije tijd dichtbij huis doorbrengt.

In dit nummer bekijken we welke inspirerende en nieuwe ideeën en producten in de vrijetijdssector worden ontwikkeld. De sector toont grote dynamiek en blijkt bijzonder inventief.

Thema 3: 29 producttrends in vrijetijdseconomie

Bestaande ondernemers vernieuwen of passen hun concept aan, vaak noodgedwongen en tijdelijk van aard. Er worden ook nieuwe concepten en initiatieven ontwikkeld. Per sector beschrijven we bijzondere en nieuwe voorbeelden voor ondernemers. Deze productvernieuwingen leveren voor de overheid beleidsmatige aandachtspunten op. Hier gaan we tot slot op in. Lees mee over producttrends die wij bespeuren en doe er uw voordeel mee.

Wilt u een advies op maat voor uw bedrijf? Bennie Roelands denkt graag mee hoe u uw bedrijf kan vernieuwen.

Met slimme aanpassingen aan bestaande concepten anticiperen op de crisis

Veel ondernemers moesten de afgelopen maanden een groot beroep doen op hun creativiteit. Een deel van de toeristische bedrijven moest tijdelijk sluiten of bepaalde bedrijfsfuncties zoals horeca mochten niet of slechts gedeeltelijk openen. Diverse nieuwe markten of andere diensten en services popten op om de (financiële) schade zo veel mogelijk te beperken. Daarnaast is hygiëne en veiligheid een must geworden. Een 'dissatisfier' in plaats van een 'satisfier'. Dit geldt voor alle vrijetijdssectoren. De behoefte aan zekerheid en hygiëne is terug te zien in reviews van gasten. We willen een veilige vakantie en dagje uit.

Ondernemers zien ook in deze tijd kansen voor nieuwe concepten

Niet alleen worden bestaande exploitaties zoveel mogelijk 'corona proof' gemaakt. Er worden ook plannen ontwikkeld voor nieuwe campings, vakantieparken, hotels, watersport, cultuur of dagrecreatie. Ook in deze tijden worden veel ondernemerskansen gezien. Wij lichten er per sector de belangrijkste ontwikkelingen uit. Veel van deze nieuwe ontwikkelingen zetten in op hoge kwaliteit en een groot (regionaal) onderscheidend vermogen.



5x producttrend in verblijfsrecreatie

Veel verblijfsrecreatiebedrijven spelen slim in op de toegenomen behoefte aan privacy, individualisering van dienstverlening en ruimte. Door eigen sanitair op kampeerplaatsen, verhuuraccommodaties. Of door excursies en animatie in kleine groepen met gepersonaliseerde pakketten of door extensief entertainment voor kleine groepen aan te bieden, zoals vormen van kleinkunst, streekmarkten en toegankelijke waterrecreatie als kano- en sloepvaren. Verblijfsrecreatiebedrijven ontwikkelen zich continu. Bedrijven die zich niet aanpassen zijn kwetsbaar. Sluimerende trends versnellen tijdens de coronacrisis.



Het is belangrijk voor ondernemers om de volgende vijf producttrends in de gaten te houden:

➤ **1. Hotelisering van camping en vakantiepark.**

Campings bieden buitenlucht, ruimte en schitterende natuur. Door hier hoteldienstverlening aan toe te voegen zoals ontbijt, foodboxen, diner in eigen huisje, opgemaakte bedden, handdoeken en flexibele aankomsten ontstaat een nieuw concept voor een nieuwe markt. Deze trend is al enkele jaren gaande en deze versnelt de komende tijd omdat de behoefte aan *buitenzijn in luxe* toeneemt.

➤ **2. Festivalisering van camping / vakantiepark.**

Diverse kleine campings worden een mini-festival en pop-up campings zijn razend populair. Bijpassende activiteiten en voorzieningen zijn foodtrucks, een klein open-lucht-theater, activiteiten als surfen, yoga, schilderen, hout snijden, openwater zwemmen, pizza bakken en kampvuur met verhalen en kabbelende muziek. Op deze plekken draait het om *de vibe*. Niet om het kamperen op een stukje gras van 125 m² maar om nieuwe toegevoegde waarden als: ontdekken, betekenis, avontuur, comfort en échtheid. Zie bijvoorbeeld: East Nomads (Aalten), For-rest Glamp (Rekken) en De Camphanen (Ewijk).

➤ **3. Overnachten in de natuur voor gezinnen en koppels.**

Initiatieven als natuurhuisje.nl, buitenlevenvakanties.nl, Cabiners, Curios Eco Grevelingenstrand en De Vier Eiken (Wapserveen) hebben één ding gemeen: stuk voor stuk zijn het kleinschalige initiatieven van unieke logiesaccommodaties op dito locaties in de natuur. Ieder initiatief heeft aantrekkingskracht op een eigen marktsegment. Er verschijnen steeds meer van dit soort kleinschalige initiatieven in Nederland. Hun kracht is dat ze zich 'grootschalig' organiseren zodat ze kunnen profiteren van schaalvoordelen als kennis en marktpower.

➤ **4. Overnachten in de natuur voor doelgroep die introverte luxe wil.**

Er lijkt ruimte in de Nederlandse markt te zijn voor kleine exclusieve concepten op absolute toplocaties met het hoogst haalbare kwaliteitsniveau in dienstverlening. Gericht op een exclusieve, introverte doelgroep die veel internationale reiservaring heeft. Zij kunnen geen verre reizen meer maken. Ze zoeken wel de introverte luxe die ze in het buitenland altijd vonden. Voor hen is het belangrijk dat woningen één zijn met de natuur en de lokale cultuur. Dat is échte luxe. Verder is het cruciaal dat de dienstverlening oprecht persoonlijk is met verfijnde aandacht.



➤ **5. Workation.**

De werk-vakantie, ofwel een combinatie van werken met vakantie vieren. Doordat je in een andere (inspirerende) omgeving werkt, zie je dat er vaak meer concentratie en creativiteit ontstaat. Je kunt gemakkelijk een week volledig concentreren op één ding. Of dit nu het ontwikkelen van een training, het schrijven van content of je financiën is. Je wordt niet gestoord: geen mail, geen telefoontjes en geen andere werkzaamheden. Het verhoogt de productiviteit en zorgt voor rust. Mensen kiezen hierbij vaak voor een lichte, ruimtelijke omgeving in of nabij natuur. Voorbeelden - zowel een kleine als een grote aanbieder - zijn Het Wellnest (Hulshorst) of Qurios Bloemendaal aan Zee.

10x producttrend in de hotelsector

Om de (financiële) schade zoveel mogelijk te beperken startten hoteliers talloze initiatieven om tijdelijk andere diensten aan te bieden of andere markten aan te boren (zie A). Daarnaast kent de hotellerie een grote dynamiek. We merken dat in onze dagelijkse adviespraktijk. Trends volgen elkaar snel op en leiden tot vernieuwende concepten (zie B).

A. Creatief ondernemen met tijdelijke diensten of markten

Het is een zware periode voor de hotellerie. Veel hotels proberen er toch wat van te maken. In het hele land ontstaan creatieve, inspirerende, maar ook behulpzame initiatieven. Eigenlijk zijn dit tijdelijk nieuwe markten voor de hotels. Vooral uit noodzaak geboren met het doel om – binnen de coronamaatregelen – zo goed mogelijk te opereren.

➤ **6. Hotelkamers worden omgetoverd tot private dining rooms.**

Samen genieten van een diner op de kamer. Novotel Amsterdam Schiphol Airport combineert dit met entertainment, de gerechten verschijnen eerst als projectie op het bord. De chefkoks van het Mercure Hotel Tilburg geven door middel van live video's uitleg over de geserveerde gerechten en wijnen. Hotel Carlton Beach maakt dankbaar gebruik van zijn locatie en biedt private dining aan met uitzicht op zee.

➤ **7. Restaurants als troef.**

Hotels verhogen de F&B omzet door ook een afhaal- en bezorgservice te beginnen. Daarnaast zoeken hotels en restaurants elkaar steeds vaker op en werken (tijdelijk) samen. Zo werkt Hotel Haarhuis in Arnhem samen met de bekende chefkok Estée Strooker. Een pop up restaurant in het hotel dat een bijzondere beleving biedt aan de gast. Dit doen ze overigens ook in private dining vorm.

➤ **8. Veilige online meetings.**

De markt van meerdaagse congressen, beurzen en evenementen heeft het zwaar. Van der Valk speelt hier op in met het platform Van der Valk Online. 'Pakketten' voor diverse online meetings, van webinars tot hybride evenementen vanaf twee tot een ongelimiteerd aantal deelnemers. Meetings die veilig plaatsvinden met een professionele livestream, technische ondersteuning en experts die de klant compleet ontzorgen. Overigens kan deze tijdelijke ontwikkeling ook structureel worden. De kennis en kunde om (inter)nationale meetings op een effectievere wijze (volledig digitaal) te organiseren is immers aanwezig en bewijst zich in de praktijk.

➤ **9. Hotels als opvanglocatie voor coronapatiënten.**

Zo stelde het van der Valk hotel in Urmond en diverse Fletcher hotels eerder dit jaar kamers beschikbaar tijdens de 'intelligente' lock down. Helaas is dit ook nu weer nodig. Een voorbeeld is hotel Waanders in Staphorst. Hier verblijven mensen die in quarantaine moeten, maar hier zelf niet voor kunnen zorgen.

➤ **10. Huisvesting voor studenten.** Ter overbrugging worden lege kamers voor langere tijd verhuurd aan studenten. Verschillende hotels in Amsterdam vermarkten hun kamers op deze manier.

➤ **11. Verhuur kamer als thuiswerkplek** aan mensen die thuis geen goede werkplek hebben. De kamer kan al per uur betaald worden. Erg praktisch om een bespreking te organiseren of in rust aan een deadline te werken. Illusterend voor deze trend is de app MEOW (My Extraordinary Workspace). Mensen zoeken inspirerende plekken om te werken en hotels kunnen dit bieden. Deze app – sinds juni 2020 beschikbaar – verbindt aanbieders en gebruikers.



B. Nieuwe onderscheidende concepten

Naast deze tijdelijke services en markten openen ook nieuwe hotels de deuren. Er blijven plannen voor nieuwe hotels ontwikkeld worden. Initiatiefnemers zijn overtuigd van de kracht van het concept en de potentie van de locatie. Al voor de coronacrisis waren veel gemeenten voornemens de diversiteit in aanbod te vergroten. Deze ontwikkeling versnelt. Meer dan ooit is behoefte aan een concept met een regionale toegevoegde waarde. Niet meer van hetzelfde, maar het regionale aanbod verrijken en de omgeving onderdeel maken van het product. Denk aan:

➤ **12. Opkomst boutique hotels. .**

Illusterend voor deze ontwikkeling zijn diverse aanvragen die wij ontvingen voor advies over nieuwe boutique hotels. Hotels gekenmerkt door luxe met gethematiseerde kamers (iedere kamer is vaak anders), een eigenzinnig concept met veel persoonlijke services. Deze concepten passen in de trend van meer luxe en comfort, zoals Hotel Janssen (Valkenburg), Hotel Mondragon (Zierikzee) of Boutique Hotel Catshuis en Bij-Ons-In-De-Brouwerij (beide Leeuwarden). Een bijzonder boutique hotel is The Unbound in Amsterdam. Een boutique hotel met ruimtelijk geplaatste cabins en suites. 34 los te verhuren kamers op palen midden in de natuur in Amsterdam-West met tuin, een meer



met zwem- en relaxvoorzieningen, restaurant en bar. De 'soft opening' van The Unbound vond 1 oktober jl. plaats.

➤ **13. Match hotelconcept met vestigingslocatie.**

Locatiekenmerken zorgen ervoor dat een hotelconcept potentie heeft op de ene locatie, terwijl eenzelfde concept op een andere locatie minder kansrijk is. Boutique Hotel The Unbound ligt in de natuur met de stedelijke omgeving in de nabijheid. Een ander boutique hotel heeft weer toegevoegde waarde in het stadshart. Een concept moet passen bij de locatie. Als dit matcht kan sprake zijn van een onderscheidende formule. Dit maakt dat er, verspreid over het land, uiteenlopende concepten potentie hebben. We zien en horen over diverse hotels die de afgelopen tijd geopend zijn: van Mr. Jigs in Venlo, een nieuwe strandhotel in Castricum of uitbreiding van het Haagse Park Central Hotel met uitzicht op de Koninklijke Paleistuinen. Zo maar een aantal voorbeelden, maar telkens uiteenlopende concepten.

➤ **14. Hotels met eigen (grootschalige) voorzieningen.**

Voorzieningen – ook wel eigen 'content' genaamd – die een twee-eenheid vormen met het hotel. Denk aan wellness/sauna, zoals het geplande Eigen Thermen Resort in het Brabantse Alphen-Chaam. Maar ook een sterrenrestaurant met hotelkamers of een golfbaan met hotel. Voorzieningen die veelal het hoofdmotief voor verblijf zijn.

➤ **15. Branchevervaging tussen hotels en bungalows.**

Hotels die inspelen op de groepsmarkt van gezinnen of vriendengroepen met geschakelde en/of familiekamers. Zie het Kaboom Hotel of The Green Elephant Hostel in Maastricht, Hotel de Zeeuwse Kust in Renesse of het GuestHouse Hotel Kaatsheuvel.

Buiten bovengenoemde voorbeelden worden er de komende tijd nog meer hotels aan de markt toegevoegd. De 'voorraad' aan initiatieven met een bouwvergunning en/of een onherroepelijk bestemmingsplan is vaak groot. Zo bouwt Van der Valk aan zes hotels en hebben ze, soms vergevorderde, plannen voor nog eens acht hotels. De dynamiek is groot, maar er is ook een andere kant van de medaille. Er zijn sterke regionale verschillen. In regio's met veel zakelijke vraag of een grote bijeenkomstenmarkt is de schade veel groter en de weg naar herstel lang. Bestaande hoteliers moeten gelegenheid hebben zich te herstellen. Dat is de realiteit en kan betekenen dat wordt gekeken naar alternatieve functies zoals transformatie van bestemmingsfuncties naar wonen of zorg. In een eerder artikel gingen wij hier reeds op in.

5x producttrend in dagrecreatie

Van binnen naar buiten, van offline naar online en van massa naar individueel vermaak

De dagrecreatieve sector is in de coronatijd flink opgeschud. De vraag nam af, niet in de laatste plaats omdat een deel van het dagtoerisme ook afhangt van het verblijfstoerisme. Aangezien met name het buitenlandse verblijfstoerisme is afgenomen, ontstond de trend van 'eigen land eerst'. Het dag- en verblijfstoerisme werd gedomineerd door binnenlandse gasten. Dat leverde met name een trend op van 'binnen-' naar 'buiten', van 'offline' naar 'online' vermaak en van 'massa' naar meer 'individueel' vermaak of in kleine groepen.

Capaciteitsmanagement door reserveringen en tijdssloten

In veel vrijetijdssectoren leidde corona tot een lagere capaciteit die ook gestuurd moet worden. Dit gebeurt met name door reserveringen en tijdssloten en maximale groepsgroottes, wat goed te merken is in bioscopen, theaters, casino's, sauna's, sport en indoor entertainment

zoals bowling en indoor speeltuinen. Dit was redelijk succesvol (uiteraard met uitzondering van de perioden met Coronamaatregelen), maar neemt niet weg dat 2020 voor het dagtoerisme (en met name de cultuur- en evenementensector) geen goed jaar is.

Inspirerende nieuwe voorbeelden in de dagrecreatie

Toch is er vernieuwing in de branche en zijn er ondernemers die verder kijken dan wat de besmettingen morgen doen. Ontwikkeling van nieuwe en vernieuwende concepten gaat door. Enkele van deze vernieuwende concepten zijn:

➤ **16. Top-Club.**

De eigenaar van de Ton Ton club (drie arcade/gamehallen voor volwassenen, gecombineerd met horeca) wil in januari 2021 de Top Club in Amsterdam openen. Dit wordt 'uitgaan in je trainingsbroek': een combinatie tussen sporthal en horeca, waar je bij de meeste balspelen niet persé in sporttenue hoeft aan te treden. De bal staat centraal en de combinatie met horeca en het spelelement maken dit een laagdrempelige vorm van sport, recreatie en horeca. Het concept richt zich op een volwassen doelgroep van circa 20-45 jaar;

➤ **17. The UpsideDown.**

Dit is een andere mix van dagrecreatie in Amsterdam. Een museum in combinatie met een experience. Dit wordt een museum genoemd, maar is een spiegeldoolhof met 25 Instagram-waardige kamers. Door verschillende kleur- en geluidseffecten en thema's in de kamers waant de bezoeker zich in een Instagram-wereld, waar zowel de negatieve als de positieve kanten van sociale media aan de orde komen. De kleuren en beelden maken het mogelijk Instagram-waardige foto's te nemen. In Amsterdam zijn al eerder twee interactieve musea geopend (Youseum en WondrExperience) die hiermee redelijk vergelijkbaar zijn;



➤ **18. Q-dance.**

Een voorbeeld van de trend van offline naar online. Q-dance organiseert een online dance event dat eind november 2020 wordt georganiseerd. Een digitaal evenement in de vorm van een livestream dat vier uur duurt. De kijker maakt een urenlange audiovisuele reis door verschillende werelden en locaties. Elke kamer of locatie heeft een eigen soundtrack en is gecomponeerd door een bekende artiest uit de dance scene. Daarna is er een drie uur durende online afterparty waarin artiesten unieke tracks draaien. Q-dance borduurt hiermee voort op het succes van Defqon.1.AtHome, een online muziek-experience die werd georganiseerd nadat het 'live 'Defqon-festival was geannuleerd;

➤ **19. Burger Experience.**

Burger Experience is een initiatief van club Brothers in Bunnik en Meneer Smakers, een bekende burgerbar in Utrecht en Arnhem. Het is een drive-thru, waarbij de bezoeker via een QR-code vanuit de auto de gewenste burger bestelt en ontvangt. Vervolgens rijdt de

etende bezoeker de concertzaal van Studio A12 in Bunnik binnen, maar Dj's van Brothers de nieuwste muziek draaien. Dit beperkt zich niet tot dance, maar is gericht op een breed publiek. De avond begint met muziek voor kinderen, gevolgd door Nederlandstalig, 'foute' muziek en tot slot hardcore.

➤ **20. Lichtspektakel MartiniPlaza Groningen.**

In Groningen vond het grote licht- en multimediaspektakel MartiniPlaza Mega Xperience (MMX) plaats. Een groot deel van MartiniPlaza is omgebouwd in verschillende ruimten. Dit zijn negen zogenaamde 'experiences'. De bezoeker wandelt in tijdsloten door diverse licht- en geluidshows. Na afloop kan men wat eten en drinken bij een horeca uitgiftepunt.

3x producttrend bij musea

De museale sector kent zorgen, niet alleen door de coronacrisis. De overheid bezuinigt. Er moeten meer eigen inkomsten verworven worden. Maar de kosten lopen op en het vinden van voldoende vrijwilligers is steeds lastiger. Toch zijn er absoluut ook goede perspectieven en mooie productvernieuwingen:

➤ **21. Werken met time slots.**

Dit is voor veel musea een vorm van productvernieuwing. Time slots leiden ertoe dat de beperktere capaciteit die men heeft beter en efficiënter wordt verdeeld. Het betekent ook dat minder mensen tegelijk een museum bezoeken en geeft de bezoekers meer tijd en rust om collecties en kunstwerken te bestuderen. Bovendien wordt de inzet van capaciteit en het inplannen van personeel verbeterd. De ervaringen hiermee zijn dusdanig positief dat verwacht wordt dat musea hier na de crisis mee doorgaan;

➤ **22. Betrek de bezoeker.** Een andere vorm van productvernieuwing is het actiever mensen betrekken en interactiever opzetten van exposities zodat de bezoeker zelf meer gaat nadenken, uitproberen en dingen gaat ervaren waardoor de content beter blijft hangen en de beleving sterk verbetert.

➤ **23. Hybride museumproducten.** In een nog verder uitgewerkte versie van het voorgaande punt ontstaan ook steeds meer hybride modellen. Aansprekende voorbeelden zijn het museumpark Archeon en het Spoorwegmuseum Utrecht. Deze kunnen worden gezien als interactieve en attractieve musea waar de bezoekersbeleving steeds meer lijkt op die bij een themapark. Zo kun je in het Spoorwegmuseum in de achtbaan 'Stalen monsters' in een karretje een avontuurlijke rit maken in het donker op een echte rails en waan je je in Archeon tijdens een gladiatorenengevecht echt in de Romeinse tijd.



3x producttrend in de natuur

We besteden onze vrije tijd graag in de buitenlucht. Mensen gaan meer dan ooit naar de afwisselende en mooie natuurgebieden die Nederland rijk is. Te voet, per fiets, met de MTB en te paard. Maar er zijn ook meer vernieuwende manieren om natuur te ervaren:

➤ **24. Gravel Bikes.**

Met een fiets die een kruising is tussen een mountainbike en een racefiets gaat men op pad op 'gravel paden'. Paden die minder zijn aangeharkt en voorzien van gravel of schelpen. Er zijn hier ook speciale routes voor deze gravel bikes die een interessant



alternatief zijn voor de fietsers die zowel op de weg als 'offroad' willen rijden. Een opkomende trend in deze tijd waarin buitenrecreatie enorm populair en een veilige vrijetijdsactiviteit is. Op Gravelrides.cc zijn 107 gravelroutes vanaf 38 startlocaties te vinden.

➤ **25. Natuurgebieden toegankelijk voor minder validen**

Wat als de recreant in een scootmobiel, een rolstoel zit of mensen een kinderwagen bij zich hebben? Zij willen genieten van de natuurgebieden die ons land rijk is. Maar zijn deze goed toegankelijk? Als er wildroosters zijn, kunnen zij daarin vast komen te zitten. Dit is een behoefte die door de toenemende vergrijzing alleen maar zal toenemen. Op de website plusonline.nl wordt aan deze groeiende groep tegemoet gekomen en zijn routes te vinden die perfect zijn voor de scootmobiel.

➤ **26. Inspelen op de hondenbezitter.**

Er zijn particuliere landeigenaren die het terrein openstellen voor HUS. HUS staat voor 'Honden Uitlaat Service'. De HUS koopt een tijdslot en met een elektrisch hek met een code gaan ze naar binnen om de honden te laten lopen. Ook zie je dat aanbod gecreëerd wordt voor de hondenbezitter. Zo zijn er dierenpensions en opvangmogelijkheden. Vergelijkbaar met een kinderdagverblijf, maar dan voor dieren.

3x producttrend in de watersport

De cijfers voor jachthaven zitten in de lift in de coronaperiode. De botenverkoop neemt toe. In veel waterrijke regio's stijgt de bezetting van de jachthavens. We zien ook een vorm van de productvernieuwing die overduidelijk ingegeven is door de coronacrisis:

➤ **27. Slaapschepen te huur als kantoorruimte.**

Schippers van de bruine vloot die door de coronacrisis werkloos aan wal liggen, kunnen hun vaartuig verhuren als kantoorruimte. Dit is een goed alternatief wanneer het in de normale werksituatie lastig is om anderhalve meter afstand te houden. Een voorbeeld is het Leeuwarder boekingskantoor Slaapschepen BV. Dit boekingskantoor wil hierin bemiddelen.

➤ **28. Overdekte waterrecreatie voor kleine groepen.**

De coronamaatregelen veranderen het speelveld voor waterrecreatie. Bootje Varen Breda speelt in de groepsrestrictie en maakt het product weersonafhankelijker. Ze varen met vier personen met varende kassen door Breda.

➤ **29. Flottile varen in Nederland.**

Dit houdt in dat je met een groep boten vaart in plaats van met de eigen boot. De boten huur je als groep en samen vaar je van plek naar plek. Niet zo zeer voor de veiligheid, maar vooral voor de gezelligheid met elkaar. Flottile varen gebeurt veel in de Middellandse zee. Maar het kan natuurlijk ook in Nederland.

Productvernieuwing en de rol voor de overheid

Het moge duidelijk zijn dat corona de vrijetijdssector verandert en innovaties versnellen. Wat betekent dit voor de rol van de overheid?



Een coöperatieve overheid

We zagen de afgelopen maanden tijdelijke en pop-up initiatieven opdoemen. Dit vraagt om een coöperatieve overheid in termen van snelle ruimtelijke procedures en passende kaders, uiteraard binnen de coronamaatregelen. Ook zien we dat binnen productvernieuwingen de traditionele sectorgrenzen vervagen. Hotels en vakantiewoningen gaan in elkaar op, boten worden werkruimten, campings worden festivalterreinen of zoeken uniciteit met boomhutten en paalwoningen. Dit vraagt eveneens om passende (planologische) kaders. Ondernemers spelen in op veranderende gastbehoeften en moeten niet worden afgeremd door planologische onmogelijkheden. Daarnaast spelen vele transformatie opgaven. Er zijn hotels die baat hebben bij een nieuw, alternatief, perspectief. Hetzelfde geldt natuurlijk voor vakantieparken. Niet vitale vakantieparken krijgen in den lande andere bestemmingen.

Herwaardering van recreatiebeleid

Veel overheden waren de afgelopen jaren gericht op toerismebeleid om mensen van buiten een gebied naar binnen te trekken. Dit is iets anders dan recreatiebeleid. Recreatiebeleid is meer gericht op de eigen inwoners. Corona heeft duidelijk gemaakt dat recreatiebeleid een herwaardering vergt. Door hierin te investeren (routes, openbaar sanitair, natuurpoorten, e.d.) draagt de overheid bij aan brede welvaart van de eigen bevolking die op nieuwe manieren recreëert.

Door middel van scenario's de ontwikkelpotentie scherp krijgen

Het is goed om voor iedere sector een scherp beeld van de markt te hebben. Er moet een 'foto' van de huidige markt gemaakt worden. Hoe ziet de markt eruit (vraag en aanbod)? Hoe heeft deze zich ontwikkeld de afgelopen jaren en hoe groot was de vraagterugval in dit uitzonderlijke jaar? En tot slot, welke ontwikkelpotentie is er voor de komende jaren? Een vraag die uiteraard niet eenduidig te beantwoorden is. Maar het is wel een cruciale vraag. Dit kan in beeld gebracht worden met scenario's. Deze geven inzicht in de 'rek' die er aanwezig is en onder welke voorwaarden. De overheid weet op deze manier beter hoe ze moet reageren op de vele initiatieven voor nieuw aanbod. Initiatieven die - zo bleek uit de vele voorbeelden in dit artikel - ook in deze tijd ontwikkeld worden. Zo ontwikkelen wij met ontwikkelkaders om nieuwe initiatieven te toetsen. Naast de ontwikkelpotentie wordt rekening gehouden met het concept, doelgroepen en trends. Een middel dat snel duidelijkheid geeft aan initiatiefnemers en gemeenten helpt om initiatieven consistent en kwalitatief goed te toetsen.

Tot slot: maak ook gebruik van producttrends en werk samen aan een vrijetijdsector met perspectief

Corona zorgt voor een nieuwe werkelijkheid voor ondernemers en overheid. Voor ondernemers kan het een bittere realiteit zijn, want de schade is voor velen groot. Maar ook nu proberen ondernemers kansen te verzilveren. Want trends versnellen en succesvolle ondernemers verzilveren ze in nieuwe concepten. Concepten die perspectief geven aan het bedrijf en de regio. Een perspectief dat het grootst is als ondernemers en overheid de handen ineen slaan.

Wilt u een advies op maat voor uw bedrijf? Bennie Roelands denkt graag mee hoe u uw bedrijf kan vernieuwen.

