



ruimte & vrije tijd
onderzoek en advies

Marktonderzoek Green Edge Outdoor & Adventure Park Pesse

Onderzoek naar aantrekkelijkheid voor doelgroepen en te verwachten bezoekersaantallen en bestedingen.





**LEISURE
LEEFSTIJLEN**
GECERTIFICEERD ADVISEUR



ruimte & vrije tijd
onderzoek en advies

Colofon

© Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, mei 2016

Opdrachtgever: De heer [REDACTED]

Auteurs: [REDACTED]
[REDACTED]

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
Uilenkamp 8
3972 XR Driebergen-Rijsenburg
06-51174193
e-mail [REDACTED]@ruimteenvrijetijd.nl
www.ruimteenvrijetijd.nl

Inhoudsopgave

1 Inleiding	4
2 Benchmarks voor bezoekersaantallen en bestedingen	5
2.1 Elf vergelijkbare bedrijven.....	5
2.2 Bezoekersaantallen, omzet en bestedingen per bezoeker	7
2.3 Conclusie basisuitvoering	10
2.4 Uitwerking en conclusie next level variant	11
3 Leisure Leefstijlen	13
4 Doelgroepen van het Green Edge Outdoor & Adventure Park	15
4.1 Voor welke leefstijlen zijn de geplande voorzieningen aantrekkelijk?	15
4.2 Conclusie	21
5 Vraaganalyse voor het Green Edge Outdoor & Adventure Park in Pesse	22
5.1. Vraag vanuit inwoners van de gemeente en de omliggende regio.....	22
5.2 Vraaganalyse verblijfsrecreanten/toeristen in Zuidwest-Drenthe.....	25
5.3 Conclusie	27
6 De concurrentie	28
6.1 Hoe ziet de concurrentie eruit?.....	28
6.2 Conclusie	37
7 Conclusies en advies.....	38
7.1 Conclusies.....	38
7.2 Advies	39
Bijlage 1: Uitgebreide beschrijving van de benchmarkbedrijven.....	41
Bijlage 2: Leefstijlkaart van de gemeente Hoogeveen en de regio	45
Bijlage 3: Belevingswerelden van de leefstijlen Rood, Paars, Geel en Aqua.....	46

1 Inleiding

Het Green Edge Outdoor & Adventure Park in Pesse heeft de ambitie een belangrijke publiekstrekker te worden voor de regio, met een avontuurlijk en natuurlijk klimbos, speelnatuur voor kinderen van verschillende leeftijden, een boomkroonpad dat uitzicht geeft op de omgeving en aanvullende (outdoor) activiteiten. Ondernemer Edward Doorten (o.a. initiatiefnemer en ondernemer van het Green Planet project) heeft het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd gevraagd deze ambitie te staven door een marktonderzoek uit te voeren dat inzicht moet geven in de te verwachten bezoekersaantallen en bestedingen. In de huidige vrijetijdseconomie zijn twee sleutelbegrippen van groot belang voor het welslagen van nieuwe initiatieven: vraaggerichtheid en onderscheidend vermogen. Voor wie ontwikkel je een voorziening en is daar wel vraag naar? En: hoe onderscheidt je je dan ten opzichte van de concurrentie? Ook op deze aspecten gaat het onderzoek nader in.

In hoofdstuk 2 van dit rapport geven we een inschatting van mogelijke bezoekersaantallen en bestedingen. Deze baseren we op een benchmark met elf vergelijkbare bedrijven in de rest van Nederland.

In het vervolg van het onderzoeksrapport gaan we nader in op de vraaggerichtheid en het onderscheidend vermogen. We maken daarvoor gebruik van de segmentatie van de zogenaamde Leisure Leefstijlen. Na een toelichting van deze segmentatie in hoofdstuk 3, beschrijven wij voor welke leefstijlconsumenten het Green Edge Outdoor & Adventure Park met name aantrekkelijk zal zijn (hoofdstuk 4), en bestuderen we in hoeverre deze leefstijlen ook te vinden zijn in de directe omgeving van Pesse en de regio eromheen (hoofdstuk 5). We kijken hier ook naar de vraag van verblijfsrecreanten. In hoofdstuk 6 brengen we de concurrentie in kaart. In hoofdstuk 7 zetten we de belangrijkste conclusies en aanbevelingen van dit onderzoek op een rij.

Verantwoording

De geprognoseerde bezoekersaantallen uit hoofdstuk 2 zijn uiteraard niet van vandaag op morgen bereikt. Daarom adviseren we de ondernemer rekening te houden met een ingroeiscenario van 70% in het eerste jaar, 85% in het tweede jaar en 100% in het derde jaar van de in dit onderzoeksrapport geprognoseerde aantallen bezoekers.

Het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd heeft nagenoeg op alle Green Edge activiteiten vergelijkende activiteiten elders kunnen onderzoeken om tot realistische prognoses te komen van het aantal te verwachten bezoekers en de door hun gegenereerde omzet. Sommige activiteiten in de plannen van Green Edge zijn echter zo vooruitstrevend en/of uniek, dat dit niet mogelijk was en hier hebben we de expert-judgement van het bureau toegepast. In alle gevallen willen we benadrukken dat ondanks dat dit rapport met veel zorg is samengesteld een hypothese blijft. Uitvoering van de plannen hebben een grote invloed op de uitkomsten zoals deze door Bureau Ruimte & Vrije Tijd zijn geprognoseerd.

2 Benchmarks voor bezoekersaantallen en bestedingen

Om te komen tot een betrouwbare indicatie van de bezoekersaantallen en bestedingen per bezoeker voor het Green Edge Outdoor & Adventure Park en Pesse hebben we een benchmarkanalyse uitgevoerd, door informatie van elf vergelijkbare bedrijven, verspreid over heel Nederland, tegen elkaar af te zetten. We hebben de selectie van bedrijven vooraf met de ondernemer gedaan.

2.1 Elf vergelijkbare bedrijven

Het Green Edge Outdoor & Adventure Park zoals beoogd in Pesse is uniek. Dat wil zeggen: we hebben geen direct vergelijkbaar bedrijf in Nederland gevonden, die alle elementen van het concept in Pesse bevat. Omdat het klimbos, de speelnatuur en het boomkroonpad de belangrijkste elementen vormen van het plan in Pesse, hebben we ons daarop in de vergelijking gericht; we zijn dus op zoek gegaan naar bedrijven die één of meerdere van deze voorzieningen bieden. Van deze elf bedrijven geven in tabel 2.1 de belangrijkste kenmerken weer. In bijlage 3 treft u een uitgebreidere beschrijving van de geselecteerde bedrijven.

Tabel 2.1: Beschrijving van de benchmarkbedrijven

	Korte beschrijving	Locatie en bereikbaarheid	Bezoekersaantal (op jaarbasis)	Entreprijs in € (omzet)
Buitencentrum Boomkroonpad (Drenthe)	Boomkroonpad ¹ , speelnatuur (speelbos), bij Buitencentrum van Staatsbosbeheer	Bij Assen (80.000 inwoners), aan N-wegen. Midden in de natuur.	100.000 betalende bezoekers (Boomkroonpad) 225.000 – 250.000 gratis bezoekers aan speelnatuur en bezoekerscentrum	Boomkroonpad: €2,25 – €4,50 Speelnatuur: gratis toegankelijk
Belevenissenbos Lelystad (Flevoland)	Speelnatuur: 40 hectare “natuurlijk spelen”. In beheer van een stichting	Aan snelweg A6, bij grote steden als Lelystad (75.000) en Almere (190.000)	100.000	Gratis voor particulieren (beheersvergoeding voor groepen: €1 – 5)
Stadslandgoed Kempphaan	Speelbos, klimbos Fun Forest,	Aan snelweg A6, bij Lelystad	150.000 voor het stadslandgoed,	Speelbos gratis, Fun Forest: 15,95 –

¹ NB het betreft hier op dit moment het enige al bestaande boomkroonpad in Nederland.

(Flevoland)	verblijfsaccommodaties en horeca	en Almere	25.000 Fun Forest	19,95
Avatarz Nature Park (Twente)	Ecologisch klimbos, ANWB 'Beste klimpark 2014'	Bij A1, in uiterste oosten van het land. Hengelo (80.000) en Enschede (156.000)	20.000	€ 10,50 – €21 (afhankelijk van leeftijd en parcours). Voor groepen: €11,50 – €50 (arrangementen) (omzet: €300.000 – €400.000)
Klimkong (o.a. Overloon en Sevenum)	Vier klimparken in Nederland (klimboot in Sevenum)	Dichtbij snelweg, grote steden op 40-50 km	Park 1: 11.800 Park 2: 17.500 Park 3: 15.500 Park 4: 12.400	Entree – horeca (gemiddeld per park): Park 1: €16,50 – 5,50 Park 2: €15,50 – 4,50 Park 3: €16,50 – 12,20 Park 4: €15,00 – 7,80
Klimbos.nl (Apeldoorn, Ruurlo, Lage Vuursche en Bergen op Zoom)	Vier locaties in Nederland, met cateringvoorziening	Apeldoorn: aan N-weg, nabij stad (155.000)	12.500 – 20.000, verschillend per park	€13,95 – €19,95
Adfunturepark (Friesland)	<i>"Grootste in- en outdoor klimpark van Noord-Nederland"</i>	Niet aan snelweg, in Dokkum, in relatief dunbevolkt gebied	12.500	€14,00 (horeca €2 – 3,50) groepen besteden gemiddeld €30,- (omzet €185.000 – €200.000, inclusief entree, horeca en arrangementen)
Adventurepark Waddenfun (Groningen)	Indoor klimpark met drie parcoursen, diverse outdoor	Niet aan snelweg, in dunbevolkt Noord-	11.000	€15 – €17,50 (inclusief consumptie)

	activiteiten	Groningen		Groepen besteden gem. €18,50 – €35) (omzet: €200.000 – €300.000)
Speelnatuur Tiengemetten (Zuid-Holland)	4,5 hectare, grootste stuk speelnatuur van Natuurmonumenten in Nederland	Bij snelweg A29, maar op eiland (alleen bereikbaar per veerpond), ten zuiden van Rotterdam	15.000	€3 – €5 (voor beheer en onderhoud), schoolgroepen €7,50 (omzet: €43.000 + sponsoring)
Speelbos Boeverijen (Mastbos, Breda)	12 hectare speelbos van Staatsbosbeheer	Dicht bij A27 en Breda (175.000)	30.000 – 50.000	Gratis
Outdoor Challenge Park (Twente)	Organisator van groepsactiviteiten in recreatiegebied Hulsbeek	Bij snelweg A1 in uiterste oosten van het land, Hengelo (80.000) en Enschede (156.000)	6.000 – 8.000	€10 - €30

2.2 Bezoekersaantallen, omzet en bestedingen per bezoeker

Wat kunnen we zeggen over de te verwachten bezoekers en bestedingen aan het Green Edge Outdoor & Adventure Park in Pesse als we kijken naar bovenstaande gegevens? Vooraf gesteld: exacte bezoekersaantallen kunnen we uiteraard niet geven. Wel kunnen we, op basis van de ervaringen elders in het land, een inschatting maken van mogelijke bezoekersaantallen.

Hieronder gaan we in op de belangrijkste elementen uit het plan voor het Green Edge Outdoor & Adventure Park: het klimpark, de speelnatuur en het boomkroonpad. We geven per voorziening aan op hoeveel bezoekers het Green Edge Outdoor & Adventure Park ongeveer zou moeten kunnen rekenen, en vertalen dat uiteindelijk naar de totale aantallen bezoekers en bijbehorende bestedingen. Bij deze bestedingen nemen we ook de horeca mee, omdat daar ook in het concept in Pesse veel aandacht aan wordt besteed.

Klimpark

Een klimpark bestaat uit één of meerdere klimparcoursen met oplopende moeilijkheidsgraad, soms midden in een bos – waarbij ook de natuurlijke begroeiing deel uitmaakt van het parcours – soms volledig artificieel. Deelnemers zijn verzekerd en dragen valbescherming.

Bezoekers

Als we kijken naar aantallen bezoekers van de klimparken en -bossen in Nederland zien we een spreiding van 12.000 tot 25.000. Het laagste bezoekersaantal zien we bij indoor Adventurepark Waddenfun in Noord-Groningen, en het grootste aantal bezoekers bij Fun Forest in Flevoland. Het verzorgingsgebied van Waddenfun is beduidend kleiner dan dat van het Green Edge Outdoor & Adventure Park in Pesse en de bereikbaarheid is ook een stuk minder gunstig. Bovendien betreft het een kleinschaliger park met een minder ‘spannend’ concept. Daaruit concluderen we dat Pesse minimaal op 12.000 bezoekers per jaar kan rekenen.

Fun Forest in Almere daarentegen bevindt zich in de nabijheid van grote steden als Almere en Amsterdam en heeft daarmee een aanzienlijk groter verzorgingsgebied. De 25.000 bezoekers die daar komen, zijn naar onze verwachting in Pesse niet haalbaar voor het klimbos, zoals die in de basisvariant wordt voorgesteld.

Kijken we naar de overige onderzochte klimbossen of –parken in Nederland, dan zien we dat bij de meeste parken het bezoekersaantal zo rond de 15.000 schommelt, waarbij sommigen beter scoren en sommigen wat slechter.

Rekening houdend met deze gegevens, ramen wij het verwachte aantal bezoekers op 15.000 bezoekers per jaar (‘normal case’), met een marge van 3.000 bezoekers, dus tussen de 12.000 (‘worst case’) en 18.000 (‘best case’) per jaar.

Prijzen per bezoeker

De prijzen per bezoeker voor de klimactiviteiten liggen tussen €11,50 en €19,95, mede afhankelijk van leeftijd. Gemiddeld genomen zien we dat een entreprijs van €15,- per bezoeker een zeer gangbare prijs is. De verwachte omzet op basis van de entreprijs per bezoeker komt daarmee uit tussen €180.000 (worst case) en €270.000 (best case).

Speelnatuur

Speelnatuur kenmerkt zich door een combinatie van veld en bos met eenvoudige, soms fysiek uitdagende voorzieningen veelal van natuurlijke materialen, waar kinderen spelenderwijs in aanraking komen met alles wat er in de natuur groeit en bloeit.

Bezoekers

De bezoekersaantallen aan de onderzochte ‘speelnatuur’ verschillen nogal. Veel speelnatuur is gratis. Dat zal ook in Pesse het geval zijn. Veel speelnatuur wordt ook in combinatie met andere voorzieningen aangeboden, waarbij de exacte omvang van het aantal bezoekers niet bekend is. Vanuit de benchmark lijkt het de speelnatuur wellicht nog het meeste op het speelbos Boeverijen, dat tussen de 30.000 en 50.000 bezoekers kan verwachten. De omvang van het terrein is echter

kleiner en de ligging ten opzichte van stedelijke centra is minder gunstig; daarom verwachten we in Pesse minder bezoekers. Als we bedenken dat het eiland Tiengemeten, waar men wél moet betalen, maar waar de bevolkingsomvang in de regio wel groter is, zo'n 15.000 bezoekers per jaar ontvangt, dan lijkt ons dit aantal een realistische schatting, met een marge van 10.000 (worst case) tot 20.000 (best case).

Besteding per bezoeker en omzet

Speelnatuur is in de meeste gevallen gratis. De ondernemer heeft daarom aangegeven géén toegangsprijs te willen vragen, om daarmee de potentiële bezoekersaantallen te verhogen, en deze terug te verdienen door een aantrekkelijk, aanvullend horeca-concept.

Boomkroonpad

Een boomkroonpad is een dragende constructie waarover de bezoeker wandelt tussen de boomkronen. Daarbij kan de bezoeker onderweg informatie tot zich nemen over de flora en fauna.

Bezoekers

Het boomkroonpad in Drouwen is het enige boomkroonpad in Nederland met 100.000 bezoekers per jaar. Het is erg moeilijk om op basis van dit ene Nederlandse voorbeeld een inschatting te maken van de bezoekersaantallen in Pesse. Bovendien verschilt de beleving van het boomkroonpad in Pesse op een aantal punten aanzienlijk van de beleving in Drouwen². Wat we uit recent onderzoek van ons bureau³ weten, is dat een 'boomkroonpad' door de Nederlandse consument als aantrekkelijk aanbod voor natuurbeleving wordt gezien. Dat geldt vooral de ingetogen aqua consument. Om een realistische inschatting te maken, lijkt het ons goed om ervan uit te gaan dat de bezoekersaantallen van het pad in Drouwen niet gehaald gaan worden in Pesse; het is immers een directe 'concurrent' in de regio. We gaan daarom uit van 25.000 bezoeker per jaar, wat ons zeer realistisch lijkt. In de worst case gaan we uit van 15.000 bezoekers, in de best case moeten toch zeker 35.000 bezoekers haalbaar zijn,

Besteding per bezoeker en omzetverwachting

Het boomkroonpad in Pesse is onderscheidend vanwege de mogelijkheid om uit te kijken op de overige bezoekers, en vanwege het uitzicht op het nabije natuurgebied Dwingelderveld. Omdat het eerste boomkroonpad in Nederland al lange tijd om zijn unieke karakter een trekpleister is, adviseren wij een gunstiger beprijzing van het boomkroonpad in Pesse, maximaal €3,- p.p. Uitgaande van 20.000 bezoekers per jaar komt de omzetverwachting daarmee uit op €60.000,-.

² In Drouwen bevindt het pad zich midden in het bos, met uitzicht over de boomtoppen en informatie over de natuur. In Pesse zal de wandelaar uitkijken over het klimpark (het boomkroonpad is een onderdeel van de constructie voor het klimpark), het Nationaal Park Dwingelderveld en de A28. De setting zal door de combinatie met het klimbos wel 'spectaculair' zijn.

³ Consumentenonderzoek natuurbeleving, Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, 2016

Horeca

Belangrijk is het bewustzijn dat een aantrekkelijke horecavoorziening (die past bij de leefstijl van de bezoekers, zie later in dit rapport) van groot belang is als het gaat om de omzet van het Green Edge Outdoor & Adventure Park. Het bedrijf Klimkong heeft voor vier verschillende parken de horeca-omzet per bezoeker aan ons gegeven. Dat geeft een uitstekend beeld van de mogelijke omzet in Pesse; bij Klimkong varieert dit tussen de €4,50 en €12,20 per persoon. Gemiddeld gaat het hierbij om €8,35. Dat lijkt ons een realistisch uitgangspunt voor de 'normal' case. Als we daarbij uitgaan van de 55.000 bezoekers in de normal case (gebaseerd op speelnatuur, klimbos en het boomkroonpad), dan komen we uit op een omzet van €459.250 in de horeca. Er zitten echter mogelijke dubbelingen in de bezoekersaantallen. Iemand die het boomkroonpad bezoekt, kan mogelijk ook de speelnatuur bezoeken, maar geeft maar één keer geld uit in de horeca. Het is moeilijk te achterhalen hoe groot deze factor is. We nemen hier een veilige factor: als correctie op dubbelingen houden we rekening met een factor van 15% over de geprognosticeerde omzethoreca. Hierdoor ontstaat een horeca-omzetprognose na correctie, gebaseerd op de normal case van € 390.362,50.

2.3 Conclusie basisuitvoering

We vatten de verwachtingen voor de bezoekersaantallen, de bestedingen per bezoeker en de omzet samen in onderstaande tabel.

Tabel 2.2: Overzicht van de verwachte bezoekersaantallen en bestedingen basisuitvoering

	Worst case	Omzet	Normal case	Omzet	Best case	Omzet	p.p.
Klimbos	12.000	€ 180.000,00	15.000	€ 225.000,00	18.000	€ 270.000,00	€ 15,00
Speelnatuur	10.000	€ 0,00	15.000	€ 0,00	20.000	€ 0,00	€ 0,00
Boomkroonpad	15.000	€ 45.000,00	25.000	€ 75.000,00	35.000	€ 105.000,00	€ 3,00
Totaal aantal bezoekers	37.000		55.000		73.000		
Horeca	31.450	€ 262.607,50	46.750	€ 390.362,50	62.050	€ 518.117,50	€ 8,35
Omzetverwachting		€ 487.607,50		€ 690.362,50		€ 893.117,50	

Bovenstaand schema geeft een beeld van de bezoekersaantallen en bestedingen in drie varianten. We beschouwen de tabel als een realistische inschatting, waarbij we adviseren de 'normal case' variant als leidend te laten zijn in de meerjarenbegroting.

2.4 Uitwerking en conclusie next level variant

Bovenstaande paragrafen gaan in op de zogenaamde 'basisuitvoering': een ambitieuze en bijzondere combinatie van speelnatuur, klimbos, een boomkronenpad met uitzichtspunt en horeca. Maar de ondernemer droomt van een plan dat nóg een stap verder gaat, dat onder de naam 'next level' in het ondernemersplan verder invulling krijgt. Zonder deze tot in detail uit te werken, zijn de belangrijkste toegevoegde elementen in de next level variant de volgende:

- Een extra groot klimpark, drie keer zo groot als de basisuitvoering. Bovendien kan er ook indoor geklommen kan worden. Dus ook bij slecht weer een aantrekkelijke klimlocatie.
- Een klimbos Extreme, met adrenaline-gedreven elementen als de quick jump, de pendel en de fly-as-a-bird. Daarmee wordt het in zijn totaliteit een klimbos zoals die in Nederland nog niet is gerealiseerd.
- Een indooromgeving met unieke elementen. Als invulling als 'slechtweeraaccommodatie' wil Green Edge een 'bunker' realiseren van 600 tot 1000 m2, welke volledig opgaat in de omgeving. Er kan daar indoor worden geklommen, zodat ook met slechter weer de Green Edge aantrekkelijk is voor bezoekers. Daarnaast wordt het 'Worldwide climbing' geïntroduceerd: klimmen met een VR-bril, een volledig nieuwe en unieke ontwikkeling. Tot slot kunnen allerlei groepsactiviteiten binnen worden georganiseerd (Avatar energy-game, escape-rooms, indoor BBQ etc.).
- Next level variant horeca. Deze variant is grootschaliger en leent zich daarmee ook voor specialere concepten. De horeca wordt daarmee meer een potentieel bezoekersmotief an sich, voor voorbijkomende automobilisten, wandelaars en fietsers die deze bijzondere horeca-ervaring willen ondergaan. Op de bovenverdieping zal een groepsaccommodatie in twee gescheiden delen worden gerealiseerd met een totale capaciteit van 55 personen.

Effecten op de bezoekersaantallen en bestedingen

Natuurlijk is het de bedoeling dat de next-level variant ook tot meer bezoekers en daarmee bestedingen gaat leiden. Dat dat zal gebeuren, leidt geen twijfel, omdat:

- De uniciteit van het park groter zal worden. Er zijn een aantal elementen die volstrekt uniek zijn, zeker in de voorgestelde samenstelling.
- De aantrekkingskracht groter zal worden. Een bijzonderder aanbod trekt ook meer toevallige voorbijgangers.
- De capaciteit van het park, ook bij slecht weer, groter zal worden.

De effecten op de bezoekersaantallen zijn moeilijk in te schatten, juist omdat er geen vergelijkbare voorzieningen in de benchmark zijn aangetroffen. Dat betekent dat we een inschatting moeten maken op basis van onze expert judgement. Deze hebben we in de volgende tabel weergegeven. Daaronder volgt een korte toelichting.

Tabel 2.3: Overzicht van de verwachte bezoekersaantallen en bestedingen next level

	<i>Worst case</i>	<i>Omzet</i>	<i>Normal case</i>	<i>Omzet</i>	<i>Best case</i>	<i>Omzet</i>	<i>p.p.</i>
Klimbos (inclusief indoor)	20.000	€ 300.000,00	25.000	€ 375.000,00	30.000	€ 450.000,00	€ 15,00
Speelnatuur	10.000	€ 0,00	15.000	€ 0,00	20.000	€ 0,00	€ 0,00
Boomkroonpad	15.000	€ 45.000,00	25.000	€ 75.000,00	35.000	€ 105.000,00	€ 3,00
VR-klimmen	5.000	€ 125.000,00	7.500	€ 187.500,00	10.000	€ 250.000,00	€ 25,00
Totaal	50.000		72.500		95.000		
Horeca	42.500	€ 354.875,00	61.625	€ 514.568,75	80.750	€ 674.262,50	€ 8,35
Extra horecabezoek	5.000	€ 41.750,00	10.000	€ 83.500,00	15.000	€ 125.250,00	€ 8,35
Omzetverwachting		€ 866.625,00		€ 1.235.568,75		€ 1.604.512,50	

Toelichting:

- Het best bezochte klimpark uit de benchmark was het park in Almere met 25.000 bezoekers. Het voorgestelde park in Pesse in de next level variant is unieker en heeft daardoor een nog grotere aantrekkingskracht. De ligging ten opzichte van het achterland (qua aantallen inwoners) is echter minder gunstig dan in Almere. Daarom achten we 25.000 een realistische inschatting.
- Het VR-klimmen is nog nergens ontwikkeld. Dat maakt het maken van een inschatting zeer moeilijk. Het concept past echter binnen een trend van verdere toepassingen van VR binnen de vrijetijdssector en zal naar onze inschatting op veel belangstelling kunnen rekenen. De inschatting van 7.500 is dan ook aan de voorzichtige kant en achten we zeker haalbaar⁴.
- In de next level variant zal de horeca een bestemming an sich worden, al dan niet in combinatie met een fiets-, wandel- of autotocht. Een extra bezoekersaantal van 10.000 per jaar achten we zeer realistisch.

⁴ Op verzoek van ons bureau heeft de ondernemer een capaciteitsberekening gemaakt. Deze berekening valt met 24.000 bezoekers aanmerkelijk hoger uit dan de hier geprognostiseerde 7.500 bezoekers.

3 Leisure Leefstijlen

In de analyse van vraag en aanbod in de hiernavolgende hoofdstukken maken we gebruik van de Leisure Leefstijlen, ontwikkeld vanuit de RECRON Innovatie Campagne. In dit hoofdstuk daarom een beknopte toelichting van deze methodiek.

De RECRON en Smart Agent Company hebben samen de Recreantenatlas ontwikkeld. De leefstijlen geven inzicht in het gedrag en de beleving van recreanten en toeristen op basis van psychologische en sociologische kenmerken. Zowel voor de verblijfsrecreatie (toeristen) als voor de dagrecreatie (recreanten) zijn belevingswerelden onderscheiden.

De leefstijlsegmentatie onderscheidt zeven belevingswerelden, ook wel leefstijlen genoemd, met allemaal een eigen kleur. Elke kleur staat voor een specifiek vrijetijdsprofiel. Deze 'Leisure Leefstijlen' zijn het uitgangspunt voor de analyse van vraag en aanbod voor verblijfsrecreatie in dit onderzoek. De zeven segmenten van de Leisure Leefstijlen zijn weergegeven in onderstaand kader.

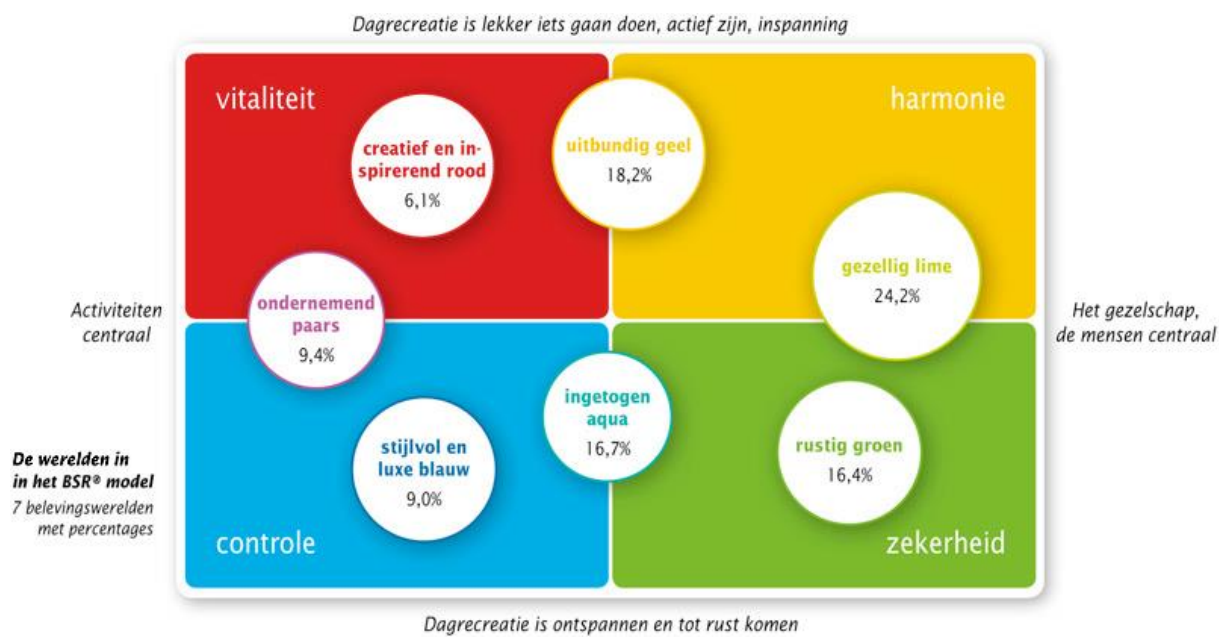
Figuur 3.1: De Leisure Leefstijlen, ontwikkeld door RECRON

Creatief en Inspirerend Rood	Creatief, op zoek naar uitdagingen en inspirerende ervaringen. Bewegen zich graag buiten de gebaande paden. Vaak hoog opgeleid, maar door het grote aandeel jongeren nog niet altijd een hoog inkomen. Recreatie betekent naast sportiviteit en ontspanning ook het zoeken naar vernieuwende stromingen, moderne kunst en andere culturen.
Uitbundig geel	Echte levensgenieters. Houden van samen met anderen actief en sportief recreëren. Vaak jonge gezinnen. Zoeken graag de gezellige drukte op, recreëren is lekker eten, genieten en leuke dingen doen. Beschikken over iets meer budget dan gemiddeld.
Gezellig lime	Recreëren is lekker vrij zijn, rust en ontspanning. Zijn gericht op het eigen gezin, de directe leefomgeving. Het gemiddeld inkomen ligt wat lager, zij zijn prijsgevoelig. Een braderie of rommelmarkt is gezellig, je komt er altijd wel iemand tegen. Veel gezinnen met wat oudere kinderen en oudere tweepersoonshuishoudens.
Rustig groen	Rustige recreanten. Geen grote wensen, houden van privacy en rust. Vaak één en tweepersoonshuishoudens in de oudere leeftijdscategorie. Willen de drukte vermijden en gaan daarom dus niet graag naar evenementen en grote attracties. In de eigen omgeving is genoeg moois te zien en te ontdekken, je hoeft er niet ver voor te reizen. Doe maar gewoon dan doe je al gek genoeg.
Ingetogen aqua	Rustige, geïnteresseerde recreanten. Zoeken inspirerende activiteiten. Gaan vaak samen met hun partner op stap. Waarderen sportieve en culturele mogelijkheden. Willen meedoen met de maatschappij en alle veranderingen die zij daarin zien.
Stijlvol en luxe blauw	Zelfverzekerd. Vinden dat ze in hun vrijetijd wel wat luxe en stijlvolle ontspanning verdienen. Zakelijk en intelligent. Houden van stijl en klasse, meer gericht op exclusievere vormen van recreatie. Recreëren is ontspanning en afstand nemen van de dynamiek van alledag. Actief sporten en aandacht besteden aan het sociale netwerk (ons soort mensen). Jonge één en tweepersoonshuishoudens en huishoudens met oudere kinderen.

Ondernemend paars	Laten zich graag verrassen en inspireren, met name door cultuur. Nieuwe dingen zien, ontdekken en beleven. Het gewone is vaak niet goed genoeg, op zoek naar een bijzondere ervaring. Cultuur, activiteit en sportiviteit. Ontspannen door sauna of een wellness arrangement. Vaker mensen van middelbare leeftijd, 35-54 jaar. Met name één- en tweepersoonshuishoudens. Voorkeur voor individuele activiteiten.
-------------------	---

In onderstaand schema geven we de segmentatie schematisch weer op de twee assen waar het model op is gebaseerd: de horizontale as geeft de oriëntatie op de groep aan (links gericht op de activiteit/het individu, rechts gericht op het gezelschap), de verticale as geeft de oriëntatie op inspanning en actief bezig zijn (bovenin, extroverte mensen) en ontspanning en tot rust komen (onderin, wat meer introverte mensen). Meer informatie vindt u op www.leisureleefstijlen.nl.

Figuur 3.2: Leisure Leefstijlen voor dagrecreatie.



Deze 'leefstijlen' zijn het uitgangspunt voor de analyse van vraag en aanbod in de volgende hoofdstukken.

4 Doelgroepen van het Green Edge Outdoor & Adventure Park

In dit hoofdstuk brengen we de beoogde voorzieningen van het Green Edge Outdoor & Adventure Park in beeld en geven we aan voor welke leefstijlen deze voorzieningen voornamelijk aantrekkelijk zijn. We baseren ons hierbij op de moodboards uit het document 'Uitwerking Masterplan', dat ons ter beschikking is gesteld. Wij geven hierbij aan welke leefstijlen deze voorzieningen het meest aanspreken.

4.1 Voor welke leefstijlen zijn de geplande voorzieningen aantrekkelijk?

We focussen ons bij de beschrijving op de onderdelen klimpark, speelnatuur en een boomkroonpad. Deze kunnen in veel verschillende vormen voorkomen. De uiteindelijke uitwerking, de beleving, van de voorzieningen bepaalt voor een belangrijk deel voor welke doelgroepen de voorziening aantrekkelijk is. Daarom baseren we ons vooral op de moodboards uit het masterplan.

Het Klimpark



Afbeelding 4.1: Impressie van het klimpark

Het klimpark start op het niveau van kinderen vanaf twaalf jaar, en biedt op het hoogste niveau uitdaging aan de sportieveling.

Een klimparcours met uitdagingen zoals in beeld gebracht in het moodboard is vooral erg aantrekkelijk voor mensen met een **Uitbundig gele leefstijl**. Het gaat hier om mensen met een actieve levensstijl, die houden van een sportieve uitdaging – in groepsverband – in de buitenlucht. De meest uitdagende parcoursen, zoals de zipline, kunnen ook aantrekkelijk zijn voor **Ondernemend paarse** leefstijlconsumenten. Deze groep wordt aangetrokken door recreatieve voorzieningen die

vernieuwend en vooral zeer fysiek uitdagend zijn. Ook de **Creatief en inspirerend** rode consument houdt van actieve inspanning. Voor hen zijn de natuurlijke materialen en de duurzaamheid van het concept ook aantrekkelijk.

Speelnatuur

“Klauteren, hutten bouwen en in aanraking komen met insecten”, dat is onder meer wat het Green Edge Outdoor & Adventure Park in petto heeft voor de jongere kinderen. Daarbij wil de opdrachtgever voorzieningen aanleggen voor de jongste kinderen (3 – 6 jaar) en de kinderen in de leeftijdscategorie zes tot twaalf. Hieronder volgen twee moodboards voor de leeftijdscategorie drie tot zes jaar (afb. 4.2 en 4.3) en twee voor zes- tot twaalfjarigen (afb. 4.4 en 4.5).



Afbeelding 4.2: Impressie van de speelnatuur voor kinderen van 3 tot 6 jaar



Afbeelding 4.3: Impressie van de voorzieningen voor drie- tot twaalfjarigen



Afbeelding 4.4: Impressie van de speelnatuur voor zes- tot twaalfjarigen



Afbeelding 4.5: Impressie van de voorzieningen voor kinderen in de leeftijdscategorie 6 – 12

In de speelnatuur zoals de opdrachtgever die voor ogen heeft kunnen kinderen zich lekker uitleven en vies worden. De voorzieningen prikkelen en zetten aan tot het zoeken naar creatieve oplossingen. Daarnaast is er de educatieve component van het spelenderwijs in aanraking komen met flora en fauna.

De speelnatuur spreekt met name de Uitbundig gele en Creatief en Inspirerend rode leefstijlconsumenten aan. In de Gele leefstijl is sensitieve beleving erg belangrijk: met je voeten in de modder en lekker vies worden. Voor de Rode leefstijlconsumenten is creativiteit en uitdaging belangrijk. Daarnaast zal ook de Aqua consument zich aangesproken voelen, vanwege de natuurlijke materialen en het educatieve element van spelen in de natuur.

Veel hangt af van de uiteindelijke uitwerking. Het unieke, het spannende, het natuurlijke en het vernieuwende zoals die door Green Edge wordt gepresenteerd, past echter voor bij geel, rood en aqua.

Boomkroonpad



Afbeelding 4.6: Impressie van het boomkroonpad

Het boomkroonpad zoals voorgesteld door de opdrachtgever heeft twee belangrijke functies. Het pad leidt bezoekers tussen de bomen en biedt een bijzonder inzicht in het leven op het niveau van de boomkronen. Daarnaast geeft het hoogste punt, de uitkijktoren, niet alleen een fantastisch uitzicht over de omgeving, maar is het ook een uitstekend markeerpunt en uithangbord voor het Green Edge Outdoor & Adventure Park zelf, doordat het vanaf de A28 goed zichtbaar is.

Voor welke leefstijlen een boomkroonpad aantrekkelijk is, hangt in grote mate af van de invulling van het concept, alhoewel uit recent consumentenonderzoek van ons bureau blijkt dat vooral de aqua doelgroep zich aangetrokken voelt tot een boomkroonpad. De enige referentie in Nederland, dus ook in ons consumentenonderzoek, is het bestaande boomkroonpad in Drouwen (zie hoofdstuk 6). Het boomkroonpad in Drouwen is niet zozeer avontuurlijk, maar vooral heel informatief. Een meer avontuurlijk en uitdagend boomkroonpad, zoals in Pesse, kan ook aantrekkelijk zijn voor uitbundig gele bezoekers. Daarnaast is onze inschatting dat ook ingetogen aqua dat nog steeds aantrekkelijk zal vinden. Voor rood is het unieke karakter van het pad weliswaar aantrekkelijk, maar zal de beleving waarschijnlijk niet spannend genoeg zijn. Ons advies is om het boomkroonpad in Pesse uitdagend en avontuurlijk te maken, zodat er een onderscheidend vermogen is ten opzichte van het bestaande pad in Drouwen.

Next level

De next level variant wordt nóg spannender, nog moderner (VR-techniek), nog onderscheidender. We kunnen er daarmee één hele duidelijke doelgroep aan toevoegen: de paarse consument, die op zoek is hippe, moderne en uitdagende belevingen en die echt de trendsetters van de toekomst willen zijn. Met de next level variant speelt de Green Edge in op nog een bredere doelgroep.

Overige voorzieningen

Hoewel het klimbos, de speelnatuur en het boomkroonpad wel de kern uitmaken van het plan voor het Green Edge Outdoor & Adventure Park, is er meer te beleven voor de bezoeker. We bekijken hier voor een aantal aanvullende concepten en voorzieningen ook de leefstijkleuring. Het gaat om ideeën die zorgen voor een verrijking van de ervaring van bezoekers, zoals de mogelijkheid om zelf pannenkoeken te bakken, een BBQ-plaats en back-to-basic verblijfsaccommodaties. We geven hieronder een korte weergave van een aantal overige (mogelijke) voorzieningen, met hun voornaamste aantrekkingskracht (NB de aantrekkingskracht hang voornamelijk af van de concrete invulling en geboden beleving! Als bijvoorbeeld een BBQ wordt voorzien van biologische etenswaren, bijzondere recepten in een bijzondere setting kan het heel erg rode ervaring worden! Daar hebben we in onderstaand schema geen rekening mee gehouden, maar is wel cruciaal voor de verdere uitwerking):

Voorziening	Korte toelichting	Voornamelijk aantrekkelijk voor
Buiten BBQ-plaats	Mogelijkheid om zelf te BBQ-en op een veld	Geel, lime
Zelf pannenkoeken bakken	Blokhut huren, waar het gezelschap na afloop van de activiteiten zelf op het terrein pannenkoeken kan bakken met aangeleverd beslag	Geel, rood, lime
Horeca	In gebouw in de vorm van een schaapskooi	Hangt volledig af van de uitwerking
Algehele duurzame karakter van het park	Energie-neutraal, duurzame materialen	Rood, aqua
Outdoor activiteiten als highland games	Aanvullende groepsactiviteiten	Geel, lime

Met bovenstaande activiteiten zijn we eigenlijk nog niet eens compleet in de beschrijving van het concept van het Green Edge Park. De ondernemer heeft in de afgelopen tijd intensief contact gelegd met vele partijen in de omgeving, om zoveel mogelijk als poort naar het achterliggende gebied te

fungeren, via fiets- en wandeltochten, of op andere manieren zoals huifkarren. Maar ook het verhaal van de omgeving vertellen, waar het verhaal van de 'Kano van Pesse' een belangrijk onderdeel vanuit maakt, hoort bij het concept van Green Edge. Dat hebben we niet nader uitgewerkt naar kleuren.

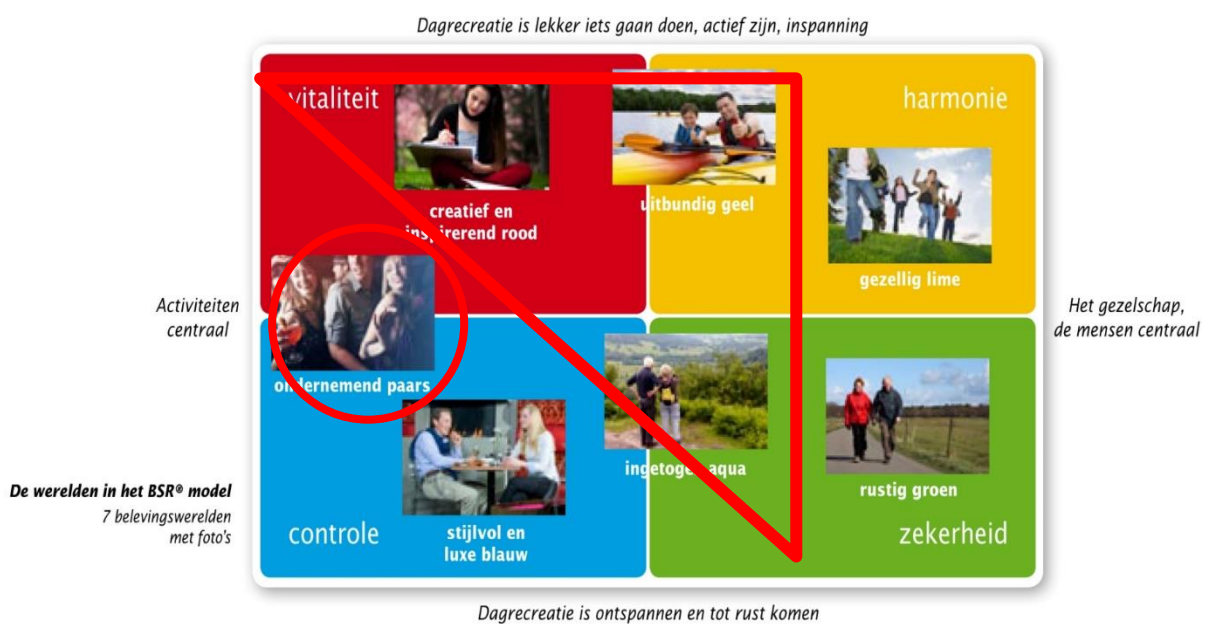
4.2 Conclusie

Uit bovenstaande analyse komt naar voren het Green Edge Outdoor & Adventure Park vooral interessant is voor de leefstijlen Uitbundig geel, Creatief en inspirerend rood en Ingetogen aqua. Vooral het klimbos en de speelnatuur bieden bezoekers avontuur en een uitdagende inspanning: interessant voor Geel en Rood. Het aspect van spelenderwijs kennis maken met flora en fauna is weer aantrekkelijk voor Aqua leefstijlconsumenten. Op termijn zal mogelijk ook de gezellig lime groep steeds geïnteresseerder raken in het concept; zij laten zich in het 'model' graag inspireren door activiteiten die de uitbundig gele groep onderneemt. Door het toevoegen van wat laagdrempelige elementen (zonder afbreuk te doen aan de sterkte van het huidige voorgestelde concept) kan deze verbreding naar lime mogelijk nog iets versneld worden.

In de **next level** variant kunnen we daar de paarse consument aan toevoegen: de hippe vernieuwers, die op zoek zijn naar uitdaging en avontuur op een moderne en bijzondere wijze vorm gegeven.

Het is vooral van belang om bij de uitwerking van de verschillende onderdelen, ook de aanvullende activiteiten, deze zo veel mogelijk in dezelfde beleving uit te voeren. We komen daar in het advieshoofdstuk op terug. Voor een uitgebreidere beschrijving van de belevingswerelden van de belangrijkste doelgroepen voor het Green Edge Outdoor & Adventure Park verwijzen wij u naar een schematische weergave van de 'gele', 'rode' en 'aqua' belevingswereld in bijlage 3.

Figuur 4.2: Het Green Edge Outdoor & Adventure Park in het leefstijlmodel (driehoek is de basisuitvoering, de cirkel is de toevoeging bij de next level variant).



5 Vraaganalyse voor het Green Edge Outdoor & Adventure Park in Pesse

Nu we weten dat het Green Edge Outdoor & Adventure Park in Pesse vooral aantrekkelijk is voor de leefstijlen Uitbundig geel, Creatief en inspirerend rood en Ingetogen aqua, gaan we kijken in welke omvang deze leefstijlen aanwezig zijn op lokaal en regionaal niveau. We kijken hiervoor naar de 'leefstijlkleuring' van de inwoners van de gemeente Hoogeveen, de omliggende regio en de kleuring van de verblijfsrecreanten in de provincie Zuidwest-Drenthe.

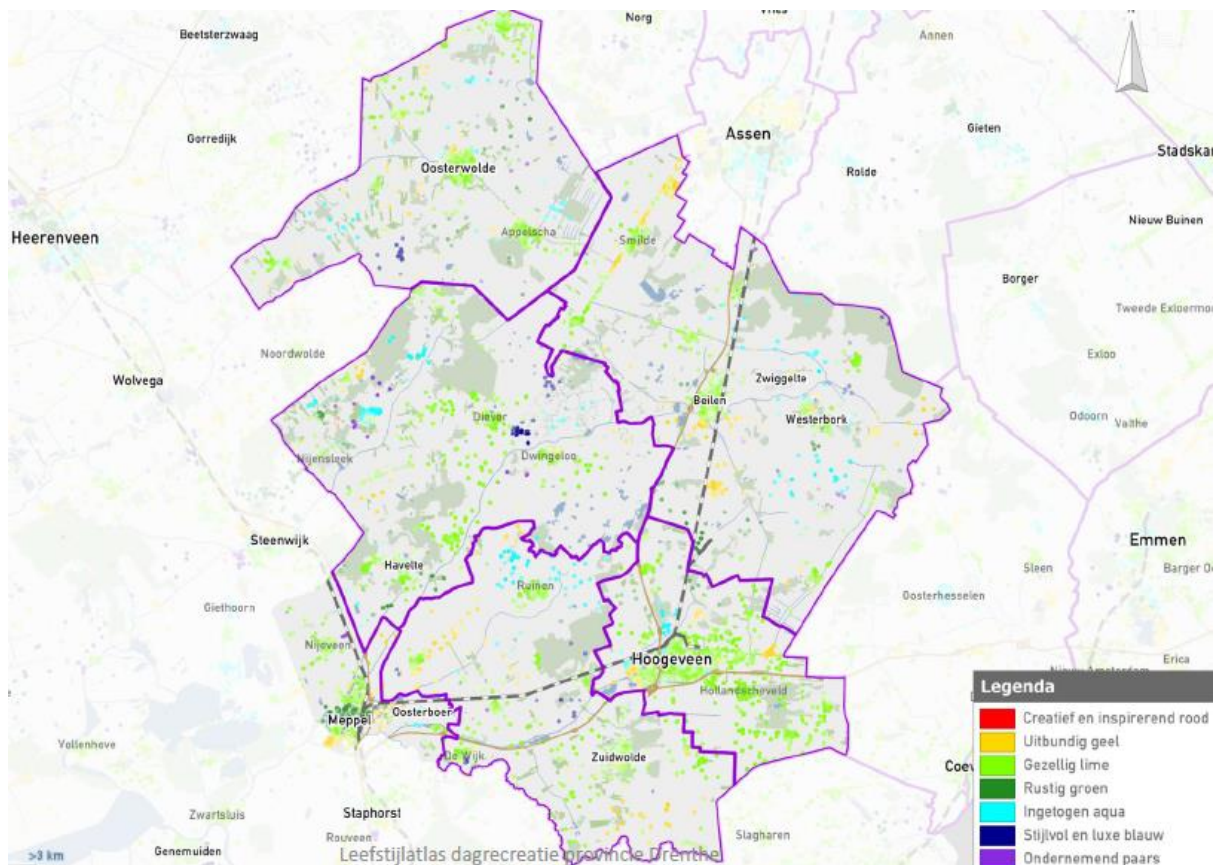
5.1. Vraag vanuit inwoners van de gemeente en de omliggende regio

Welke leefstijlen zijn er te vinden in de gemeente Hoogeveen en de omliggende regio? Voor de kleuring van de inwoners kijken we naar twee schaalniveaus:

1. De inwoners op lokaal niveau (de gemeente Hoogeveen zelf)
2. De inwoners op regionaal niveau⁵

Op gemeentelijke schaal zijn hiervoor data beschikbaar, waarmee op straatniveau bekend is waar welke leefstijlen wonen. We geven op het kaartje hieronder (Afb. 5.1) de gegevens voor de gemeente Hoogeveen en de omliggende regio weer. Het is goed om te beseffen dat op het kaartje (alleen) de meest dominante leefstijlkleur zichtbaar is. Het is dus goed mogelijk dat in een 'aqua' straat bijvoorbeeld ook 'gele' of 'rode' mensen wonen. Het is bij de analyse dus ook van belang de achterliggende data te gebruiken en niet alleen het kaartbeeld.

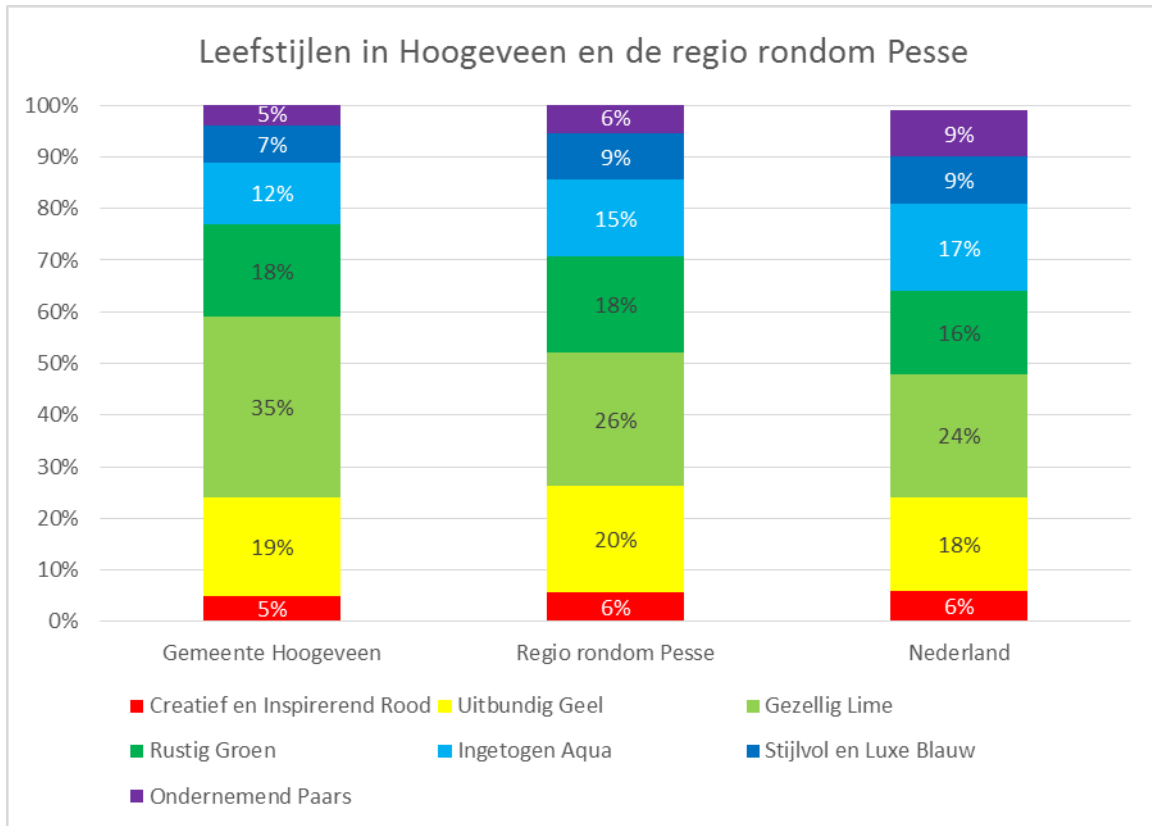
⁵ De regio bestaat uit de regio Zuidwest-Drenthe (inclusief Ooststellingwerf), Assen, Drentse Aa, Coevorden, Emmen, Steenwijkerland en Staphorst.



Afbeelding 5.1: Kaart uit de leefstijlatlas voor de gemeente Hoogeveen en de regio Zuidwest-Drenthe, inclusief Ooststellingwerf, met een weergave van de dominante leefstijlen per postcodegebied. Voor een grotere afbeelding, zie bijlage 2.

Welk beeld zien we als we de leefstijlen bekijken op gemeentelijk en regionaal niveau? We zetten in figuur 5.1 de gegevens van de gemeente Hoogeveen naast die van de omliggende regio en het Nederlandse gemiddelde.

Figuur 5.1: Verdeling van de leefstijlprofielen voor de gemeente Hoogeveen, de regio rondom Pesse en geheel Nederland. De achterliggende data is afkomstig uit de Leefstijlatlas voor de provincie Drenthe.



Het is belangrijk te beseffen dat de bevolking van de gemeente Hoogeveen en de bevolking van de gehele regio zeer sterk in omvang verschillen. Zo wonen er in de gemeente Hoogeveen 55.262 mensen⁶ en staat 1% dus voor circa 553 mensen. De 'regio rondom Pesse' heeft 510.618 inwoners en daar staat 1% dus voor 5.106 inwoners.

We kunnen op basis van figuur 5.1 de volgende conclusies trekken:

- In de gemeente Hoogeveen en de regio vormt lime verreweg de grootste groep. Vooral in de gemeente Hoogeveen is deze leefstijl met 35% erg dominant en veel groter dan het Nederlands gemiddelde. Ook de 'gele' en 'groene' leefstijlen behoren tot de grootste leefstijlen in de gemeente en de regio.
- De kleinste groepen worden in de gemeente en de regio gevormd door de 'paarse', 'rode' en 'blauwe' leefstijlen. Daarbij is de 'paarse' groep ook nog eens beduidend kleiner dan gemiddeld in Nederland, zowel in de gemeente Hoogeveen (5%) als in de omliggende regio (6%).
- De Gele, Rode en Aqua leefstijlen, de belangrijkste doelgroepen voor het Green Edge Outdoor & Adventure Park in Pesse, vormen in Hoogeveen samen 36% van de totale bevolking. Als we kijken op regionaal niveau is dat 41%. Het gaat daarbij dus om een

⁶ Bron CBS Statline

substantieel deel van de bevolking. Het is wel belangrijk om te beseffen dat vooral de rode groep maar een kleine groep is in de regio en dat deze vooral in de steden te vinden zijn. Zo is Groningen (NB niet in bovenstaande analyse betrokken) een grote stad op wat grotere afstand, waar veel 'rode' consumenten wonen.

Om een beeld te krijgen van hoeveel mensen met een rode, gele of aqua leefstijl in de regio wonen, geven we hieronder in tabel 5.1 een getalsmatig overzicht:

Tabel 5.1: Regionaal verzorgingsgebied.

Totaal verzorgingsgebied	510.618 inwoners
Creatief en inspirerend rood	29.162
Uitbundig geel	104.580
Gezellig lime	132.792
Rustig groen	94.371
Ingetogen aqua	76.445
Stijlvol en luxe blauw	45.918
Ondernemend paar	31.320

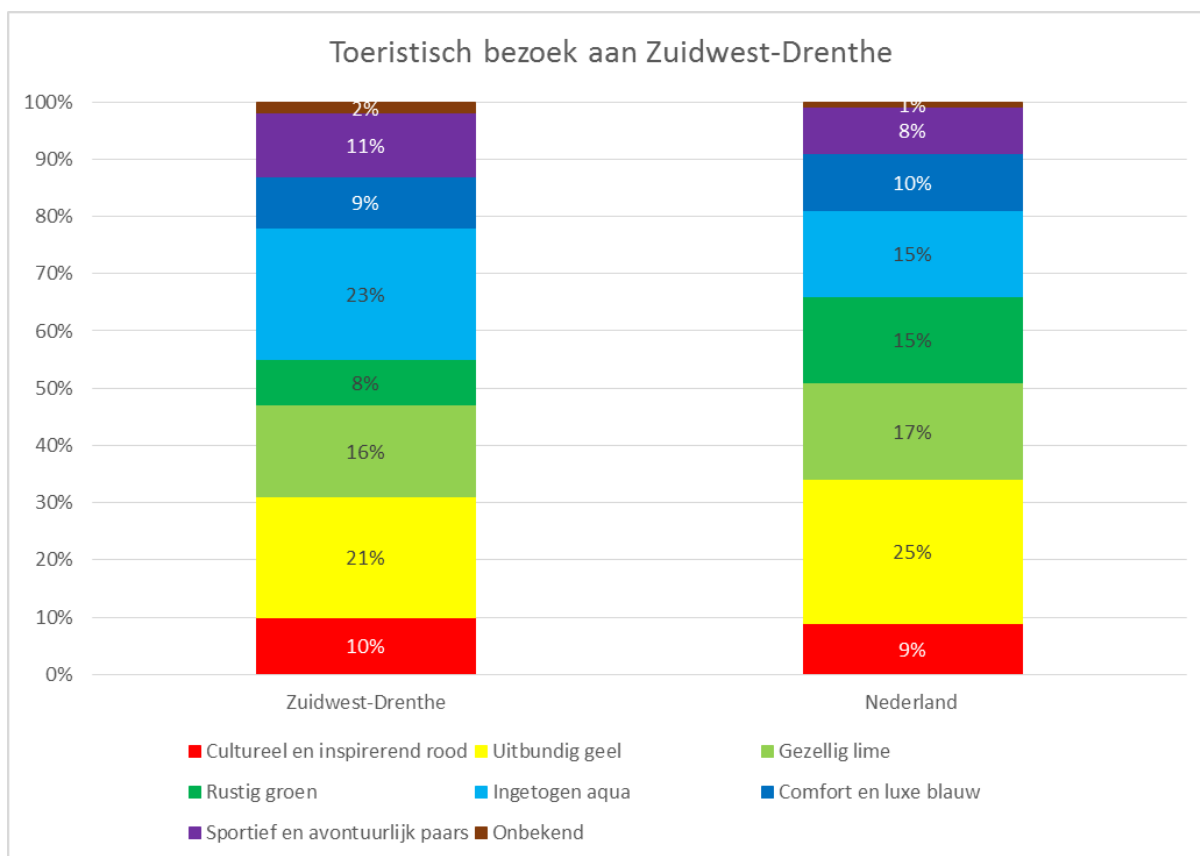
De 'rode', 'gele' en 'aqua' leefstijlen vormen samen een groep van 210.187 consumenten voor wie de voorzieningen van het Green Edge Outdoor & Adventure Park potentieel aantrekkelijk zijn. In de **next level** variant komen daar nog eens 31.320 mensen in het gebied bij (de parse consumenten).

5.2 Vraaganalyse verblijfsrecreanten/toeristen in Zuidwest-Drenthe

Het Green Edge Outdoor & Adventure Park zal uiteraard niet alleen bezocht worden door bewoners uit de gemeente Hoogeveen en de regio, maar ook door toeristen die in de regio Zuidwest-Drenthe verblijven.

Voor de leefstijlkleuring van de toeristische bezoekers van de regio kijken we naar de gegevens voor Zuidwest-Drenthe.

Figuur 5.2: Toeristisch bezoek aan Zuidwest-Drenthe en de toeristische gegevens voor heel Nederland. Bron: CVO



In aantallen hebben we het over ruim 136.000 vakanties per jaar⁷.

Welke conclusies kunnen we trekken op basis van de leefstijlgegevens van de verblijfsrecreanten in Zuidwest-Drenthe?

- De grootste groep verblijfsrecreanten bestaat uit mensen met een Aqua-leefstijlprofiel;
- De leefstijlen Aqua, Geel en Rood vormen samen 54% van de toeristische bezoekers van Zuidwest-Drenthe. Het gaat ook hier dus om een substantiële groep.
- Ten opzichte van het Nederlandse gemiddelde is de Aqua-groep opvallend veel groter in Zuidwest-Drenthe (15% tegenover 23%). Daarnaast komen er naar Zuidwest-Drenthe aanmerkelijk meer Paarse leefstijlconsumenten (11%) dan gemeten over heel Nederland (8%). De Rustig groene toerist kiest beduidend minder vaak voor Zuidwest-Drenthe: 8% ten opzichte van 15% in heel Nederland.

⁷ Bron: CBS Continu Vakantie Onderzoek (CVO)

5.3 Conclusie

Uit de vraaganalyse kunnen we concluderen dat de groepen 'rood', 'geel' en 'aqua' een substantieel aandeel van zowel de inwoners van de regio als de toeristen aan Zuidwest-Drenthe uitmaken. Voor de inwoners geldt dat vooral de 'gele' groep groot is, voor de toeristen zien we juist wat meer 'aqua' toeristen.

6 De concurrentie

In dit hoofdstuk brengen we in de regio de marktpartijen in kaart met een (deels) vergelijkbaar aanbod, om te kijken hoe het Green Edge Outdoor & Adventure Park in Pesse zich kan onderscheiden in concept en wat betreft doelgroepen. We geven een impressie van de ondernemingen met een korte beschrijving en een aantal beelden. Aanvullend geven we een indicatieve ‘kleuring’ van de ondernemingen *op hoofdlijnen* volgens de methode van de Leisure Leefstijlen, op basis van de informatie die de websites van de ondernemingen ons biedt.

We hebben voor de concurrentieanalyse gekeken naar bedrijven in een straal van 40 kilometer rondom Pesse. Dat heeft het volgende kaartbeeld:



Afbeelding 5.1: Concurrerende bedrijven in een straal van 40 kilometer rondom Pesse

6.1 Hoe ziet de concurrentie eruit?

Het doel van dit hoofdstuk is een indruk te geven van de concurrentiekracht van vergelijkbare ondernemingen in de omgeving van Pesse. De concurrentiekracht geven we weer in ‘plussen’ (+, ++ of +++), waarbij een olopend aantal plussen staat voor meer concurrentiekracht. De concurrentie bepalen we door te kijken naar het concept/de voorziening en de doelgroep van de voorziening. Hoe meer overeenkomsten, hoe hoger de concurrentiekracht naar onze inschatting.

Als we in vogelvlucht naar de concurrentie kijken, zien we dat er in alle gevallen sprake van slechts een gedeeltelijke overlap met de plannen voor het Green Edge Outdoor & Adventure Park in Pesse. In Hoogeveen hebben we tweekleinschalige initiatieven gevonden, die vooral in dit onderzoek zijn opgenomen om een volledig beeld te geven; de concurrentiekracht is relatief klein.

Wij hebben de volgende concurrentie aangetroffen in een straal van 40 kilometer rondom Pesse:

- Buitencentrum Boomkroonpad en Speelbos Lorken in Drouwen
- Klimpark en –bos in Appelscha en de Klimtoren in Veenhuizen
- Outdoor belevingspark Joytime Grolloo
- Speelboerderij Drentse Koe in Ruinerwold
- Molecaten Outdoor in Wezuperbrug
- Drenthe Xperience in Gasselte
- Outdoor Adventure Imbos in Hoogeveen
- Natuurontdekplek in Zuiderpark Hoogeveen
- Droom-, speel- en ontdektuin De Kleine Tuinman in Dedemsvaart
- Sportlandgoed in Zwartemeer

Hieronder volgt een uitgebreidere beschrijving van de concurrentie.

Buitencentrum Boomkroonpad en Speelbos Lorken (++)

Leefstijlkleuring: Ingetogen aqua (primair), mogelijk ook groen, blauw of geel.

Bij Buitencentrum Boomkroonpad kun je terecht voor allerlei activiteiten, een presentatie over het bosleven en een winkel met leuke spullen. Bij het centrum is een speelbos en een horecavoorziening aanwezig.

Op mensen die echt alleen maar tussen de kruinen van bomen willen lopen, zal het boomkroonpad in Drouwen altijd een onweerstaanbare aantrekkingskracht uitoefenen. Het speelbos Lorken is heel basic in opzet, met weinig voorzieningen. Het aanbod van het Green Edge Outdoor & Adventure Park is in tegenstelling tot het boomkroonpad in Drouwen gevarieerd en oefent daarmee aantrekkingskracht uit op een bredere schakering van leefstijlen.





De Jongens van Outdoor: klimpark en –bos in Appelscha en klimtoren in Veenhuizen (+++)

Leefstijlkleuring: Uitbundig geel, Ondernemend paars

De Jongens van Outdoor richt zich op de actieve recreant, met onder meer een klimbos, een klimtoren en verschillende vormen van waterrecreatie. Er worden uiteenlopende outdoor activiteiten georganiseerd.

Voorzieningen: ATB-tochten, The Target, Fort Veenhuizen, Wie is de Mol, gps-tochten, boogschieten, The Money Game, kanovaren, vlot bouwen, klootschieten, bubble voetbal, Night ride, klimbos, klimpark, klimtoren, outdoor cooking, barbecueën, Kook workshops, golf clinic, Stand-up paddling.

Jongens van Outdoor heeft een zeer uitdagende klimvoorziening neergezet. Dit is ook een van de *selling points* van het Green Edge Outdoor & Adventure Park in Pesse. De 'langste zipline van Nederland' zal echter ook voor de echte outdoorjongens onweerstaanbaar zijn.





Outdoor belevingspark Joytime Grolloo (+++)

Leefstijlkleuring: Uitbundig geel, Creatief en Inspirerend rood

Joytime organiseert recreatieve en sportieve out- en indoor activiteiten voor “*alle denkbare groepen*”. Het hele jaar worden er activiteiten georganiseerd, en dat is mede mogelijk omdat er indoor faciliteiten zijn. De voorzieningen zijn met name gericht op oudere kinderen en volwassenen.

Behalve voor activiteiten kun je bij Joytime ook terecht voor horeca-arrangementen, met onder meer een strandpaviljoen en een recreatieboerderij.

Voorzieningen: Speelbos, survivalbaan, klimwand, mountainbiken, boogschieten, boulderwand, Kleintje Klimpark, Klimpark Grolloo, Western Games, speurpuzzeltocht.

Het Green Edge Outdoor & Adventure Park in Pesse heeft veel elementen in zich die we ook terugzien bij Joytime. Het komt uiteindelijk op een goede uitwerking concept en doeltreffende marketing aan om deze concurrentie het hoofd te kunnen bieden. De ligging van Pesse aan de snelweg A28 kan voordelig zijn; Joytime ligt aan de N376.





Speelboerderij Drentse Koe in Ruinerwold (+)

Leefstijlkleuring: Gezellig lime, Rustig groen, Ingetogen aqua

De Drentse Koe is een melkveehouderij die begonnen is met het verkopen van consumptie-ijs van de eigen melk op het eigen terrein. Naar verloop van tijd is deze USP uitgegroeid tot een volwaardige speelboerderij. De voorzieningen zijn met name gericht op jonge kinderen.

Voorzieningen: (Indoor) speelboerderij, boerderijwinkel met streekproducten, maïsdoolhof, kookworkshops.

De Drentse Koe trekt families met jonge kinderen. Papa en mama, opa en oma, kunnen fijn achterover leunen op het terras, terwijl de kleintjes in een veilige omgeving spelen. Dat staat lijnrecht tegenover de beleving van het Green Edge Outdoor & Adventure Park, dat een avontuurlijke, actievere en uitdagender omgeving biedt.





Molecaten Outdoor in Wezuperbrug (++)

Leefstijlkleuring: Uitbundig geel, Blauw/Paars secundair

Molecaten Outdoor richt zich vooral op de avontuurlijke, actieve recreant, mensen die houden van “een flinke dosis spanning en sensatie”. Er zijn voorzieningen voor kinderen vanaf vier jaar, het merendeel is gericht op oudere kinderen en volwassenen.

Voorzieningen: Bungalowpark Kuierpad, skibaan, klimpark, boogschieten, kanoën, vlot bouwen, restaurant en skihut.

Molecaten Outdoor lijkt zich met name te richten op Uitbundig gele leefstijlconsumenten en is daarmee een belangrijke concurrent. Mogelijk is hier ook sprake van aantrekkingskracht op Blauwe en Paarse consumenten.





Drenthe Xperience in Gasselte (+)

Leefstijlkleuring: Uitbundig geel, Gezellig Lime

Drenthe Experience profileert zich met voorzieningen voor actieve groepsuitjes en kinder- of familie-, of bedrijfsfeestjes. Op het terrein is een snackbar en restaurant aanwezig. Overnachting is mogelijk op de nabijgelegen camping De Lente van Drenthe.

Voorzieningen: Camping, team building dag, highlandgames, mountainbike clinic, klootschieten, fotopuzzeltocht, gps-speurtocht, mammoettrein, boogschieten, vlot bouwen, katapult bouwen en paintball.

Drenthe Xperience in Gasselte is een organisator van outdooractiviteiten voor volwassenen en oudere kinderen. Het draait hier vooral om de aanvullende activiteiten die bij het Green Edge Outdoor & Adventure Park worden geëxploiteerd. In Gasselte vinden we geen klimpark, speelbos of boomkroonpad.



Droom-, speel- en ontdektuin De Kleine Tuinman in Dedemsvaart (+)

Leefstijlkleuring: Creatief en inspirerend rood primair, Ingetogen aqua secundair.

De kleine tuinman is een plek waar kinderen kunnen spelen en op ontdekkingstocht kunnen gaan in een natuurlijke omgeving. Maar ook een *“plaats waar begeleiders van jonge kinderen in gesprek met elkaar komen, workshops kunnen volgen en advies krijgen over de pedagogische kant van natuurlijk kinderspel”*.

De kleine Tuinman is een goed voorbeeld van een ‘rode’ invulling van een natuurspeelplaats. Er is een sterke pedagogische component. Kinderen hebben alle vrijheid om zelf te ontdekken. Workshops bieden ouders de gelegenheid om zich te ontwikkelen. Deze voorziening is gericht op jonge kinderen en concurreert dus alleen voor deze leeftijdscategorie.



Sportlandgoed in Zwartemeer (+)

Leefstijlkleuring: Uitbundig geel primair, Gezellig Lime secundair

“Niks is te gek! Wij hebben voor iedereen een arrangement bij het Sportlandgoed en gaan er samen met jou een feest van maken! Of het nou een familiedag, bedrijfsfeest, personeelsfeest of een vrijgezellenfeest is wij hebben een passend arrangement voor jou! Combineer een weekje Camping of een weekend in de Blokhut met een of meerdere activiteiten en maak je vakantie een unieke belevenis!”

Voorzieningen: 35 blokhutten, camping, twee restaurants en een sportcafé, zalenaccommodatie, buggy rijden, paintball, survival, golf course (18 holes), indoor midgetgolf, all weather tennisbanen, trouwlocatie.

Het accent ligt hier op de organisatie van sportieve outdoor activiteiten voor groepen. Hier is wellicht sprake van vergelijkbaarheid en concurrentie op het gebied van de sportieve uitdaging, maar klimvoorzieningen ontbreken bij deze onderneming.



Outdoor Adventure Imbos in Hoogeveen (+)

Leefstijlkleuring: Lime en Groen, met Rode elementen

Outdoor Adventure Imbos is een kleine ondernemer in Hoogeveen die outdoor activiteiten organiseert voor kleine groepen, met de mogelijkheid voor catering.

Voorzieningen: Steppen, boogschieten, gps-tochten, vlot bouwen, outdoor cooking, bamboe object bouwen en highland games.



Natuurontdekplek in Zuiderpark Hogeveen (+)

Leefstijlkleuring: Creatief en inspirerend rood, Ingetogen aqua

Een klein gedeelte van het Zuiderpark in Hogeveen wordt ingericht als Natuurontdekplek (NOP). Kinderen kunnen hier op een speelse manier in aanraking komen met de natuur. Kinderen, ouders en omwonenden helpen met de inrichting en onderhoud van het terrein. Vanaf het vroege voorjaar tot in de herfst wordt er regelmatig door Stichting Welzijnswerk Hogeveen in samenwerking met natuurvereniging IVN Hogeveen, een natuur of outdoor activiteit georganiseerd. Bij slecht weer is er ook de mogelijkheid tot binnenactiviteiten.

Voorzieningen: broodjes bakken, natuurkunstwerk maken, kanoën, boompjes poten, hutten bouwen, bodemonderzoek, bootjes bouwen en speurtochten.



6.2 Conclusie

De concurrentieanalyse toont aan dat veel bedrijven aantrekkelijk zijn voor de uitbundig gele consument. Dat is niet zo vreemd, want hier zien we de grootste groep actieve en sportieve gezinnen, die houden van avontuur en uitdaging. Het Green Edge Outdoor & Adventure Park in Pesse kan zich met name onderscheiden door rode en aqua elementen in te brengen. Vooral door het thema creativiteit, natuurlijke materialen, vernieuwing en ecologie in het concept te brengen kan het Green Edge Outdoor & Adventure Park zich onderscheiden.

7 Conclusies en advies

7.1 Conclusies

Op basis van het onderzoek kunnen we de volgende conclusies trekken:

- *Te verwachten bezoekersaantallen en omzet*
Het Green Edge Outdoor & Adventure Park in Pesse zet zichzelf zonder enige twijfel met een onderscheidend concept op de kaart van het dagrecreatieve aanbod van Zuidwest-Drenthe. We hebben in hoofdstuk 2 gezien dat voor het klimbos, de speelnatuur en het boomkroonpad het Green Edge Outdoor & Adventure Park kan uitgaan van 55.000 bezoekers per jaar - een zeer realistische schatting. De omzet ramen wij op basis van de benchmarkanalyse op ruim €690.000. Tegelijkertijd geloven we dat bij een sterk onderscheidend en samenhangend concept en dito marketing hogere bezoekersaantallen en omzetten zeker mogelijk zullen moeten zijn. Daarom laat de 'best case' variant die wij in hoofdstuk 2 presenteerden ook een flink hoger aantal bezoekersaantallen en bijbehorende bestedingen zien. In de ambities van de next level variant zien we nog meer potentie als het gaat om bezoekersaantallen: 82.500⁸ (normal case) met een bestedingsniveau van ruim 1,2 miljoen euro.
- *De belangrijkste doelgroepen voor het Green Edge Outdoor & Adventure Park*
In dit onderzoek hebben we gekeken naar de leefstijkleuring van het aanbod. Voor welke doelgroepen zijn het klimpark, de speelnatuur en het boomkroonpad interessant? Hier komen we tot de conclusie dat het concept aansluit bij de Gele, Rode en Aqua leefstijlconsument vanwege de avontuurlijke actieve, zinnenprikkelende (natuur)beleving die het concept aan families biedt, in combinatie informatievoorziening over de natuur en het cultuurlandschap. Deze groepen vormen tezamen een redelijk groot deel van de bevolking in de regio en van de toeristen aan Drenthe. Ook hierbij geldt: naarmate het onderscheidend vermogen groter is, zal naar verwachting het verzorgingsgebied ook groter zijn. Het onderscheidend vermogen van het huidige concept is groot is ten opzichte van het reeds bestaande aanbod. In de next level variant wordt de doelgroep nog iets breder, omdat daarin ook de parse consument duidelijk een plek krijgt.
- *Onderscheidend vermogen ten opzichte van de concurrentie*
Vooropgesteld: het samengestelde voorgestelde aanbod in Pesse is uniek, dat wil zeggen: wij hebben geen vergelijkbare bedrijven gevonden. Dat wil natuurlijk niet zeggen dat er geen concurrentie is in de regio. Uit onze concurrentieanalyse in de omgeving van Pesse blijkt dat het aanbod met name gericht is op de leefstijl Uitbundig geel, met vooral wat uitschieters naar de 'lime' kant van het leefstijlmodel. Het Green Edge Outdoor & Adventure Park in Pesse creëert kansen door zich te onderscheiden voor de Gele, Rode en Aqua leefstijlconsumenten, heel concreet door in het concept aandacht te hebben voor thema's als vernieuwing, avontuur, duurzaamheid en creativiteit.

⁸ Inclusief extra horecabezoekers als gevolg van passanten die de aantrekkelijke horeca bezoeken.

7.2 Advies

We adviseren de ondernemer de volgende zaken:

- *Kies voor een positionering die uniek is en blijft in de markt*
Het voorgestelde aanbod is uniek in de markt. In samenstelling, maar ook qua doelgroepkeuze. Ons advies is om in de positionering vooral te kiezen voor de 'rode kant van geel'. Wat bedoelen we daarmee? Ga vooral in op het avontuurlijk en natuurlijke karakter, waarmee de rode consumenten (de vernieuwers) zich aangetrokken zullen voelen, maar wees daarbij ook aantrekkelijk voor de gele groep (de 'early majority'), waarmee je spannend, avontuurlijk en toegankelijk tegelijkertijd wordt.
- *Wees consistent in de uitwerking*
Het concept is sterk zoals het is. In de uitwerking is het zaak consequent te blijven en de beleving helemaal door te voeren. Dat betekent ook keuzes maken, die onder andere inhouden dat het concept vooral het spannende, avontuurlijke en natuurlijke karakter moet houden, dus óók in de horeca en in de speelnatuur. De gehele beleving van het concept moet bij elkaar kloppen. Hieronder geven we inspiratie voor wat gele en rode consumenten voor horecabeleving zoeken:

Horecabeleving van 'uitbundig geel'

De gele consument is op zoek naar sfeervol en eigentijds ingerichte restaurants. De gasten komen voor gezelligheid en vermaak en (spontaan) contact met anderen. Uit eten gaan is echt een 'uitje'. Wat betreft de kaart en de gerechten zijn gele consumenten op zoek naar zintuigelijke prikkeling en verrassing. U kunt hierop bijvoorbeeld inspelen met 'live cooking', groepsgerichten (fondue, bbq, etc.) en een af en toe wisselende kaart. Toegankelijkheid van het personeel is erg belangrijk (bijvoorbeeld op de knieën bij de kinderen de bestelling opnemen). Uitbundig geel houdt ervan een praatje te maken en stelt aandacht voor de kinderen erg op prijs.



Horecabeleving van 'creatief en inspirerend rood'

De rode consument houdt van 'anders dan anders', creatief, en het mag eventueel ook wat eenvoudiger (back-to-basic) zijn. Een kunstzinnige inrichting wordt bijvoorbeeld gewaardeerd. Vrijheid en inspiratie zijn belangrijke waarden voor de rode doelgroep. De rode gast wil graag nieuwe dingen zien en meemaken en graag iets leren. Zij bezoeken graag nog niet ontdekte horecaplekjes.

Qua assortiment stelt de rode toerist prijs op eigentijdse, bijzondere dranken en gerechten, maar ook voedsel uit de streek en gezonde en verantwoord gemaakte producten (zoals biologische en fairtrade producten). Ook een eigen moestuin wordt gewaardeerd. De bediening mag vlot, informeel en casual gekleed zijn.



- *De indoorbeleving van de next level variant achten wij zeer sterk*
Het basisconcept is in onze ogen, zoals gezegd, erg sterk. Tegelijkertijd is het concept ook kwetsbaar voor slecht weer. De die-hard-rode-consument zal zich door slecht weer mogelijk niet laten afschrikken, maar voor veel consumenten zal een indoor alternatief aantrekkelijk zijn. De next level variant achten we daarom nóg sterker: het voorziet op een vernieuwende manier in deze behoefte.
- *Gebruik duurzaamheid als USP*
Alhoewel veel consumenten nog niet primair kiezen voor duurzaamheid bij hun vrijetijdsbesteding, is de voorspelling dat duurzaamheid ook in de vrijetijdsector steeds belangrijker gaat worden en dat consumenten duurzaamheid in de toekomst steeds meer als vanzelfsprekend gaan ervaren. Het Green Edge Outdoor & Adventure Park kan hierin een voorloper zijn. Bovendien kan zo de link gelegd worden naar Green Planet en de ligging nabij het tankstation. Het is raadzaam in de marketing de link naar dit concept ook uit te leggen, zodat bezoekers de, op het eerste gezicht onlogische, ligging bij het tankstation gaan begrijpen.

Bijlage 1: Uitgebreide beschrijving van de benchmarkbedrijven

Een uitgebreider overzicht van de bedrijven die wij hebben betrokken in de benchmarkanalyse.

Belevenissenbos Lelystad (Flevoland)

40 hectare “natuurlijk spelen”, in beheer van een stichting (zonder winstoogmerk).

- Activiteiten/voorzieningen: Speelbos, klimmen (geen klimpark), verblijfsaccommodaties en horeca;
- Bereikbaarheid: Goede bereikbaarheid via A6, nabij grote steden als Lelystad en Almere;
- Bezoekers op jaarbasis: 100.000;
- Entreprijs: gratis voor particulieren, camping €5,- per nacht, €6 – €8,- voor groepen.



Stadslandgoed Kemphaan in Almeerderhout (Flevoland)

Speelgelegenheid, verblijfsaccommodaties en horeca;

- Activiteiten/voorzieningen: Zuiderzeespeelbos, Klimbos Fun Forest, landgoedwinkel, bijenstal, kinderboerderij, pannenkoekenhuis, stichting Aap en diverse verblijfsaccommodaties (natuurcamping, hotel, vakantiehuis);
- Bereikbaarheid: dicht bij snelweg A6, centraal in Nederland bij grote steden als Lelystad en Almere;
- Bezoekers op jaarbasis: 150.000 voor alle voorzieningen bij elkaar, 7.000 overnachtingen op de natuurcamping. Klimbos Fun Forest trekt per jaar naar schatting 25.000 bezoekers;
- Entreprijs: het speelbos is gratis, Klimbos Fun Forest rekent €15,95 – €19,95.



Avatarz Nature Park Deurningen (Twente)

- Beschrijving: Ecologisch klimbos in recreatiegebied Het Hulsbeek, in 2014 onderscheiden als beste klimpark door de ANWB;

- Activiteiten/voorzieningen: Klimbos, 9-holes discgolfbaan, sport- en spelactiviteiten, GPS, klootschieten, kanoën, kickbiken, sagentocht (gebiedshistorie), outdoor games en vernieuwende workshops over storytelling en teambuilding, horeca en barbecue;
- Bereikbaarheid: Aan A1, maar in het uiterste oosten van het land, nabij Hengelo en Enschede;
- Bezoekers op jaarbasis: 20.000;
- Entreprijs: Afhankelijk van het parcours €10,50 - €21,-, voor groepen (arrangementen) €11,50 - €50,-;
- Geschatte omzet per jaar: €300.000 - €400.000,-.

Klimkong met o.a. klimbos Overloon en eco-klimpark Sevenum (Limburg)

- Diverse klimbossen in Nederland, met eco-klimpark in boot-vorm in Sevenum;
- Activiteiten/voorzieningen: Klimbos, klimboot, speeltoestellen;
- Bereikbaarheid: Dicht bij snelweg, verzorgingsgebied kleiner vanwege bevolkingsdichtheid in de omgeving. Grote steden (Nijmegen, Venlo) bevinden zich op een afstand van 40-50 kilometer;
- Bezoekers op jaarbasis en bestedingen: Park 1: 11.800 bezoekers (gemiddeld € 16,50 entree + € 5,50 horeca), park 2: 17.500 bezoekers (gemiddeld € 15,50 entree + € 4,30 horeca), park 3: 15.500 bezoekers (gemiddeld € 16,50 entree + € 12,20 horeca), park 4: 12.400 bezoekers (gemiddeld € 15,00 entree + € 7,80 horeca);
- Entreprijs: €12,50 - €18,50 afhankelijk van leeftijd.

Klimbos.nl met vier locaties in Apeldoorn, Ruurlo, Lage Vuursche, Bergen op Zoom

- Beschrijving: Onderneming met vier locaties, voor jong en oud, catering op aanvraag;
- Activiteiten/voorzieningen: Uitdagende bruggen en netten, stevige lianen en tokkelbanen tot 22,5 meter hoog, mogelijkheid om drank, ijs of chips te bestellen;
- Bereikbaarheid: Matig, de locatie bij Apeldoorn ligt bijvoorbeeld aan een N-weg. Het verzorgingsgebied is groter vanwege de nabijheid van grote steden;
- Bezoekers op jaarbasis: 12.500 tot 20.000;
- Entreprijs: €13,95 - €19,95.

Adfunturepark in- en outdoor klimpark in Dokkum (Friesland)

- Beschrijving: Naar eigen zeggen het grootste in- en outdoor klimpark van Noord-Nederland;

- Activiteiten/voorzieningen: Klimmen, indoor zipline, bungeejump, Archery shoot out (paintball met pijl en boog), highlandgames, trektocht, bowlen en gps-tochten;
- Bereikbaarheid: Niet aan snelweg, in dunbevolkt gebied boven Leeuwarden, Noordoost-Friesland;
- Bezoekers op jaarbasis: 12.500;
- Entreprijs: €14,- ongeacht leeftijd;
- Omzet: €185.000 - €200.000,- per jaar (entree, horeca, arrangementen).

Adventurepark Waddenfun / indoor klimpark en outdoor activiteiten in Wehe den Hoorn (Groningen)

- Beschrijving: Indoor klimpark bestaande uit drie parcoursen, met daarnaast een divers aanbod aan outdoor activiteiten;
- Activiteiten/voorzieningen: Klimpark met ziplines, boogschieten, teamspelen, nachtactiviteiten;
- Bereikbaarheid: ligt niet aan snelweg, in dunbevolkt Noord-Groningen;
- Bezoekers op jaarbasis: 11.000;
- Entreprijs: €15 – €17,50 (inclusief consumptie);
- Omzet: naar schatting €200.000 - €300.000,-

Speelnatuur Tiengemeten in Zuid-Beijerland (Zuid-Holland)

- Beschrijving: Met 4,5 hectare het grootste stuk speelnatuur van Natuurmonumenten in Nederland;
- Activiteiten/voorzieningen: Ukkie-eiland voor de allerkleinsten, douches en toiletten, koffieautomaat en een pannenkoekenhuis (commerciële exploitant);
- Bereikbaarheid: Dicht bij snelweg A29, maar ligt op een eiland; je moet er met een pontje heen;
- Bezoekers op jaarbasis: 15.000;
- Entreprijs: €3 - €5,- (voor beheer en onderhoud, geen winstoogmerk);
- Omzet: €43.000,- (+sponsoring);

Speelbos Boeverijen (Mastbos in Breda, Noord-Brabant)

- Beschrijving: Een van de populairste speelbossen van Nederland (12 hectare), van Staatsbosbeheer;
- Activiteiten/voorzieningen: Bomen klimmen, hutten bouwen, kasteel met gracht, kabouterpad, picknicktafels;
- Bereikbaarheid: Dicht bij A27, trekt veel mensen uit Breda;
- Bezoekers op jaarbasis: 30.000 – 50.000;
- Entreprijs: Gratis.

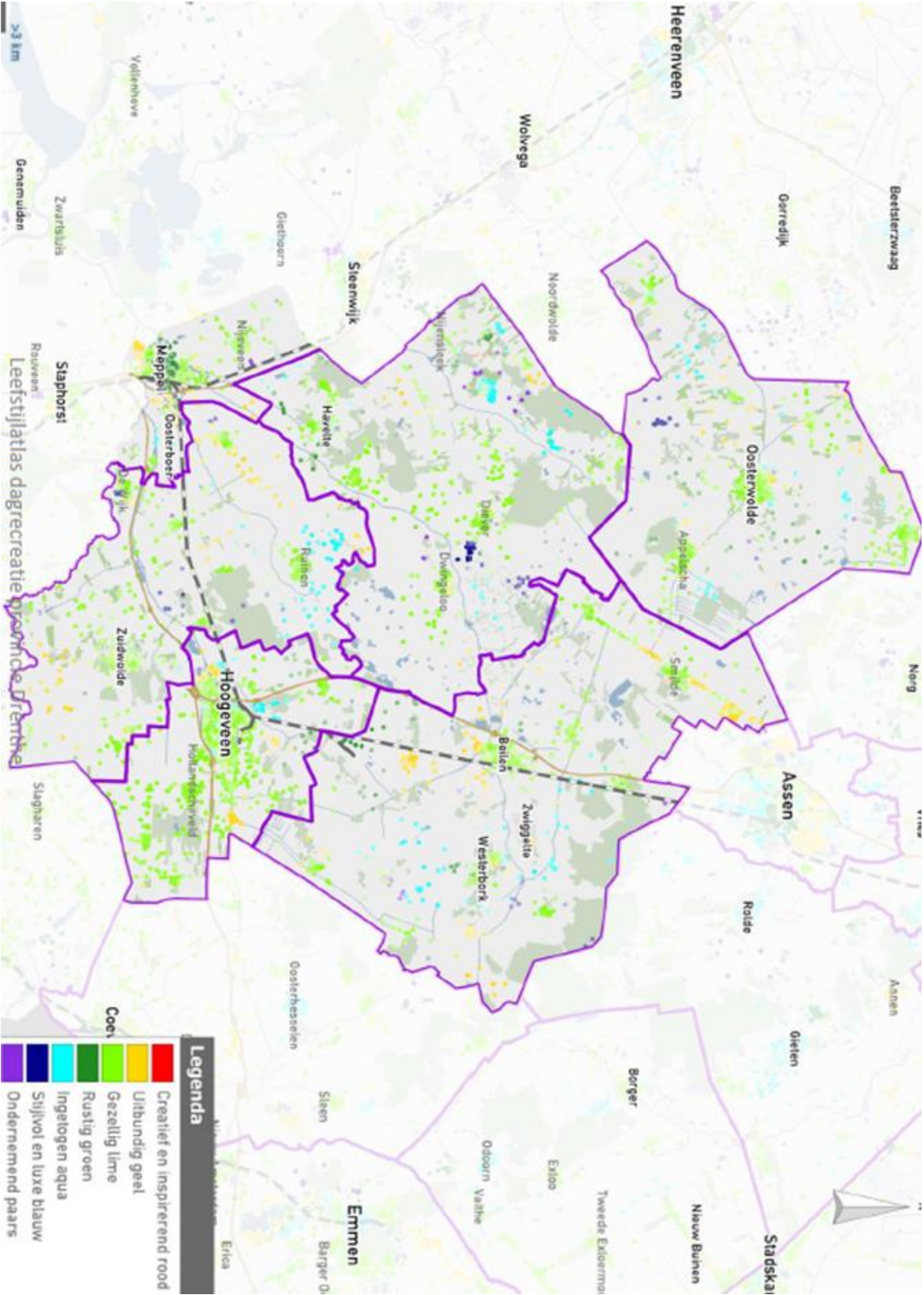
Outdoor Challenge Park in Oldenzaal (Twente)

- Beschrijving: Organisator van groepsactiviteiten in recreatiegebied Hulsbeek;
- Activiteiten/voorzieningen: Vlot bouwen, supp-en, kajakpolo, kano varen, klimmen, abseilen, tokkelen, gps-tochten, survival, boogschieten, klootschieten, paintball, karten en voetgolf;
- Bereikbaarheid: Weliswaar aan snelweg A1, maar in het uiterste oosten van het land. Een groter verzorgingsgebied met steden als Hengelo en Enschede in de nabijheid;
- Bezoekers op jaarbasis: 6.000 – 8.0000;
- Entreprijs (groepen): €10 - €30,-.

Buitencentrum Boomkroonpad in Drouwen (Drenthe)

- Beschrijving: Buitencentrum van Staatsbosbeheer, met speelnatuur;
- Activiteiten/voorzieningen: Lorkenspeelbos, Bosweide, horeca;
- Bereikbaarheid: Ligt aan N-weg, met een vergelijkbaar verzorgingsgebied;
- Bezoekers op jaarbasis: 225.000 – 250.000 per jaar, waarvan 100.000 betalende bezoekers;
- Entreprijs: €2,25 – €4,50.

Bijlage 2: Leefstijlkaart van de gemeente Hoogeveen en de regio



Bijlage 3: Belevingswerelden van de leefstijlen Rood, Paars, Geel en Aqua

NB. Het gaat hier om de belevingswerelden voor dagrecreatie. Het percentage linksboven geeft de relatieve omvang van deze leefstijl weer in Nederland.

Figuur 1: De belevingswereld voor dagrecreatie van Creatief en inspirerend rood. Bron: SmartAgent.



Figuur 2: Belevingswereld van de Ondernemend paarse leefstijl. Bron: SmartAgent.



Figuur 3: Belevingswereld van de Uitbundig gele leefstijl. Bron: SmartAgent.



Figuur 4: Belevingswereld van de Ingetogen aqua leefstijl. Bron: SmartAgent.

