



# MANIFEST VAN HATTEM

MANIFEST VAN HATTEM



## Manifest van Hattem

*Waardecreatie door Recreatie*

*Ruimte voor ondernemen en beleven in een aangename leefomgeving, nu en later*

De recreatiesector is van groot economisch belang voor Nederland en tegelijkertijd steeds belangrijker voor de ruimtelijke kwaliteit. Versterking van de recreatiesector is hard nodig om te kunnen inspelen op de veranderende en toenemende behoefte aan vrijetijdsbesteding en beleving, met instandhouding van een aangename leefomgeving. Dit is zowaar geen eenvoudige opgave.

### Goed leven in het Heuvelland

Enkele partijen zagen (...) deze sterke punten en brachten ze met elkaar in verband. Dat leverde nieuwe product-marktcombinaties op voor een nieuwe toeristisch-recreatieve markt: goed voor de bewoners, goed voor de bezoekers en goed voor de ruimtelijke kwaliteit van de streek. Onder de noemers "Helende Hellingen", "Wellness in Weelde", "Goddelijk Leven" en "Volle Smaken" krijgen toerisme en het landschap een nieuwe impuls.

Uit "Groeten uit Holland, qui e fantastico" Advies VROMraad 2006

*Waardecreatie door Recreatie* vraagt om een gezamenlijke, professionele en duurzame krachtsinspanning van alle betrokkenen: ondernemingen, overheden, terreinbeheerders, kennisinstellingen en maatschappelijke organisaties. Op die wijze kan de benodigde innovatiekracht gemobiliseerd worden en kan richting gegeven worden aan privaat- publiek gewenste ontwikkelingen mede door het realiseren van nieuwe grensverleggende concepten.

Een Initiatiefgroep van Recreatieondernemers is van mening dat de "lead" bij de private sector ligt als het om realisatie van innovatieopgaven gaat en dat de publieke sector zorgt voor heldere randvoorwaarden en basisvoorzieningen. Het gezamenlijk belang moet zich uiten in het samen opstellen van een innovatieagenda en van een innovatieprogramma.

Met medewerking van InnovatieNetwerk is een aanzet voor een innovatiestrategie opgesteld en zijn *speerpunten* benoemd als innovatieopgaven:

- **Samenwerken binnen en buiten de sector**
- **Echte vraagsturing**
- **Omgevingskwaliteit stimulerende recreatie**
- **Bereikbaarheid en mobiliteit**
- **Imago**

De realisatie van de innovatiestrategie vindt echter niet vanzelf plaats. Het volgende initiatief is volgens de betrokken recreatieondernemers nodig:

Ontwerpen, oprichten en inrichten **InnovatieFaciliteit Recreatie** voor ondernemers.

Zo'n InnovatieFaciliteit Recreatie dient de volgende functies te vervullen:

- Zorgen voor een innovatiestrategie en vaststellen innovatieopgaven
- Faciliteren van ontwikkeling en uitvoering duurzame en innovatieve projecten
- Interactieve informatievoorziening, kennisuitwisseling, ontmoetingsplaats
- Opstellen vraaggestuurde kennis- en innovatieagenda
- Communicatie en PR binnen en buiten de sector over resultaten en successen

De Initiatiefgroep van Recreatieondernemers is bereid en gemotiveerd om met ondersteuning van InnovatieNetwerk dit initiatief tot ontwikkeling te brengen. Zij nodigt andere recreatieondernemers, overheden en maatschappelijk betrokken organisaties uit, mee te denken en mee te werken aan dit voor Nederland zo belangrijke initiatief: "*Waardecreatie door Recreatie*".

Hattem, 11 juli 2006

Cees F.J. Slager	- Molecaten Groep
Edwin B.C. Bomers	- Marveld Recreatie
Frank W.A.C.M. van Gerven	- Recreatiepark Breebronne
Jan Hagedoorn	- Kampeercentrum De Beerze Bulten
Erna E.D. Kruitwagen – Hajenius	- Recreatieoord De Panoven
Robbert G. Northolt	- Recreatiecentrum Scheldeoord

Correspondentieadres:  
InnovatieFaciliteit Recreatie i.o.  
p/a InnovatieNetwerk  
Postbus 19197  
3501 DD Utrecht

---

## **InnovatieStrategie en InnovatieOpgaven Recreatie, gezien vanuit het oogpunt van vooruitstrevende RecreatieOndernemers**

### **Visie**

Recreëren is van grote waarde voor de mens. Het is goed voor genieten, voor gezondheid, voor beleving, voor ontspanning en voor samenzijn; kortom voor welzijn. Recreatie levert een belangrijke bijdrage aan de economie *en* aan de kwaliteit van de leefomgeving.

Recreatie kan als geen andere activiteit verbindingen leggen tussen stad en platteland en tussen cultuur, natuur, sport, zorg en land- en tuinbouw. Nieuwe combinaties dus, daar waar er behoefte aan is. Versterking van de sector is nodig om de toenemende en veranderende vraag naar recreatie te kunnen verzorgen waarbij tegelijkertijd een gewenste verbetering van de leefomgeving wordt gerealiseerd. Ook is het zaak in te spelen op de omslag van minder bezit (en dus minder lasten) naar meer beleving van recreatievoorzieningen (en dus meer lusten). Daarvoor is een goede organisatie van de recreatie nodig, waarbij ondernemerschap, professionaliteit, vermogen tot samenwerken en innovatiekracht de kritische succesfactoren zijn. Op die wijze kan de toegevoegde waarde van recreatie voor alle belanghebbenden optimaal worden benut en kan het imago van de sector worden opgekrikt van zwak naar sterk.

### **InnovatieStrategie**

Innovatiekracht is nodig om structurele en grootschalige veranderingen in de recreatie op gang te brengen en uiteindelijk te realiseren. Er moet voor gezorgd worden dat de benodigde middelen (kennis, vaardigheden, financiën) worden verkregen en aangewend om de doelen (innovatieopgaven) te kunnen realiseren. Belemmeringen (regelgeving, slechte positie op politieke en maatschappelijke agenda) moeten op creatieve wijze en maatschappelijk verantwoord worden weggenomen. Innovatie in de recreatie is in de eerste plaats een taak van samenwerkende ondernemers/ ondernemingen van uit en van buiten de sector, waarbij zij in bijna alle gevallen te maken krijgen met publieke aangelegenheden. Innovatiekracht zal toenemen naarmate de private en publieke sector elkaar weten te vinden in die zaken waar de samenleving behoefte aan heeft en waar win-win situaties gecreëerd kunnen worden.

De behoefte aan recreatie neemt sterk toe, dus ook de behoefte aan een vraaggestuurd en flexibel aanbod van voorzieningen. Juist daardoor is er een unieke kans de recreatie voor een belangrijk deel op een betere wijze te organiseren. Enerzijds vraagsturing via het inrichten van verticale ketens met daarin vertegenwoordigd de retailfunctie (arrangementen; boekingen; consumentenonderzoek e.d.) en de waardecreatiefunctie (exploitanten van voorzieningen; organisatoren van evenementen en belevenissen e.d.) en anderzijds gebiedsgerichte benadering met spannende en verbindende concepten. De innovatiestrategie is daarbij gericht op het ontwikkelen van netwerken van organisaties die binnen bepaalde gebiedsgerichte concepten nieuwe recreatie activiteiten ontwikkelen en aanbieden, die voldoen aan de wensen van de klanten en de eisen vanuit de omgeving. Voor de ontwikkeling van die nieuwe activiteiten is een faciliteit nodig die zorgt voor synergie en samenhang, voor ondersteuning (kennis en advies), voor stimulering (kennisoverdracht en kennisverspreiding; communicatie en PR) en tenslotte voor het opstellen van de innovatieagenda, samen met alle belanghebbenden.

## **InnovatieOpgaven**

### ***Speerpunten***

Samenwerken binnen en buiten de sector  
Echte vraagsturing  
Omgevingskwaliteit stimulerende recreatie  
Bereikbaarheid en mobiliteit  
Imago

### ***Uitwerking***

#### *Bestuurlijk*

Zorgen voor een manifest vanuit de innovatieve recreatieondernemers  
Zorgen voor een innovatie-agenda en innovatie-aanpak inclusief opgave benodigde financiële middelen  
Zorgen voor een consortium en boegbeeld voor uitstraling nieuw elan (innovatiekracht) + verzorgen politieke lobby

#### *Organisatorisch*

Ontwikkelen en inrichten van een InnovatieFaciliteit  
Zorgen voor ketenomkering (van aanbod- naar vraaggericht) en ketenontwikkeling  
Tot stand brengen van zinvolle en waardevolle nieuwe samenwerkingen; nieuwe combinaties met en in andere sectoren (Zorg, Landbouw, Cultuur, Sport, Verkeer, Energie, e.a.)

#### *Financieel*

Ontwikkelen van financiële arrangementen voor privaat/publieke diensten  
Ontwikkelen van innovatiefonds cq maatgesneden financieringsmogelijkheden voor innovatieve projecten

#### *Conceptueel*

Uitwerken betekenis overgang naar beleveniseconomie voor recreatie  
Ontwikkelen concepten voor gebiedsgerichte benadering voor recreatie  
Ontwikkelen van moderne recreatie concepten ("Laat de zon altijd schijnen", "Life style concepten")  
Ontwikkelen strategie "Van volume naar waarde"

#### *Marketing/verkoop*

Maat gesneden in beeld brengen van behoeften consumenten/recreanten; vertalen naar marketingaanpak  
Uitwerken gebiedsgerichte benadering voor aantrekken specifieke buitenlandse recreantengroepen  
Relatie Stad – Platteland en functie/betekenis van recreatie daarin  
Optimaal benutten Internet/Multimedia  
Inrichten kwaliteitszorg door de keten heen  
Beter benutten recreatievoorzieningen

#### *Communicatie/PR*

Zorgen voor sterke verbetering imago van de recreatie sector (per doelgroep)  
Informatie-uitwisselen over innovatie-activiteiten (nieuw elan)

#### *Onderzoek en onderwijs*

Ontwikkelen (maatgesneden) ontbrekende kennis voor innovaties

Zodanig inrichten onderwijs dat benodigde competenties worden verkregen  
Ontwikkelen specifieke trainingen en beroepsopleidingen

Hattem, 11 juli 2006