

Onze Visie op de Vrijtijdseconomie

Kansen in coronatijd editie

4

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 vierde artikel. In de vorige Visie op de Vrijtijdseconomie belichtten we 29 nieuwe producttrends. In dit nummer bekijken wat het tegenwoordig betekent om 'buiten te zijn'.

Thema 4: Buiten is het nieuwe binnen



De wereld is de afgelopen maanden flink veranderd en zal dat de komende tijd ook nog blijven doen. In het kader daarvan zoomen we in op de trend van het 'Buiten zijn'. Wij zien namelijk overal een sterke behoefte om naar buiten te kunnen en te mogen 'vluchten'. Er is aan onze vrijheid getornd en nu is de zoektocht ontstaan hoe we die toch kunnen behouden. Buiten is het nieuwe binnen geworden. Lees mee hoe die trend ontstaan is, wat de gevolgen ervan zijn en hoe u er uw voordeel mee kunt doen.

Deel I: Veranderingen

Deel II: Reacties en gevolgen

Deel III: Overwegingen en de kansen

➤ Deel I: Veranderingen Veel speelt zich nu buiten af

Niemand weet wat ons te wachten staat natuurlijk, maar dat we ons moeten aanpassen is duidelijk. Er wordt zelfs verwacht dat we ons steeds sneller aanpassen. Niet iedereen wil of kan dat in deze tijd. Denk maar aan #ikdoenietmeermee. Gelukkig ontstaan er ook initiatieven zoals hoe we de bejaardenhuizen kunnen opfleuren in tijden van een lockdown. Er wordt op straat voor hen gezongen, er zijn bezoekruimtes met glazen wanden en er zijn inzamelingsacties en strijdplannen om eenzame mensen erbij te betrekken. Zo zie je op prachtige locaties restaurants ontstaan; in boomgaarden, kasteeltuinen en andere historische gebouwen. Mooi dat gemeenten snel zorgen dat pop-up restaurants mogelijk zijn met een tijdelijke ontheffing. Veelal speelt het zich buiten af.



We weten niet of dit nog lang gaat duren, en als er dan minder beperkingen opgelegd worden of dat deze pandemie het gedrag van mensen blijvend heeft veranderd.

Natuur drukker bezocht dan ooit

Nederland maakt de vlucht naar buiten. De natuur wordt drukker bezocht dan ooit. Er is een verdubbeling van het aantal bezoekers. Elk gezin heeft een 'corona-hond', waardoor wandelen een dagelijkse bezigheid is geworden. Zo zijn we even de cijfers ingedoken en zien we overal op het wandelassortiment een plus: van de verkoop van wandelschoenen tot die van gidsjes. De ANWB geeft een plus van gemiddeld 25% op vorig jaar maar de fietsenverkoop gaat zelfs nog beter! Dus wij hebben het idee dat meer mensen zijn gaan fietsen dan wandelen.

Bewoners treffen elkaar steeds meer buiten aan, en organiseren samen een buurt-BBQ uiteraard op gepaste afstand. Groepsoverleggen worden buiten gepland, in parken of andere openbare ruimtes. De horeca is gesloten, hierdoor krijgt coffee-to-go een vlucht, en wordt de koffie op straat genuttigd. Zo maar een paar gevolgen van het nieuwe 'Buiten Zijn'.



Openbare ruimte intensiever gebruikt

De al jaren stijgende lijn van meer tijd voor recreëren zal zich nog wel een tijdje doorzetten. Bovendien is de scheidslijn tussen werken en recreëren niet meer zo duidelijk. Je laat je hond uit en tegelijkertijd heb je een Teams-overleg op je telefoon. De openbare



ruimte is dus steeds belangrijker. In plaats van je in de openbare ruimte alleen maar te verplaatsen, ga je er nu steeds meer ook in verblijven en er zelfs in werken.

Werk aan de winkel voor gemeenten met de noodzakelijke aanpassingen om het leefklimaat op peil te houden. Meer recreatieve fietsroutes, meer bankjes, meer beleving, groenere landschappelijke inpassingen van wegen en infra. Deze aanpassingen maken het toeristisch product ook steeds aantrekkelijker en biedt dus veel kansen voor de vrijetijdseconomie en de cultuursector maar de bewoners krijgen ook een veel prettigere leefomgeving.

Een prachtig voorbeeld is de Franse stad Nîmes waar de designcultuur van de openbare ruimte afspat: van designbushokjes, mooie pleinen en schitterende stadsspeeltuinen.

Dichter bij huis is Petten, in de gemeente Schagen, een mooi voorbeeld. Petten is prachtig opnieuw ingericht en geeft daarmee een boost aan leefomgeving en toerisme. En recent de provincie Antwerpen die recreatiedomein De Lilse Bergen koopt en enorm gaat investeren in recreatie. Een recreatiedomein in België is te vergelijken met recreatieschappen of Leisurelands in Nederland.

Meer druk op natuurgebieden, minder inkomsten

De coronacrisis heeft afgelopen periode gezorgd voor grote drukte in de natuur- en recreatiegebieden in Nederland. Tegelijkertijd werd duidelijk dat deze onvoldoende zijn toegerust op toenemende aantallen bezoekers. Ook is er onvoldoende capaciteit om toezicht te houden. De terreinbeherende organisaties roepen op televisie dat de huidige belasting veel te groot is. Natuurmonumenten en Staatsbosbeheer klagen over de forse toename van bezoekers met soms een te zware belasting van de natuur, om nog maar niet te spreken over de extra hoeveelheid zwerfafval. Ook de conflicten tussen verschillende soorten van recreanten lijken toe te nemen bijvoorbeeld tussen wandelaars, wielrenners en ruiters.

Hoe belangrijk de natuur- en recreatiegebieden voor de inwoners zijn, blijkt ook uit de QuickScan die de terreinbeherende organisaties hebben laten uitvoeren. De coronadrukke komt bovenop de structurele vraag naar groene ontspanningsruimte in dichtbevolkte gebieden waar steden in de Randstad nog flink groeien wat betreft aantallen inwoners.

De terreinbeherende organisaties vinden het positief dat steeds meer mensen steeds vaker groene ontspanningsruimte dichtbij zoeken. Toch heeft deze drukte ook een keerzijde. Het vraagt onder andere extra inzet van boswachters om mensen aan te spreken op ongewenst gedrag. Denk aan barbecueën in de natuur, van de paden af gaan, en geluidsoverlast. Maar ook reiniging, slijtage en vandalisme aan voorzieningen zorgen voor extra kosten. Tegelijkertijd dalen de inkomsten uit pacht, excursies en evenementen. Een betere balans tussen lasten en lusten is nodig.

Om het recreatieve aanbod en de kwaliteit ervan op peil te houden is een soort van Bovenwijkse voorziening nodig voor natuurgebieden. Nieuwe ontwikkelingen van woningen zouden hieraan kunnen bijdragen. De gemeenten kunnen hiermee de terreinbeherende organisatie ondersteunen

Parken van onschatbare waarde

Voor een goed toeristisch product moet de basis op orde zijn. Denk hierbij aan fietspaden en bewegwijzering. Maar niet alleen het buitengebied, ook het centrum van de dorpen en steden wordt belangrijker voor de bewoner en de toerist. De bewoner kan er dagelijks van

genieten. Gemeenten met toeristische ambities zullen moeten zorgen dat de openbare ruimte tiptop is. Het mes snijdt aan twee kanten, toerist en bewoner. Een helder voorbeeld is de mengelmoes van gebruikers in het Vondelpark in Amsterdam. Parken zullen nog meer van onschatbare waarde zijn. We kennen allemaal de yoga groepslessen die nu buiten worden gegeven. Maar we zien ook dat in plaats van binnen te eten nu het terras, liefst overdekt, erg in trek is. De trend van recreatiewoningen met een overdekt terras bewijst nogmaals het belang van de verbinding van buiten naar binnen en van binnen naar buiten.



Trend: Vaker kort op vakantie

In de toekomstvisie Nederlandse Vakantiemarkt 2030, opgesteld door Trends & Tourism en gebaseerd op signalen van ondernemers staat op nummer 1 van de trends: Vaker kort op vakantie. Dit betekent dat de vakantie dichterbij huis zal plaatsvinden. De voorspelling is dat de vakantie vaak rondom of vanuit huis zal zijn. Het eigen land blijkt reuze interessant en het weer lijkt na enkele hete zomers ook heel erg mee te vallen. De vakantie begint dus bij Buiten Zijn, even weg zijn, een potje golfen, een wandeling, een fietstocht, een etentje overdag, yogalessen buiten, bootcamp, zeiltocht, sloepentocht, en cultureel-, religieus-, militair- en industrieel erfgoed.

Platteland biedt ruimte om samen te komen

In het buitengebied is vooral veel ruimte om samen te komen. Recreatieparken, campings en hotels in het buitengebied hebben de mogelijkheden voor terrassen bij of aan hun centrale voorzieningen. Laat het nieuwe buiten binnen komen. De scheidslijn buiten en binnen zal dus vager worden. Waar de stad niet altijd de mogelijkheid heeft om met buitenruimtes te spelen is dat in het buitengebied anders. Daar liggen heel veel kansen en mogelijkheden om veilig te kunnen ontspannen en bezinnen.

Ook jonge sporters en dansers die binnen niet meer terecht konden, gingen naar buiten waar het risico op verspreiding van het virus een stuk kleiner is. Choreograaf Sarah

Soethoudt is druk bezig met de voorbereidingen voor de dansvoorstelling 'De waeg nao hoes'. Samen met lokaal danstalent brengt de choreografe een 'ode aan de natuur' in de vorm van beweging.



➤ **Deel II: Reacties en gevolgen**
Vervaging van gebruiksfunctie

Naast de vervaging van buiten en binnen, zie je ook een vervaging in het gebruik. Winkels, worden dagrecreatieve voorzieningen of ontmoetingsplaatsen, recreatieparken worden woonwijken, hotels worden studentenkamers, parkeergarages worden kantoren etc. Hieronder worden enkele voorbeelden geschetst.

Hotels. Liefst in buurt van natuur

Buiten zijn betekent rust en geeft een veilig gevoel. Populariteit heeft zijn weerslag op de bezetting van de hotels. Mensen zijn graag buiten, wellicht nu nog meer. Wandelen en fietsen zijn belangrijke activiteiten. Voor toeristen kan dit belangrijk om te kiezen voor een bepaald hotel. De ligging nabij natuurgebieden of fiets-/wandelroutes was de afgelopen maanden belangrijk voor veel toeristen.

Zo zag je in de herfst van 2020 de populariteit van buitengebieden terug in de boekingen. Bijvoorbeeld bij de Fletcher hotels die voor een groot deel gelegen zijn in toeristisch aantrekkelijke buitengebieden. Afgelopen herfst was het volgens Fletcher zelfs drukker dan een jaar geleden. Als keerzijde: het gaat minder voorspoedig voor hotels in grote steden. Eén van de redenen is de afwezigheid van rust en ruimte. Kwaliteiten die de buitengebieden de afgelopen maanden juist veel bezoek hebben opgeleverd.

Mooi voorbeeld: het Pieterpad, het langeafstandswandelpad van Pieterburen naar de Sint-Pietersberg in Maastricht. Het is daar ineens veel drukker. Bovendien haken er veel meer jongere aan.

Shopper onder druk

Shopper staat enorm onder druk, te veel winkelgebied kampt met leegstand. Als gemeenten en vastgoedeigenaren niet investeren in toekomstbestendige stadscentra en



buitengebieden, vallen binnensteden onvermijdelijk uiteen. Er is een enorme tweestrijd in de vastgoedwereld, de woningnood is enorm en winkels staan leeg. Mondjesmaat zijn er gemeenten die deze twee problemen in één klap willen oplossen: oprukkende leegstand van winkels of verouderde recreatieparken en aanpak van hoge woningnood.

Eindhoven is een goed voorbeeld dat hergebruik van bestaande gebouwen ziet als de oplossing voor veel problemen. Laat eerder gestelde planologische kaders los. Dat is nodig, want overal in Nederland neemt de leegstand toe. Sinds de coronacrisis hebben zelfs digibeten het webwinkelen ontdekt. Gemiddeld staat nu bijna 8% van de winkels leeg, maar volgens onderzoeksbureau Locatus loopt dat percentage in 2021 op naar 10%. In middelgrote steden, die vaak 'overbewinkeld' zijn, ligt de leegstand nu al rond de 15%. Vooral steden die dicht bij een grote stad met een completer winkelaanbod liggen hebben het zwaar. Hier staat straks één op de vijf winkels leeg.

Laat mensen spelen in buitenlucht

“De spelende mens” van filosoof Huizinga. In tijden van social distancing & gezondheid is het thema Spelen in de Buitenlucht enorm belangrijk. Het draait om ontdekken, samenwerken, grenzen verleggen en buiten zijn. Dit is een behoefte waarop verblijfsrecreatiebedrijven actief kunnen inspelen door kinderen en volwassenen nieuwe dingen te laten ontdekken. Resultaat: mentale gezondheid. Spelen kan op maar zeker ook buiten het vakantiepark, waardoor je bedrijf gratis faciliteiten erbij krijgt. En coronaproof: je hebt niet iedereen op je vakantiepark. Camping TerSpegelt met zijn speurtocht voor kids met knapzak, waarin vergrootglas, pincet en andere dingen zitten voor onderweg om opdrachtjes en proefjes te doen om te ontdekken. Of de kabouteroute volgen door het bos.

Camping De Roos in Beerze, is een voorbeeld van een onontdekte plek in Nederland die echt een droomcamping is. Er zijn legio natuurcampings die populair zijn vanwege de natuur, de sfeer, de fantastische avonturen voor de kinderen en de oorverdovende rust als ze eindelijk op bed liggen. Denk ook aan Giga Konijnenveld van Beerze Buiten: zandverstuiving met oerspelen voor kids, Bibelebontse Paalbergen van camping de Paal, creatieve activiteiten op Camping Buitenland, bij Curios kun je met een metaaldetector muntjes zoeken waar je dan weer leuke merchandise voor terug krijgt.

Overal ter wereld spelen kinderen als ze de kans krijgen. Een veilige en inspirerende speelplek met speeltoestellen ondersteunt het leren en de ontwikkeling van een kind. Het voedt creativiteit, versterkt het concentratievermogen en ontwikkelt sociale vaardigheden en motorische functies. Sommige speeltuinen zijn ontstaan uit kunstobjecten. De kunst van buiten spelen wordt weer meer beseft.

Kansen voor musea

De trek naar buiten kan een extra boost geven aan musea die letterlijk veel ruimte bieden aan hun bezoeker doordat de collectie grotendeels buiten te zien is in een tuin of

parkachtig gebied. Mooie voorbeelden zijn de Beeldentuin Kröller Möller, Paleis 't Loo en Kasteel Nijenhuis en de Fundatie in Zwolle.

Door de vlucht naar buiten zien regio's in het oosten en noorden van het land hun bezoek stijgen. Dit biedt extra kansen aan musea in bijvoorbeeld Overijssel als MORE (Gorssel) en de Fundatie (Zwolle en Heino) en in Drenthe (bijv. Drents museum, Kamp Westerbork en Koloniën van Weldadigheid).

Doordat mensen meer op vakantie gaan of shortbreaks doorbrengen in eigen land, wordt er ook veel meer gefietst en gewandeld. Dit biedt mooie kansen, juist ook voor kleine en middelgrote musea die gelegen zijn aan fiets- en wandelroutes in het groen. In Twente zijn hier al mooie initiatieven, de zogenaamde 1,5 meter afstand uitjes. In de Druktemeter van Visit Brabant zie je de actuele drukte in de Brabantse natuurgebieden en hierbij volop keuze en routes ter inspiratie voor een fantastisch dagje uit in Brabant.



Driving en dining

Je ziet ook mooie initiatieven ontstaan zoals driving en dining in de Bommelerwaard. Een soort van MacDrive, maar dan langs meerdere exclusieve restaurants die samen een heerlijk 6-gangen diner serveren. <https://www.rivierenland.nl/evenement/driving-dining-arrangement/>

Grens werken en recreëren vervaagd

Misschien is in dit artikel (re)creatief werken een vreemde eend in de bijt omdat het nieuwe binnen buiten is. Maar naast de trend van binnen naar buiten is er ook de vervaging van werken en recreëren. Dus in de toekomst zal er in de vrijetijdseconomie een samensmelting met werken plaatsvinden. Werken in de bossen, werken in de winkelgebieden, en 'kantoorunits' op recreatiebedrijven etc. Kortom diversiteit van functies zal uw bedrijf versterken. Een voorbeeld is de oude V&D, die zijn bovenste verdiepingen transformeert tot ateliers, flexwerkplekken en vergaderruimtes. Eerder werd het oude Philips-kantoor in de wijk Strijp-S in Eindhoven omgebouwd tot een hip flexwerkpand. Tegenwoordig herbergt dit gebouw een inpandige spelletjeskamer, minidisco, boom met schommels eraan en een heleboel kamerplanten. Creatievelingen houden het centrum levendig en werkenden zorgen voor bedrijvigheid. Ze maken wandelingen en halen broodjes en koffie bij lokale ondernemers. Niet voor niets hebben steeds meer steden subsidies voor wonen in winkels, wonen boven winkels, of het ombouwen van winkels naar woningen. Maar in de praktijk blijkt de metamorfose van winkel naar woning behoorlijk lastig.

Nu er toch nauwelijks een toerist te bekennen is in de Nederlandse vakantieparken, bieden zo'n vijftig campings en parken hun vakantiehuysjes aan als privékantoor. Hoe is het

om te werken op een plek die normaal gesproken gelijkstaat aan vakantie en ontspanning? Thuiswerken met kinderen die nu allemaal thuis zijn kan zorgen dat er te veel afleiding is dus dan is een privé-kantoortje een uitkomst.

Recreatief Wonen

Dit zie je al jaren in Drenthe gebeuren, het zogenaamde Drentenieren; goedkoop in het buitengebied wonen op een recreatiepark. De provincie heeft een speciaal team om waar mogelijk deze parken te transformeren. Het panorama Nederland is aan het veranderen. Denk ook aan het recreatief wonen in Almere. Een prachtige woonwijk waarnaast strand en duinen zijn gecreëerd. Je vindt er ook een wijk nabij Oostvaardersplassen en een wijk voor het wilde wonen waar je zelf je woning en kavel kunt invullen. In Nederland wonen ongeveer 55.000 tot 100.000 mensen in een recreatiewoning. Voor een groot deel van die mensen is de behoefte groot om 'buiten' te wonen.

➤ Deel III: Overwegingen en kansen De Maslow-piramide

Het gaat hier om inzicht te krijgen in de behoefte van de mensen. Deze heeft Maslow in een piramide weergegeven. Voor degene die de Maslows behoeftehiërarchie niet kennen, het ziet er als volgt uit:



Voor vele Nederlanders is deze piramide ingestort. Er is geen zekerheid meer en de sociale acceptatie is ook op zijn kop gezet. Kortom er is nogal wat gaande. Het nieuwe binnen is buiten zal vooral zekerheid moeten bieden. Begin dit jaar waren velen bezig om de piramide verder te beklimmen van beleving naar bezinning/zelfontplooiing. We zullen helaas een stap moeten terug doen en het fundament van zekerheid stevig moeten invullen. Hierbij kan de gedachtegang 'het nieuwe binnen is buiten' helpen.



Bied veiligheid aan gasten

Buiten zijn geeft een veiligheid die we hard nodig hebben in deze tijd. Het bieden van veiligheid aan gasten zal de komende maanden cruciaal zijn voor zekerheid bij de ondernemers. Stel uzelf de vraag, welk prettig gevoel op het gebied van 'veiligheid' kan ik bieden aan mijn gasten. Ondernemers moeten hiermee aan de slag. Maar ook de overheid om de ondernemers te helpen als er überhaupt geen perspectief meer is.

Overheid onontbeerlijk voor verandering

Panorama Nederland is een toekomstperspectief voor de ruimtelijke inrichting van Nederland. Het laat zien hoe de grote maatschappelijke vraagstukken van nu de sleutel kunnen zijn voor welkome, structurele verbeteringen in de toekomst. Waar vroeger alles in hokjes werd ingedeeld zie je nu veel hybride vormen. Wonen, winkelen, recreëren en werken zullen in de toekomst veel meer met elkaar verweven zijn. Op dit moment is de helft van de Nederlanders thuis aan het werk. Daarbij komt dat er geen weg terug is voor, lege hotels/winkels/groepsaccommodaties, verloederde recreatieparken en campings. Er moet een nieuw perspectief komen voor deze bedrijven. Eerder in dit artikel is al geschetst wat transformatie kan bijdragen aan het oplossen van problemen en het geven van zekerheid. Gemeenten zouden ondernemers moeten faciliteren in hun behoefte en hun noodzaak om te transformeren.

Zoek samenwerking met natuurbeheerders

Natuurbeheerders en de vrijetijdseconomie hebben elkaar nodig. Geef elkaar letterlijk de ruimte. Zoek de verbinding in een onderscheidend concept. Stad en land hebben elkaar meer dan ooit nodig. Voor wat hoort wat, dus hier hoort een prijskaartje bij. Eerdere mooie initiatieven zijn ontstaan doordat ondernemers een deel van de kosten voor hun rekeningen namen. Voor ondernemers en natuurbeheerders liggen hier juist nu veel kansen.

Gemeenten, kom met een visie op de openbare ruimte

Een stad of dorp kan 'de oorlog' winnen met een goede visie op de openbare ruimte. Natuurlijk vergt dit enorme investeringen. Maar een gedegen visie hierop ontbreekt in veel gemeenten. Dit is het minste wat gemeenten zouden kunnen doen. Het belang en de waarde van de directe leefomgeving is sterk ondergewaardeerd. Bij een meer integrale aanpak binnen een gemeente zou dit veel kunnen opleveren.

De laatste jaren is er een duidelijke FOMO-trend geweest onder consumenten. FOMO staat voor Fear Of Missing Out, oftewel de angst om buiten de boot te vallen. Bij FOMO staat het gevoel om iets te missen centraal en dit wordt vaak opgewekt door het succes van anderen. Deze angst om iets te missen is een natuurlijke reactie, waarbij mensen zich laten leiden door gevoelens en emoties. Dit jaar zien we een kentering naar JOMO en JOBO, dat staat voor Joy of missing out en Joy of being out. Deze spreken voor zich, wat nogmaals het belang van de openbare ruimte onderschrijft.

Bedenk waarom de gast voor jou moet kiezen

De consument wil kort en hevig 'genieten', beleven en bezinnen waar veiligheid is gegarandeerd. Dit vraagt nogal wat van ondernemers. De 'customer journey moet dus tot in de puntjes verzorgd zijn. Wat heeft het product te bieden aan de gast? Waar bestaat een korte vakantie precies uit? Dat begint met het product zelf. Wat verkoopt de ondernemer nu eigenlijk? Het gaat niet over een bed om in te overnachten, of een



maaltijd die je kunt opeten. Welke activiteiten kunnen zich afspelen tijdens de korte vakantie. Zit dit in het product van de ondernemer of helpt de ondernemer zijn gast hiermee? De reden van de gast zal dus nog beter doorgrond moeten worden.

Zet in op digitaal

Verder leven we in een digitale wereld, hier zal dus vol op ingezet moeten zijn. En om het nog moeilijker te maken; veel komt neer op maatwerk en gastvrijheid. Dit zijn allerlei vragen en overwegingen die de ondernemer moet maken. Door de verwachte groei van vaker kort op vakantie liggen hier veel kansen voor het nieuwe binnen is buiten.

'Welzijn van het volk is wet'

De oude Cicero zie het al: 'Salus populi suprema lex'. Het welzijn van het volk moet de hoogste wet zijn. Door corona is het welzijn van alle bewoners van steden en dorpen de hoogste wet geworden. Door corona is het welzijn van de gasten in de vrijetijdseconomie het hoogste goed geworden.

Laten we samen de kansen verkennen en verzilveren

Deze bijdrage laat weer zien dat zich nieuwe behoeften en markten aandienen. Oude markten verdwijnen. Veel gastvrijheidsondernemers spelen hier creatief op in. Soms moeten businessmodellen nog rijpen en businesscases zich bewijzen. Wij van Ginder zijn optimistisch over de veerkracht van de gastvrijheidssector. Laten we samen nieuwe wegen zoeken en kansen verkennen en verzilveren. Wij zijn er klaar voor.



Dit was de vierde Ginder-Visie op de Vrijetijdseconomie. In het volgende nummer zullen we onze kennis delen op het gebied van (volgt).

