
ZORGRECREATIECONCEPT TWENTE

Onbezorgd genieten in Twente



Colofon

Versie

Concept versie fase 2

Auteurs

Guido Wapstra
Shelly van Winden
Anieke van Wijnen
Jarno Vedders

MarketingOost
MarketingOost
MarketingOost
Twente Marketing / MarketingOost

Contactgegevens auteurs

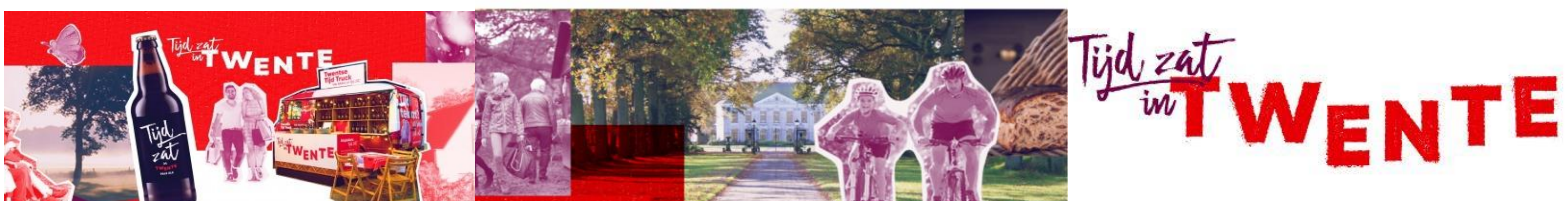
Adres: Hanzelaan 351, 8017 JM Zwolle
T: (038) 421 67 98
E: onderzoek@marketingoost.nl
W: www.kennisplatformoost.nl

Datum

Mei 2021

Opdrachtgever

Ondernemers van een zorglocatie



Voorwoord

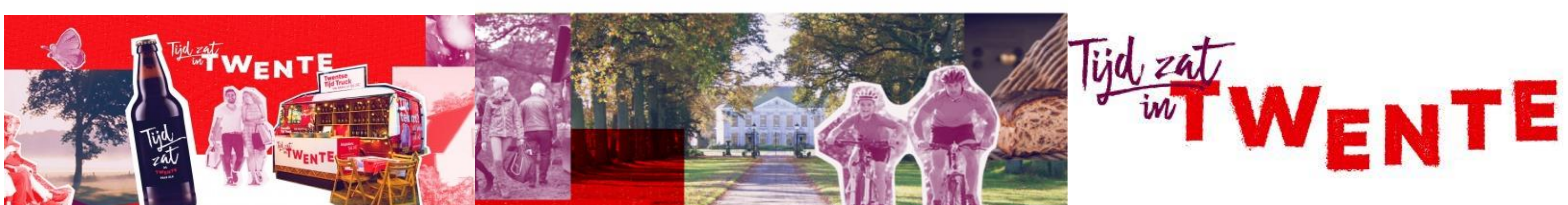
De wereld verandert en daarbij is er zeker in het zorg- en gezondheidstoerisme een belangrijke toenemende trend zichtbaar. Enerzijds neemt de behoefte aan zorg toe; dit kan op verschillende vlakken liggen; van incidentiele zorg na een operatie tot reguliere mantelzorg. Van psychische klachten tot revalidatie. Maar ook vraagt de vergrijzende bevolking om een toegankelijk, inclusief vrijetijdsproduct. Zij willen niet beperkt worden en juist nog genieten door samen met kinderen en kleinkinderen eropuit te gaan. Het zorg- en gezondheidstoerisme biedt veel mooie kansen en mogelijkheden. Dit vooronderzoek laat dat zien.

Voor de opdrachtgevers is een voorverkenning gedaan naar de mogelijkheden van zorgrecreatie op een specifieke zorglocatie. Hierbij is MarketingOost gevraagd advies te geven aan de hand van een doelgroep analyse, marktanalyse en financiële verkenning. Deze verwerken we in een businesscase. Op basis van de analyses wordt per fase gekeken naar de haalbaarheid van het zorgconcept bij de opdrachtgevers.

Terminologie; zorg-en gezondheidstoerisme

Er worden in de markt veel begrippen door elkaar en naast elkaar gebruikt. Te denken valt aan inclusieve vrijetijdseconomie, zorg-en gezondheidstoerisme, toegankelijk toerisme, health & care markt etc.

In dit document hanteren wij de verzamelterm 'zorg-en gezondheidstoerisme'. In deze term zit het bredere begrip 'gezondheid' (in tegenstelling tot de beperkte term 'zorg'). Daarnaast gaat het in dit project over een verblijfsaccommodatie waar het begrip 'toerisme' op zijn plaats is.



Inhoud

1. Inleiding	10
2. Voorverkenning	11
2.1. Trends & Ontwikkelingen Zorg- en gezondheidstoerisme	11
2.1.1. Vakantie-intentie senioren	11
2.1.2. Zorg op de vakantiedestinatatie.....	11
2.1.3. Groei van preventieve zorgconcepten bij de VTE	11
2.2. Regio-opgaves Twente	13
2.2.1. Strategisch plan Twente 2020 - 2025	13
2.2.2. Agenda voor Twente	13
2.2.3. Regiobeeld Twente 2030	13
2.3. Doelgroepen binnen Zorg- en gezondheidstoerisme	14
2.3.1. 'Mensen uit balans'	14
2.3.2. 'Leefstijl en Preventie'	14
2.3.3. 'Senioren met een lichte zorgvraag'	14
2.3.4. 'Vakantie met zorg'	15
2.3.5. 'Herstel na ziekenhuisopname'	15
2.4. Advies doelgroep	16
2.4.1. Advies Doelgroep: Senioren met een lichte zorgvraag	16
2.4.2. Demografische karakteristieken	16
2.4.3. Levensactiviteiten.....	16
2.4.4. Behoeften vakantie en wat willen ze bij het nieuwe concept	16
2.4.5. Mogelijkheden voor het nieuwe concept	17
2.4.6. Potentie	17
2.4.7. Toelichting motivatie om (vooralsnog) niet op de andere doelgroepen te richten:	17
2.5. Gewenste doelgroepen opdrachtgever	18
2.5.1. Demografische karakteristieken	18
2.5.2. Ontwikkeling doelgroep.....	19
2.5.3. Levensactiviteiten.....	19
2.5.4. Behoeften vakantie en wat willen ze bij het nieuwe concept	20
2.5.5. Mogelijkheden voor het nieuwe concept	21
2.5.6. Potentie	21
2.6. Focus doelgroepen Twente	22
2.6.1. Harmoniezoekers	22
2.6.2. Verbindingszoekers	22
2.6.3. Inzichtzoekers	22
2.6.4. Stijlzoekers	22
3. Marktanalyse	23
3.1. Concurrentieanalyse.....	23
3.1.1. Concurrenten in kaart	23
3.1.2. Betekenis voor concept	24
3.2. Randvoorwaarden concept.....	25
3.2.1. Bevindingen Expertinterviews.....	25
3.2.2. Betekenis voor het concept.....	26
3.3. Marktanalyse	27
3.3.1. Concurrentieanalyse	27
3.3.2. Netwerkpartners.....	27
Samenwerkingspartners	28
3.3.2. Betekenis voor het concept.....	28
3.4. Positionering Twente	30
3.4.1. Positionering	30
3.4.2. Betekenis voor het concept.....	30
3.5. Betekenis marktsituatie voor het concept.....	31
3.5.1. Kaders	31
3.5.2. Kansen	31
3.5.3. Bouwstenen	31



Tijd zat
in **TWENTE**

Appendix.....	33
Appendix I Bronnenlijst.....	33
Appendix II: Model Zorg-en gezondheidstoerisme.....	35



Samenvatting voorverkenning

Deze voorverkenning geeft inzicht in de vraag;

Voor welke (zorg)doelgroep kan er een concept ontwikkeld worden bij de locatie van de opdrachtgevers en is hier voldoende potentie voor?

Zorg- en gezondheidstoerisme is kansrijk volgens de trends en ontwikkelingen.

- De bevolking in Nederland vergrijsst. Het aandeel 65-plussers in de totale bevolking nam toe van 6% in 1900 naar 19,5% in 2020¹⁰. Deze ouderen gaan steeds meer, maar ook vaker op vakantie. 18% van de 65+ers gaat minimaal een keer per jaar op vakantie⁴ en deze groep is groeiende⁵. Hiernaast reizen senioren steeds meer en vaker met het de hele familie²¹. Doordat deze ouderen steeds meer en vaker reizen, stijgt ook de vraag naar (kleine) aanpassingen bij verblijfsaccommodaties. Ouderen zijn namelijk vaak minder mobiel en hebben soms ook niet-zichtbare beperkingen⁸.
- Vakantieverblijven worden vaker gebruikt om te herstellen van operaties². Dit komt onder andere, omdat men kosten wil besparen in de zorg² en door de digitalisering van de consument-zorginteractie¹¹. Hiernaast neemt dit mede toe, omdat men mantelzorgers minder wil belasten.
- De vraag naar preventieve concepten bij vakantiedestinaties neemt toe, Door de stijgende aandacht voor de eigen leefstijl en vitaliteit, o.a. door de Covid-19 situatie³. Vakantie kan hierbij helpen, mede ook omdat vakantie positief is voor de fysieke en mentale gezondheid³⁰.

Zorg- en gezondheidstoerisme is een kansrijk in de Regio Twente

Volgens het **Strategisch plan Twente**¹³ is het van belang dat innovatie wordt aangejaagd om Twente door te ontwikkelen tot economische regio. Een manier om dit te realiseren is door actief in te zetten op Zorg- en gezondheidstoerisme. Deze innovatieve cross-over tussen de vrijetijdseconomie en zorg kan een USP worden voor de regio Twente, waar beide sectoren door kennisdeling van elkaar profiteren.

Hierbij kan het techniek inzetten, arbeidskrachten aantrekken en aantrekkelijker worden voor bedrijven om te vestigen, zoals beschreven in de **Agenda voor Twente**¹⁴. Hier kan ook geprofiteerd worden aan de link met de innovatiehub de Universiteit van Twente.

Het **regiobeeld Twente 2030**¹⁵ geeft aan dat er ruimte is voor een zorgconcept in de regio Twente. Er is een toename van het aantal mensen met een zorgvraag. Deze groep heeft ook behoefte aan vakantie, waardoor het een interessante doelgroep is. Daarnaast is er een stijgende druk op mantelzorgers. Een toeristisch zorgconcept kan tijdelijk de rol van mantelzorger overnemen.

Veel doelgroepen zijn kansrijk, focus op senioren met een lichte zorgvraag en de prikkelarme doelgroep

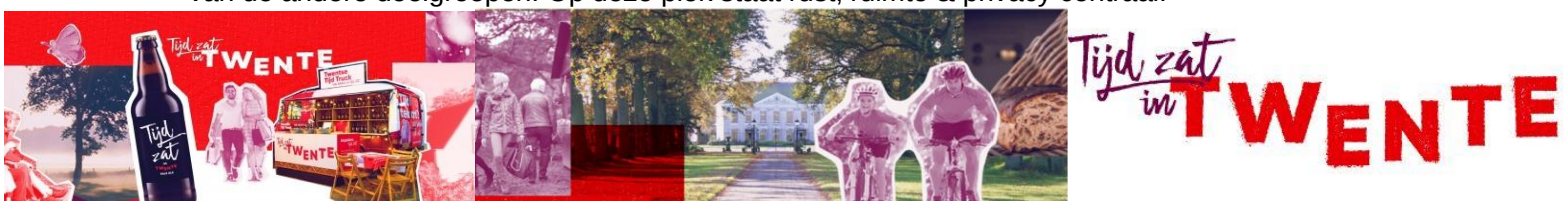
Wij adviseren op basis van de voorverkenning om in dit nieuwe concept in Twente te focussen op de doelgroep **senioren met een lichte zorgvraag en de prikkelarme doelgroep**. Hierbij is inclusiviteit een randvoorwaarde voor implementatie. Dit sluit andere doelgroepen niet uit, zoals doelgroepen met een lichte zorg/mantelzorg vraag.

Senioren met een lichte zorgvraag zijn senioren die niet medisch-specialistische zorg nodig hebben, maar vaak wel hulp met bepaalde kleine activiteiten. Men kan hier dan denken aan het helpen met het opstaan, aantrekken van steunkousen etc.

In tegenstelling tot de 'echte' zorgdoelgroep is deze doelgroep zeker interessant. Met een aantal 'eenvoudige' aanpassingen, zoals een brede doorgang en grote badkamer, wat extra aandacht en een goed doordacht marketingplan kan deze doelgroep relatief eenvoudig bediend worden.

De prikkelarme doelgroep zijn individuen die *prikkel*s slecht verdragen (mensen met een autisme-spectrum stoornis, NAH, Epilepsie en/of stress-gerelateerde ziektebeelden). Ze wensen graag rust- en ruimte op hun vakantieadres waarbij ze volledig ontzorgd kunnen worden. Men kan hierbij denken aan het bezorgen van eten en de mogelijkheid om terug te trekken.

Deze doelgroep krijgt een apart gedeelte op het vakantiepark, zodat ze niet de prikkels ervaren van de andere doelgroepen. Op deze plek staat rust, ruimte & privacy centraal.

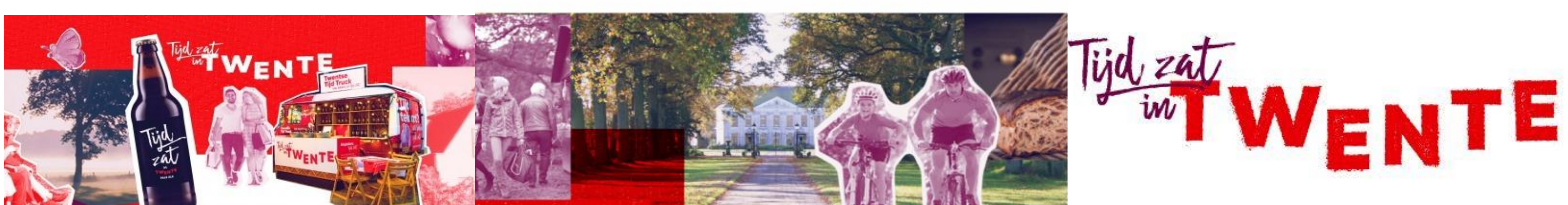


Binnen deze doelgroepen adviseren wij ook om op de *multigeneratievakantie* te richten. Multigeneratie vakantie houdt in dat je op reis gaat met meerdere generaties (voornamelijk drie), op vakantie met de hele familie dus. Deze vorm van reizen is sterk groeiende, zoals beschreven in de trends en ontwikkelingen.

Wanneer men kijkt naar leefstijlen is het aan te raden om te focussen op **inzichtzoekers en stijlzoekers**. Inzichtzoekers zijn over het algemeen iets ouder, waardoor er een redelijk grote kans ligt in het Zorg- en gezondheidstoerisme. Er is namelijk een correlatie tussen de leeftijd van een individu en de hoeveelheid zorg dat een persoon nodig heeft. De inzichtzoekers zijn hiernaast ook vaak relatief kapitaalkrchtig. Hierdoor willen en kunnen ze relatief meer betalen voor een (inclusief) vrijetijdsproduct en zijn ze daartoe ook bereid.

Stijlzoekers zijn over het algemeen iets jonger, maar mogelijk wel geïnteresseerd in multigeneratiereizen. Stijlzoekers zijn over het algemeen relatief kapitaalkrchtig. Ze willen relatief meer betalen voor een vrijetijdsproduct, helemaal wanneer het product gericht is op luxe.

Twente focust zich reeds op Inzichtzoekers en Stijlzoekers, hierdoor kan het nieuwe concept ook profiteren van de marketing van Twente Marketing. Dit maakt het dubbel kansrijk als potentiële doelgroep.



Samenvatting Marktanalyse

In deze marktanalyse voeren we een concurrentieanalyse uit, worden de randvoorwaarden voor het concept geschetst n.a.v. expert interviews, worden de netwerkpartners in kaart gebracht en de positionering van Twente beschreven. Hierna wordt beschreven wat dit betekent voor het concept van de opdrachtgevers.

Concurrenten in kaart

Om inzicht te krijgen in de potentie van het nieuwe concept van de opdrachtgevers brengen we in deze marktanalyse de aanwezige concurrentie in kaart. Hier kijken we naar vergelijkbare concepten die zich richten op zorg-en gezondheidstoerisme (*senioren met een lichte zorgvraag* en de *prikkelarme doelgroep*).

De vergelijkbare concepten in Noordoost Twente die zich richten op *zorg-en gezondheidstoerisme* richten zich met name op individuen met een fysieke beperking, waardoor ze mogelijk attractief zijn voor de *senioren met een zorgvraag*. Ze werken hierbij vaak samen met een lokale zorgaanbieder.

Een opvallend verschijnsel is dat de zorgvakantie aanbieders in Twente bijna allen zijn ingericht voor grote groepen. Dit is mogelijk attractief voor *multigeneratievakantie*, maar voor mensen die in een klein gezelschap reizen is dit minder aantrekkelijk. Dit biedt kansen voor het nieuwe zorgconcept, door te focussen op de kleinere groepen.

In Nederland zijn er relatief weinig vakantiemogelijkheden specifiek voor de Prikkelarme doelgroep. De Prikkelarme doelgroep kan in Noordoost Twente enkel terecht bij Villapark Eureka. Voor deze doelgroep zijn de overige parken al snel te druk. Bij Eureka staan de huisjes tenminste 20 meter uit elkaar. Ze zijn echter niet volledig afgescheiden. Voor het nieuwe concept is dit een mogelijke kans. Ze kunnen actief inspelen op deze, zoals in de doelgroepen analyse beschreven, groeiende markt.

Expert interviews

Om de randvoorwaarden voor het nieuwe concept te bepalen zijn expert interviews gehouden met kenners van de *prikkelarme doelgroep* en de *senioren met een lichte zorgvraag*. Hun ervaringen schetsen de randvoorwaarden voor het nieuwe concept.

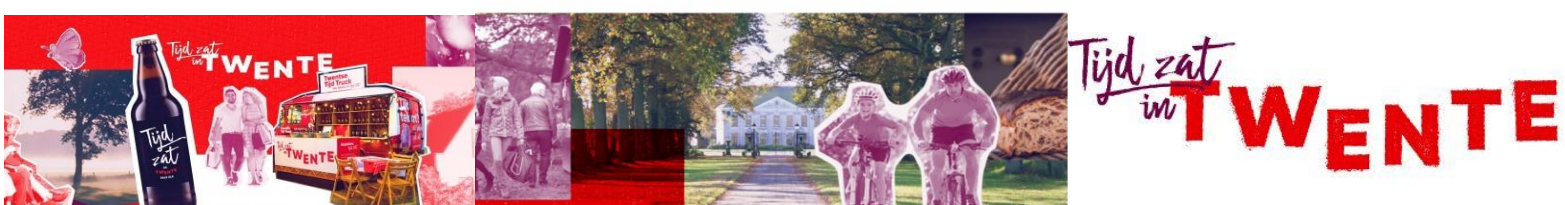
De geïnterviewde experts geven aan dat het van belang is dat men de inrichting aanpast aan de doelgroep. Zo moet er voldoende ruimte zijn, voldoende aanpassingen en moet het prikkelarm worden ingericht. Het advies is daarbij iemand van de doelgroep hierbij te betrekken, omdat die vanuit zijn positie hier beter advies over kan geven.

Hiernaast is het van belang dat het concept niet een 'zorg-uitstraling' heeft. Zowel de *senioren met een lichte zorgvraag* als de *prikkelarme doelgroep* wensen zorg te ontvangen op locatie, maar dit moet niet de boventoon voeren. Ze willen graag op een zo 'normaal mogelijke' manier op vakantie, maar wel met de vervulling van de zorgbehoefte die ze hebben. Om aantrekkelijk te zijn voor de gast is het ook belangrijk dat de het nieuwe concept dit aanbiedt. Hiervoor is samenwerking benodigd met netwerkpartners.

Tot slot geeft de expert van de *prikkelarme doelgroep* aan dat het af te raden is om op de complete *prikkelarme* groep te richten. Deze groepen gaan niet altijd goed met elkaar. Het is daarom belangrijk om te focussen op een niche binnen de *prikkelarme doelgroep*. Ons advies hier in is om binnen het concept zich te focussen op individuen met een autisme-spectrum stoornis, gezien de ervaring van de opdrachtgever met deze doelgroep. Hierbij is een deel van het concept gericht op senioren met een lichte zorgvraag en een apart deel gericht op individuen met een autisme-spectrum stoornis. Hierbij moet er later gekeken worden op welke vormen van autisme het concept zich richt.

Profilering Twente

Om het concept optimaal in te zetten moet het passen bij de profilering van Twente. Hierbij is gekeken naar hoe Twente in de markt is gezet en wat voor invloed dit heeft op het concept.



In Twente staat rust en ruimte centraal. Dit moet in het concept ook naar voren komen. De plekken moeten ruim worden opgezet en natuur moet worden geïntegreerd bij het concept. Men moet bij het concept echt helemaal tot rust komen.

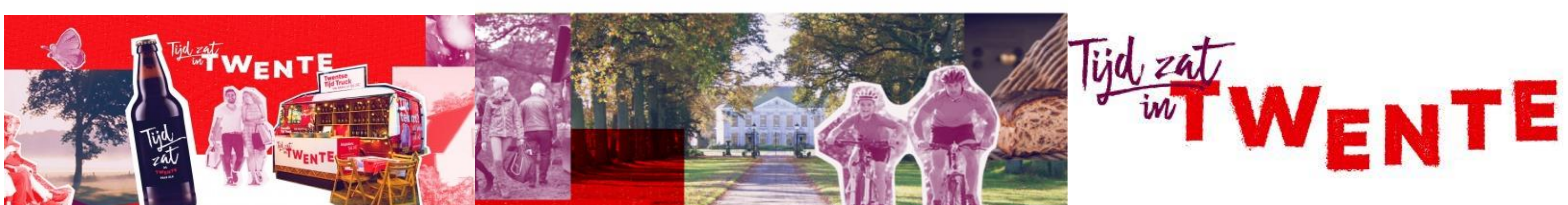
Hiernaast is het van belang dat het een duidelijk concept is, waar de zorg goed geregeld is en Twentse nuchterheid centraal staat. Bij het concept moet de gast het gevoel hebben dat zijn/haar zorgvraag perfect is opgepakt en dat hij/zij hier niets extra's hoeven te regelen. De Twentenaren hebben dit al geregeld. Dit past goed bij 'de Rebel' archetype van Twente.

Potentiële Netwerkpartners

Met de potentiële netwerkpartners kunnen de opdrachtgevers hun concept doorontwikkelen en versterken. Ze kunnen samenwerkingsovereenkomsten aangaan met de Universiteit van Twente en Saxion Hogeschool voor praktijkgericht onderzoek en stagemogelijkheden. Hiernaast kunnen ze stagemogelijkheden bieden voor het ROC van Twente. Dit zorgt voor innovatie bij het concept en een vaste stroom (goedkoop) personeel.

Hiernaast kunnen ze samenwerkingsovereenkomsten aangaan met zorgleveranciers om actief zorg te kunnen bieden bij het concept. Zorggroep Sintmaarten, Aveleijn & Aster Zorg kunnen thuiszorg bieden. Hierbij is Aveleijn gespecialiseerd in de prikkelarme doelgroep. Tot slot kan Fyon fysiotherapie bieden aan de gast met een zorgvraag. Zoals eerder beschreven wenst de doelgroep graag zekerheid met betrekking tot hun zorgvraag. De zorgpartners in Noordoost Twente kunnen dit bieden.

Tot slot zijn er samenwerkingsmogelijkheden met dagrecreatieve aanbieders die aanbod realiseren voor zorg-en gezondheidstoerisme in Noordoost Twente. Met Adventure King, Trekkerrit Twente, Nostalgisch rijden & Landgoed Kaamps kunnen arrangementen ontwikkeld worden. Hiermee kan men een totaalbeleving bieden aan de gast, waardoor het concept aantrekkelijker wordt. Hierdoor wordt de gast met een zorgvraag compleet ontzorgd tijdens zijn/haar verblijf.



1. Inleiding

We willen allemaal wonen, werken en recreëren in een veilige, gezonde en aantrekkelijke leefomgeving. Dat geldt voor iedereen. Ongeacht of je een zorgbehoefte of toegankelijkheidswens hebt. Echter is het nog niet vanzelfsprekend dat onze leefomgeving ook volledig is ingericht voor mensen met een beperking of behoefte aan (preventieve) zorg.

Er zijn veel ontwikkelingen in de markt als het gaat Zorg- en gezondheidstoerisme. Inclusiviteit is een belangrijke hygiënefactor op weg naar een toekomstbestendig bedrijf. Toegankelijkheid en preventieve gezondheid en welzijn staan hoog op de sociaal maatschappelijke agenda, waaronder ook in Twente. Vaak is toegankelijkheid binnen vrijetijdseconomie een basis om nieuwe markten te bedienen, dit noemt men Zorg- en gezondheidstoerisme. In Overijssel wordt dit reeds gedaan in het Vechtdal. Hier is men met *Zorgeloos Vechtdal* al enige tijd actief in deze markt.

De ervaringen in het Vechtdal bewijzen de potentie van zorgconcepten en zorgen ervoor dat de wens in Overijssel ontstaat om te verkennen hoe een zorgconcept ontwikkeld kan worden in andere regio's. De opdrachtgevers geven aan dat ze de wens hebben om deze kansrijke markt te verkennen in Twente. Door een toenemende vraag naar zorg bij bestaande verblijfsaccommodaties in de regio, lijkt de zorgrecreatiemarkt groeiende en kansrijk.

Het idee is ontstaan om op de zorglocatie nieuwe verblijfsaccommodaties, mogelijk gericht op Zorg- en gezondheidstoerisme, te realiseren. Hiervoor moet een goed concept ontwikkeld worden samen met lokale ondernemers en organisaties binnen de gezondheidszorg. Het huidige idee moet verder vormgegeven worden, getoetst en ontwikkeld tot een businesscase.

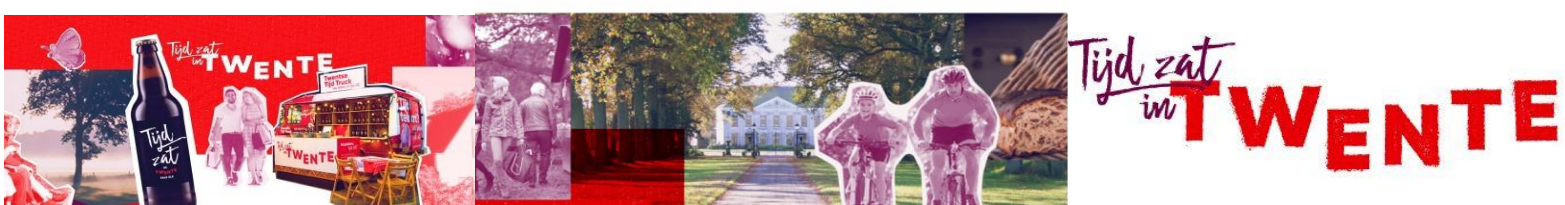
In deze businesscase realiseren we een

- **Voorverkenning:** Trends & Ontwikkelingen, regio-opgaves en doelgroepenanalyse.
- **Marktanalyse:** Op basis van de voorverkenning schetsen we een marktpotentie voor het concept. Deze bestaat uit een concurrentieanalyse, randvoorwaarden voor het concept, de netwerkpartners in kaart, de positionering van Twente en de betekenis voor het concept.

Terminologie; zorg-en gezondheidstoerisme

Er worden in de markt veel begrippen door elkaar en naast elkaar gebruikt. Te denken valt aan inclusieve vrijetijdseconomie, zorg-en gezondheidstoerisme, toegankelijk toerisme, health & care markt etc. In Appendix II is het model uitgelegd.

In dit document hanteren wij de verzamelterm 'zorg-en gezondheidstoerisme'. In deze term zit het bredere begrip 'gezondheid' (in tegenstelling tot de beperkte term 'zorg'). Daarnaast gaat het in dit project over een verblijfsaccommodatie waar het begrip 'toerisme' op zijn plaats is.



2. Voorverkenning

Voor welke (zorg)doelgroep kan er een concept ontwikkeld worden bij de locatie van de opdrachtgevers en is hier voldoende potentie voor?

Deze vraag is vertaald in de volgende subvragen:

- Hoe ziet de markt van zorgvragers er uit? Welke doelgroepen zijn kansrijk?
- Welke wensen heeft deze doelgroep t.a.v. toeristische beleving?
- Welke trends en ontwikkelingen zijn hier in van toepassing?

2.1. Trends & Ontwikkelingen Zorg- en gezondheidstoerisme

Binnen de markt rondom Zorg- en gezondheidstoerisme zijn de volgende trends en ontwikkelingen te identificeren. Deze zijn relevant, omdat ze scheren over de scheidslijn van toegankelijkheid, gezondheidszorg en de vrijetijdseconomie.

2.1.1. Vakantie-intentie senioren

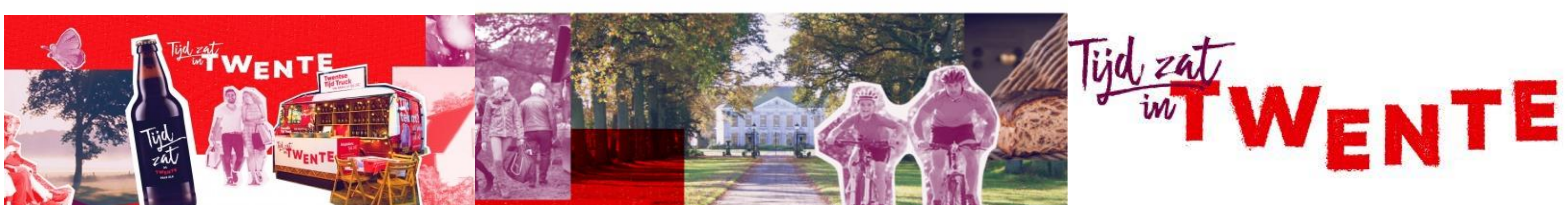
- De bevolking van Nederland is geleidelijk aan het vergrijzen. Vergrijzing houdt in dat het aandeel ouderen in de totale bevolking toeneemt. In de twintigste eeuw is het aantal 65-plussers in Nederland meer dan vertienvoudigd: van 0,3 miljoen in 1900 tot 3,4 miljoen in 2020. Daarmee is het aandeel 65-plussers in de totale bevolking van 6% in 1900 naar 19,5% in 2020¹⁰ toegenomen. De leeftijdsgroep 65- tot 80-jarigen bestaat momenteel uit 2,6 miljoen personen. In 2029 zal waarschijnlijk de 3 miljoen gehaald worden. Volgens de prognose neemt deze groep daarna nog toe tot bijna 3,3 miljoen rond 2038 waarna een afname wordt verwacht.
- 18% van de 65+ers gaat minimaal een keer per jaar op vakantie⁴. Deze groep is, mede door de eerder beschreven vergrijzing, nog steeds groeiende⁵. Het aantal 65+ers dat op vakantie gaat is dus aan het toenemen. Ouderen maken zowel citytrips als grote rondreizen van twee weken, dit doen ze vooral in het naseizoen en het voorseizoen⁶. Hiernaast gaan senioren, net als elke leeftijdsgroep, steeds vaker op vakantie in eigen land⁷.
- Multigeneratiereizen (reizen met meerdere generaties binnen een familie) worden steeds populairder²¹. Hierbij is er een groeiende vraag naar accommodaties die voor elke generatie geschikt zijn.

2.1.2. Zorg op de vakantiedestinatie

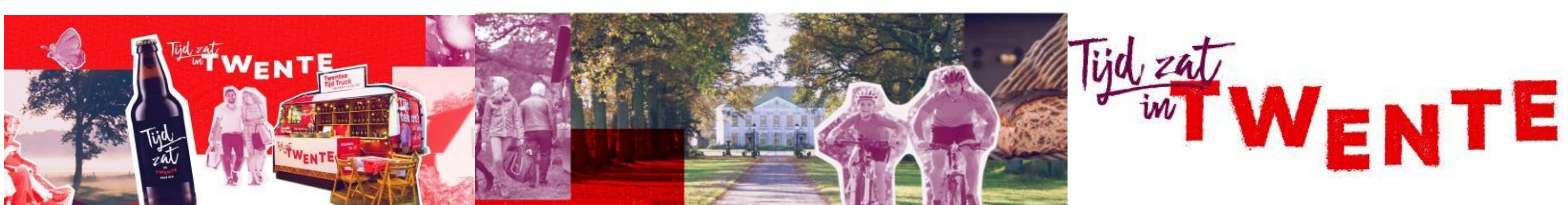
- Doordat er meer ouderen komen, stijgt ook de vraag naar aanpassingen, omdat deze ouderen vaak minder mobiel zijn. Er komt steeds meer aandacht voor aanpassingen op een verblijfsrecreatieve accommodatie, zodat iedereen mee kan doen op vakantie⁸. Steeds meer aanbieders in de vakantiemarkt bieden aangepaste vakantiemogelijkheden aan.
- Het aantal personen dat thuis moet herstellen van een operatie gaat stijgen. Mensen liggen steeds minder lang in het ziekenhuis. Ten eerste door de kostenbesparing in de zorg. Ten tweede door het feit dat men thuis beter herstelt van een operatie². Dit is een potentiële kans voor de vrijetijdseconomie. Zij kunnen locaties voor herstel aanbieden voor mensen die thuis niet kunnen of willen herstellen.
- Er ontstaat een digitalisering van de consument-zorginteractie: verschuiving van fysiek naar digitaal¹¹. Hierdoor hoeven mensen met een zorgvraag niet altijd in de nabijheid te zijn van hun arts. Dit biedt kansen voor het herstellen of recreëren op een locatie (ver) verwijderd van hun reguliere zorgverlener.

2.1. 3. Groei van preventieve zorgconcepten bij de VTE

- Het aantal personen dat gediagnosticeerd wordt met een welvaartsziekte (Chronische ziekten, veelal veroorzaakt door veranderingen in leefstijl als gevolg van de toegenomen welvaart) stijgt¹. De markt van mensen die hun leefstijl in positieve vorm willen veranderen gaat nog verder stijgen. Deze ontwikkeling is ook zichtbaar in de vrijetijdseconomie. Men wil hier tijdens zijn/haar vakantie aan werken. Men wil bewust aan de slag gaan met een gezonde leefstijl in een groene en gezonde omgeving.



- Er is steeds meer bewustzijn voor mentale ziektes, waardoor mensen hier ook vaker preventief op acteren. Er zijn in Nederland relatief veel mensen met een mentaal ziektebeeld. Zo krijgen in Nederland iets minder dan 1 op de 5 volwassenen van 18-64 jaar ooit in het leven te maken met een depressie (2007-2009). Elk jaar geldt dat voor ongeveer 5% van de volwassenen³². Hiernaast worden burn-outs steeds vaker gemeengoed. In de periode 2007-2018 is het percentage werknemers dat aangeeft burn-outklachten te hebben licht gestegen³³. Men probeert hier preventief op te acteren door coachingslessen te volgen in een recreatieve context. Deze worden door deze maatschappelijke ontwikkelingen steeds populairder.
- Patiënten worden regisseur van eigen zorg. Dit betekent dat cliënten vaak zelf hun medisch dossier bijhouden middels applicaties en technologische vooruitgang. Wanneer ze iets moeten aanpassen ontvangen ze dit direct van hun device en kunnen ze hier op acteren¹². Vrijtijdsbedrijven kunnen hier op inspelen door producten te ontwikkelen voor preventie.
- Mede door COVID-19 zullen Nederlanders het komende decennium meer verantwoord op vakantie gaan. Er zal over het algemeen meer aandacht komen voor zaken als gezondheid, betekenis en duurzaamheid³. Hiernaast worden onderwerpen als *rust en veiligheid* steeds belangrijker³¹. Gasten kiezen hun vrijetijdsproduct meer en meer op basis van zaken als gezonde voeding, een reis met betekenis of een duurzaam vrijetijdsproduct.
- Gezond leven wordt ook tijdens vakanties belangrijker, dit uit zich onder meer in voeding, maar ook in de activiteiten die ondernomen worden (meer sportief/actief bezig zijn)⁸.
- Vakantie versterkt geluksgevoel. Men ervaart het gevoel van geluk op vakantie. Hierdoor is vakantie positief voor de fysieke en mentale gezondheid³⁰.



2.2. Regio-opgaves Twente

In de regionale opgaves voor Twente beschrijven we eerst de Maatschappelijke opgaves van Twente o.b.v. het Strategisch plan Twente, de Agenda voor Twente en het Regiobeeld Twente 2030. Dit wordt gevolgd het huidige Zorg- en gezondheidstoerisme in Twente.

2.2.1. Strategisch plan Twente 2020 - 2025

De hoofdpogave van Regio Twente is volgens het Strategisch plan Twente 2020 – 2025¹³: **"Wij stimuleren innovatie en ondernemerschap en werken aan een duurzaam Twente met werk en welzijn voor iedereen."**

In dit strategisch plan komt innovatie sterk naar voren. Twente is vanouds een regio waar innovatie alom vertegenwoordigd is. Van de IJzeren eeuw tot aan de periode van nu, innovatie, noaberschap en veerkracht staat centraal in de Twentse economie. Om Twente door te ontwikkelen tot economische topregio is het van belang dat innovatie wordt aangejaagd. Men wil zich blijven profileren als innovatieve regio en zet om deze reden ook actief in op deze sterke focus op innovatie.

Een manier om dit te realiseren is door actief in te zetten op Zorg- en gezondheidstoerisme. Deze innovatieve cross-over tussen de vrijetijdseconomie en zorg kan een USP worden voor de regio Twente, waar beide sectoren door kennisdeling van elkaar profiteren.

2.2.2. Agenda voor Twente

In de agenda voor Twente¹⁴, de strategische agenda voor de ontwikkeling van Twente als toonaangevende regio, staat dat Twente zich sterk maakt voor slimme technologie, goede bereikbaarheid, sterke economie, voldoende werkgelegenheid, maximale duurzaamheid, schone energie en een mooie leefomgeving.

In de agenda voor Twente staat vier actielijnen.

1. Techniek als motor
2. Arbeidsmarkt & Talent
3. Bereikbaarheid & Vestigingsklimaat
4. Circulaire economie & Duurzaamheid

Een sterke vrijetijdssector draagt op meerdere manieren bij aan deze vier pijlers en is om deze reden een belangrijke speersector van Twente¹⁴. Men wil middels een sterke vrijetijdssector deze vier pijlers doorontwikkelen. De regio-opgave is hierbij dan ook hoe men middels de vrijetijdssector deze pijlers door kan ontwikkelen.

Hierbij kan het techniek inzetten, arbeidskrachten aantrekken en aantrekkelijker worden voor bedrijven om te vestigen. Bij het verder ontwikkelen van een concept wordt hier rekening mee gehouden en nader uitgewerkt.

2.2.3. Regiobeeld Twente 2030

In het Regiobeeld Twente 2030 zijn de uitdagingen op zorggebied voor Twente beschreven. Om de inwoners van Twente toegankelijke zorg te blijven bieden, is er meer én andere zorg nodig. Zorg- en welzijnsorganisaties, gemeenten, GGD en Menzis hebben de handen ineengeslagen. Met het Regiobeeld en de Regiovisie Twente 2030 als vertrekpunt. In het Regiobeeld Twente staan de ontwikkelingen en uitdagingen voor de gezondheidszorg in Twente tot 2030¹⁵.

De grootste opgaves die beschreven worden in het Regiobeeld Twente 2030 zijn:

1. Toename van het aantal Chronisch zieken in Twente (39% groei van het aantal dementerenden, 37% groei van het aantal personen met gewrichtsslijtage & 20% groei van het aantal personen met hart-en vaat ziekten.
2. 12% groei van het aantal personen met overgewicht.
3. 30% daling van het aantal mantelzorgers en 4% daling van het aantal werkzame personen in de zorg.

Het Regiobeeld Twente 2030 is gefocust op de inwoners van Twente. Verblijfstoeristen komen doorgaans niet uit de regio. In het concept moet nader worden bekeken of en hoe het concept wil inspelen op de eigen regio.



2.3.4. 'Vakantie met zorg'

De doelgroep Vakantie met zorg bestaat uit personen die enige vorm van zorg nodig hebben op hun vakantieadres. Hierbij kijken we zowel naar psychische zorg als fysieke zorg. Zorg is vrij breed en daarom is de doelgroep ook vrij breed. Het merendeel bestaat uit senioren, omdat deze over het algemeen meer zorg nodig hebben.

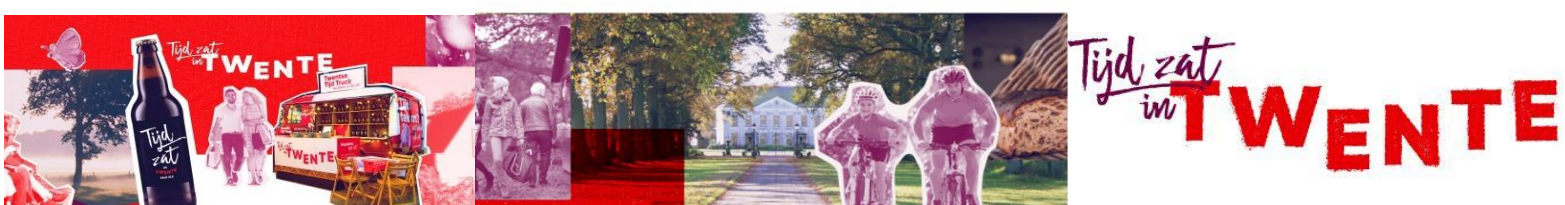
Verblijfsrecreatieve aanbieders kunnen door het bieden van extra faciliteiten, al dan niet in samenwerking met thuiszorgorganisaties, een belangrijke doelgroep aanboren. Deze groep behoort enerzijds tot het marktsegment leisure, maar vergt diverse aanpassingen van de verblijfsrecreatie.

Aangezien zorg een vrij breed begrip is zijn er hier verschillende gradaties in te identificeren. Van compleet aangepaste kamers tot lichte aanpassingen.

2.3.5. 'Herstel na ziekenhuisopname'

Verblijfsrecreatieve aanbieders nemen de (care-)functie van in ziekenhuis uitbehandelde patiënten over. Bij een op de zorgbehoeften van de patiënt afgestemd aanbod van een verblijfsrecreatieve accommodatie kan het gemiddelde verblijf in ziekenhuizen aanzienlijk worden teruggebracht. Rust en herstel na een operatie behoeven niet noodzakelijkerwijs in een ziekenhuis plaats te vinden. Samenwerking tussen verblijfsrecreatieve aanbieders en ziekenhuizen leidt ertoe dat een patiënt na de operatie in alle rust in een verblijfsrecreatieve accommodatie kan herstellen waarna één of enkele dagen later een medische controle kan plaatsvinden. Onderzoek vanuit MarketingOost wijst uit dat deze markt uitermate complex is. De zorgdriehoek (zorgverzekeraars, artsen en ziekenhuizen) spelen een zeer grote rol in het verplaatsen van zorg. Het is als ondernemer uitermate lastig om hier tussen te komen.

Hoe meer ouderen er komen, hoe meer personen moeten herstellen van operaties. Dit gebeurt steeds vaker extramuraal. Het aantal extramurale uren is tussen 2011 en 2014 toegenomen met 15% terwijl het aantal intramurale verpleging en verzorgingsdagen juist met 10% is gekrompen²⁰. Naar verwachting neemt dit in de toekomst nog verder toe². Sneller herstel in de eigen of ontspannende omgeving moet de kans op complicaties doen verminderen². Voor individuen die niet thuis kunnen of willen herstellen is een vakantiedestinatie een mooi alternatief.



2.4. Advies doelgroep

2.4.1. Advies Doelgroep: Senioren met een lichte zorgvraag

Wij adviseren op basis van de voorverkenning om in dit nieuwe concept in Twente te focussen op de doelgroep **senioren met een lichte zorgvraag**. Hierbij is inclusiviteit een randvoorwaarde voor implementatie.

Senioren met een lichte zorgvraag zijn senioren die niet medisch-specialistische zorg nodig hebben, maar vaak wel hulp met bepaalde kleine activiteiten. Men kan hier dan denken aan het helpen met het opstaan, aantrekken van steunkousen etc.

In tegenstelling tot de 'echte' zorgdoelgroep is deze doelgroep zeker interessant. Met een aantal 'eenvoudige' aanpassingen, zoals een brede doorgang en grote badkamer, extra aandacht en een goed doordacht marketingplan kan deze doelgroep relatief eenvoudig bediend worden.

Binnen deze doelgroep adviseren wij ook om op de *multigeneratievakantie* te richten. Multigeneratie vakantie houdt in dat je op reis gaat met bijvoorbeeld drie generaties, op vakantie met de hele familie dus. Deze vorm van reizen is sterk groeiende, zoals beschreven in de trends en ontwikkelingen.

2.4.2. Demografische karakteristieken

Deze doelgroep bestaat vanzelfsprekend uit senioren (65+). Over het algemeen zijn dit vaker laagopgeleide mensen. Mensen die *laagopgeleid* zijn hebben relatief vaker een (lichte) zorgvraag²². Dit uit zich in een grotere kans op gehoor, zicht en beweegproblematiek³³. Hiernaast hebben laagopgeleide mensen vaker last van chronische ziektes, ervaren ze vaker stress-gerelateerde klachten en de daaropvolgende psychische problemen²³.

Alhoewel met name laagopgeleiden een zorgvraag hebben, komen er door de demografische ontwikkelingen ook steeds meer hoogopgeleiden met een zorgvraag.

2.4.3. Ontwikkeling doelgroep

De bevolking van Nederland is geleidelijk aan het vergrijzen. Vergrijzing houdt in dat het aandeel ouderen in de totale bevolking toeneemt. In de twintigste eeuw is het aantal 65-plussers in Nederland meer dan vertienvoudigd: van 0,3 miljoen in 1900 tot 3,4 miljoen in 2020. Daarmee is het aandeel 65-plussers in de totale bevolking van 6% in 1900 naar 19,5% in 2020 toegenomen. De leeftijdsgroep 65- tot 80-jarigen bestaat momenteel uit 2,6 miljoen personen. In 2029 zal waarschijnlijk de 3 miljoen gehaald worden. Volgens de prognose neemt deze groep daarna nog toe tot bijna 3,3 miljoen rond 2038. De stijging van het aantal senioren de komende jaren betekent ook dat er steeds meer ouderen zijn met een chronische aandoening¹⁰.

Senioren reizen steeds meer, zo geeft Corendon aan dat het aantal senioren met bijna 50 procent gestegen is tussen 2013 en 2019²⁴. Hiernaast worden senioren steeds vaker betrokken bij multigeneratievakanties, vakanties waarbij men met een hele familie vakantie viert²¹.

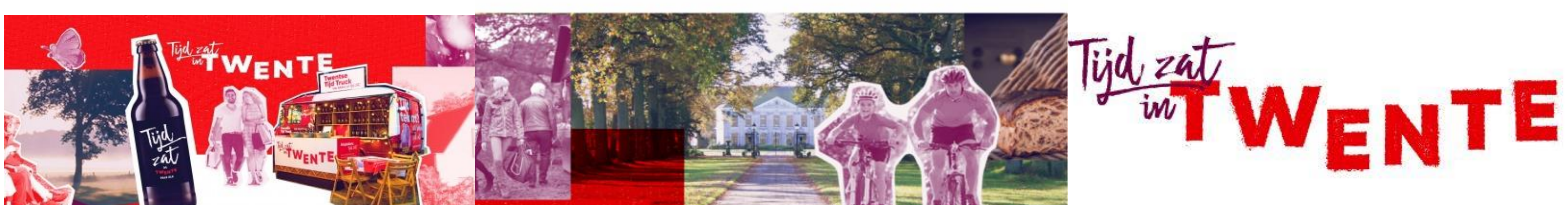
Aangezien we geen cijfers hebben over de doelgroep van de multigeneratievakantie kijken we naar de ontwikkelingen in de gezinscycli. Het aantal gezinnen (zowel éénouder als meerdere ouder gezinnen) stijgt tot 2040. Hierna blijft het aantal seizoenen stabiel²⁸. Dit betekent dat de doelgroep van de multigeneratievakantie stijgt. Zowel het aantal senioren als het aantal gezinnen stijgt namelijk.

2.4.4. Levensactiviteiten

Wanneer mensen met pensioen gaan worden ze over het algemeen fysiek actiever. De tijd die ze spenderen aan fysieke activiteiten neemt toe²⁴. Veel senioren spenderen veel tijd aan hun hobby's. Hierbij kan men denken aan wandelen, fietsen en/of afspreken met anderen. Verder past ruim 40 procent van de grootouders op in gezinnen waar de moeder werkt²⁵.

2.4.6. Behoeften vakantie en wat willen ze bij het nieuwe concept

Deze groep heeft behoefte aan het letterlijk drempelvrij maken van de accommodatie, zodat ze grotendeels zelf hun zaken kunnen regelen op vakantie. Hiernaast gaan ze graag naar culturele plekken, de natuur of musea. De wens is ook om deze drempelvrij te maken²⁶.



De kwaliteit, de bereikbaarheid en de toegankelijkheid van de ruimte voor vrijetijdsbesteding en van de vrijetijdsvoorzieningen zijn belangrijke factoren in de uithuizige vrijetijdsbesteding van ouderen²⁶.

Multigeneraties hebben behoefte aan activiteiten die voor *elke* generatie aantrekkelijk zijn. Men kan hierbij denken aan musea met een kinderspeurtocht, natuurgebieden met een educatief tintje of restaurants waarbij ook de jonge familieleden zich kunnen vermaken. Bij het verblijf is het van belang dat er vertier is voor de jongste en oudste generatie.

Deze doelgroep wil vooral onbekommerd van hun vakantie genieten. Wanneer ze hulp nodig hebben wensen ze dit te ontvangen, dit kan gaan om kleine hulpvragen, maar ook bijvoorbeeld het drempelvrij maken van de appartementen. Hiernaast is thuiszorg en andere hulp ook wenselijk bij het concept, omdat de doelgroep een zorgvraag heeft.

Wanneer we kijken naar de multigeneratiereis, zien we dat er ook voor de overige generaties vertier en vermaak aanwezig moet zijn. Dit vertier is leefstijlafhankelijk.

2.4.7. Mogelijkheden voor het nieuwe concept

Het nieuwe concept kan met lichte aanpassingen in het ontwerp deze markt bedienen, hierbij zijn vooral de mogelijkheid voor multigeneratiereizen een aanvullende optie. Om deze doelgroep aan zich te binden moet de nieuwe verblijfsrecreatieve locatie ingericht worden aan de wensen van de doelgroep. Een interessant voorbeeld hier is het aanbieden van chalets die geschikt zijn voor meerdere generaties. Kijkend naar het verblijfsaanbod an-sich gaat het om het (rolstoel)toegankelijk maken van de accommodaties, hiernaast zijn hulpmiddelen in de douche noodzakelijk, alsmede hulpmiddelen voor dagelijkse activiteiten. Voor sommige hulpvragen is een *helpende, IG'er of verpleegkundige* noodzakelijk.

2.4.8. Potentie

De verschillende doelgroepen binnen het Zorg- en gezondheidstoerisme zijn alle groeiende. Zowel de op preventiegerichte doelgroepen (door maatschappelijke ontwikkelingen), als de zorggerichte groepen (voornamelijk) door demografische ontwikkeling. Hierdoor is elke doelgroep mogelijk interessant, maar zijn er groepen die vanwege de complexiteit en (financiële) structuur van de zorg in Nederland niet interessant zijn voor het concept in Twente.

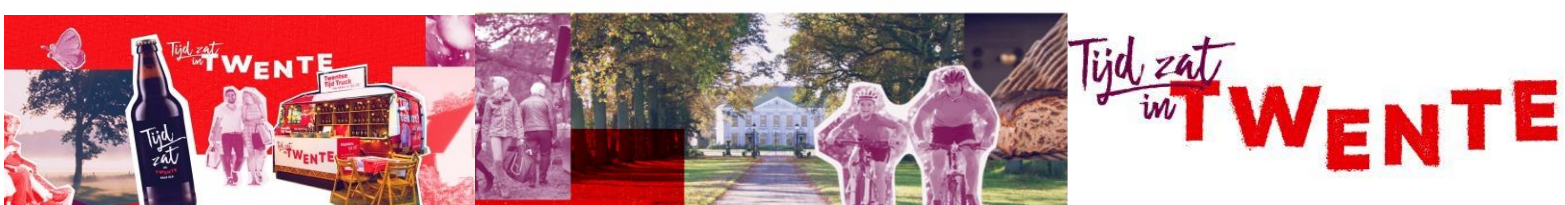
De niche waar potentie in zit is relatief hoogopgeleide ouderen met een (lichte) zorgvraag. Deze groep is groeiende door de vergrijzing en de sterke groei van het aantal ouderen met een vakantie behoefte. Randvoorwaarde blijft natuurlijk dat alles toegankelijk is voor elke doelgroep. Deze doelgroep sluit anderen ook niet uit. Zo is dit ook geschikt voor andere mensen met een lichte zorgvraag.

Wanneer men het op deze manier inricht is er zeker potentie voor deze doelgroep. Een bijzondere kansrijke aanvullende subdoelgroep hierbij is de multigeneratiereis waar 1 lid of meerdere leden (lichte) zorg nodig hebben.

2.4.9. Toelichting motivatie om (vooralsnog) niet op de andere doelgroepen te richten:

We adviseren om de '*Herstel na ziekenhuisopname*' (nog) niet als doelgroep te kiezen. Alhoewel er steeds meer mensen thuis moeten revalideren is het ongewis of deze doelgroep gaat groeien. Het is een complexe wereld, waarbij de vergoeding nog zeker niet ruimte laat om elders te revalideren. Een belangrijk tegenargument is tevens dat mensen thuis sneller herstellen van een operatie

Het advies is om '**mensen uit balans**' (vooralsnog) ook niet als doelgroep aan te trekken. Deze groep vraagt een extra inspanning om hier meer kennis over te vergaren, therapeuten aan te laten sluiten en heel zorgvuldige afbakening om de 'reguliere gast' niet te belasten.



Ook de gasten die '**vakantie met zorg**' wensen staat ver af van de wensen en behoeften van de 'reguliere gast'. Er zijn dan (duidelijk zichtbare) aanpassingen nodig in de kamers en in veel gevallen een 24/7 verpleegkundig toezicht. We adviseren niet om een dergelijk zorghotelconcept te gaan bieden.

Tot slot is de doelgroep **leefstijl en preventie** mogelijk interessant. Dit hangt echter af van de wensen van de ondernemers.

2.5. Gewenste doelgroepen opdrachtgever

Naast de doelgroep 'Senioren met een zorgvraag' gaven de opdrachtgevers aan interesse te hebben om producten te ontwikkelen voor de *Prikkelarme doelgroep*. De *Prikkelarme doelgroep* bestaat uit:

- Personen met een autisme spectrum stoornis (Klassiek autisme, PDD-NOS, Asperger, Stoornis van Rett & McDD).
- Personen met een stress-gerelateerd ziektebeeld (Overspannenheid & Burn-outs)
- Personen met NAH (Niet-aangeboren Hersenletsel)
- Personen met Epilepsie (heeft overlap met de NAH groep).

Voor de *Prikkelarme doelgroep* beschrijven we de demografische karakteristieken, toekomstige ontwikkeling, levensactiviteiten, vakantiebehoefte en, wat ze willen bij het nieuwe product, mogelijkheden voor het nieuwe concept en de potentie van deze doelgroep.

2.5.1. Demografische karakteristieken

Personen met een autisme spectrum stoornis.

Er is in Nederland geen onderzoek gedaan naar het aantal geregistreerde diagnoses van een autismespectrumstoornis. In buitenlands onderzoek wordt de prevalentie van stoornissen in het autismespectrum gewoonlijk op 60 tot 100 per 10.000 mensen geschat, of ongeveer 1 procent. Omdat geen verschillen worden gevonden tussen etnische groepen of tussen groepen met een verschillende sociaaleconomische status is er geen reden om aan te nemen dat de prevalentie in Nederland zou afwijken van het buitenland³⁹. Dit betekent dat het totaal aantal personen met een autismespectrumstoornis in Nederland rond de 170.000 ligt.

De gemiddelde leeftijd van iemand met autisme is 24,2 jaar. 75% van de personen met een autisme spectrum stoornis is man en 25% is vrouw³⁴.

Personen met een stress-gerelateerd ziektebeeld

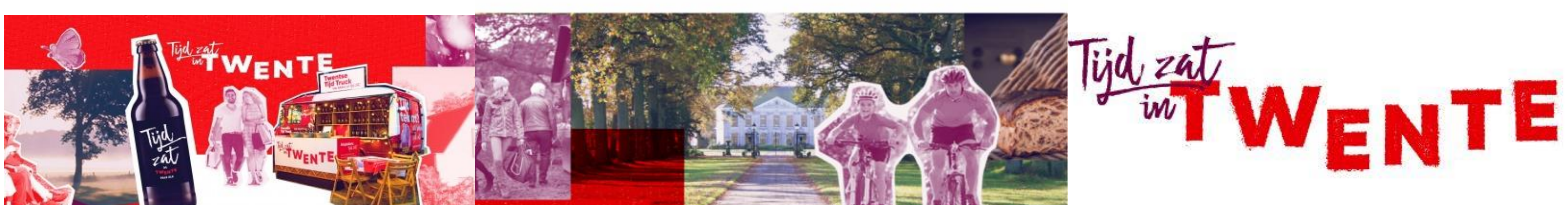
In 2019 waren er naar schatting 254.400 personen met een stress-gerelateerd ziektebeeld (overspannenheid) in de huisartsenpraktijk: 84.800 mannen en 169.700 vrouwen. Dit komt overeen met 9,8 per 1.000 mannen en 19,4 per 1.000 vrouwen. De diagnose komt bij mannen het meest voor in de leeftijdsgroep 40 tot en met 44 jaar en bij vrouwen in de leeftijdsgroep 35 tot en met 44 jaar. Deze cijfers geven een onderschatting, omdat niet iedereen zich meldt bij de huisarts³⁵.

Personen met NAH

In 2019 waren er 645.900 personen gediagnosticeerd met NAH³⁶. Hersenletsel kan op alle leeftijden ontstaan. Bij NAH nemen de incidentie en prevalentie sterk toe met de leeftijd. Het zwaartepunt ligt bij mensen die ouder zijn dan 65 jaar³⁷. Er zijn zover bekend geen harde bewijzen dat er meer mannen dan vrouwen gediagnosticeerd zijn met NAH.

Personen met epilepsie

In 2019 waren er naar schatting 60.500 personen met epilepsie die voor deze klacht zorg hebben gehad van de huisarts of waarvan de huisarts wist dat de patiënt zorg ontving in de tweede lijn (zorgprevalentie): 31.700 mannen en 28.800 vrouwen. Dit komt overeen met 3,7 per 1.000 mannen



en 3,3 per 1.000 vrouwen. Mannen van 65 jaar en ouder komen relatief vaak op consult bij de huisarts voor epilepsie³⁸.

De Prikkelarme doelgroep

De Prikkelarme doelgroep is uitermate divers. Bij personen met epilepsie en NAH bestaat de doelgroep voornamelijk uit mannen van boven de 65 jaar. Bij personen met een stress-gerelateerd ziektebeeld zijn het weer met name (jongere) vrouwen. Voor personen met een autisme spectrum stoornis zijn het weer met name (jongere) mannen.

2.5.2. Ontwikkeling doelgroep

Personen met een autisme spectrum stoornis.

Studies uit de jaren zeventig kwamen op een prevalentie van autisme van 2 tot 5 personen per 10.000. Tegenwoordig wordt dus uitgegaan van een hogere prevalentie. Die stijging kan grotendeels verklaard worden door de verruiming van de diagnostische criteria en de opname van Asperger en PDD-NOS in het autismespectrum, een betere onderkenning en een toegenomen bewustwording van autisme³⁹. Het is dus onbekend of de groep met een autisme-spectrum stoornis groeit en gaat groeien.

Personen met een stress-gerelateerd ziektebeeld

Op basis van uitsluitend demografische ontwikkelingen gaat het absoluut aantal mensen met overspannenheid en burn-out verschijnselen in de periode 2018-2040 naar verwachting met 3% stijgen. De verwachte stijging bedraagt 4% voor mannen en 3% voor vrouwen. De toename zal groter of kleiner kunnen zijn door andere (niet-demografische) ontwikkelingen die de kans op het vóórkomen van overspannenheid en burn-out beïnvloeden³⁵.

Personen met NAH

Jaarlijks krijgen naar schatting 130.000 mensen te maken met een vorm van hersenletsel (NAH) door bijvoorbeeld een ongeluk, een herseninfarct, een tumor, een hartstilstand of een hersenbloeding. Door demografische ontwikkelingen is het aannemelijk dat het aantal personen dat te maken krijgt met NAH stijgt in de toekomst⁴⁰.

Personen met epilepsie

Op basis van uitsluitend demografische ontwikkelingen zal het absoluut aantal mensen met epilepsie (jaarprevalentie) in de periode 2018-2040 naar verwachting met 13% stijgen. De verwachte stijging bedraagt 15% voor mannen en 12% voor vrouwen. De toename zal groter of kleiner kunnen zijn door andere (niet-demografische) ontwikkelingen die de kans op het vóórkomen van epilepsie beïnvloeden³⁸.

De Prikkelarme doelgroep

Op basis van de groei van alle sub-doelgroepen van de *prikkelarme doelgroep* kunnen we aannemen dat de *prikkelarme doelgroep* groeit in de toekomst. De belangrijkste oorzaak hiervan is de demografische ontwikkeling in Nederland.

2.5.3. Levensactiviteiten

Personen met een autisme spectrum stoornis.

Personen met autisme hebben vaak een buitengewoon intense of aparte interesse waar ze veel vrijetijd in investeren. Bijna 70% van de mensen met een autisme spectrum stoornis geeft aan een bijzondere interesses te hebben in een bepaald onderwerp³⁵. Hier is hij/zij dan ook veel mee bezig in zijn of haar vrije tijd. Hierbij zijn met name computers, muziek & sciencefiction / fantasy populaire onderwerpen³⁵.

Personen met een autisme spectrum stoornis maken relatief veel gebruik van georganiseerde vrijetijdsbesteding voor mensen met autisme (jeugd 20%, volwassenen 9%). Populaire initiatieven onder de jeugd zijn sportactiviteiten voor mensen met autisme (34%) en de Auti-Doe-Dagen(26%). Volwassenen maken vooral gebruik van de autisme cafés (38%)³⁵.



Personen met een stress-gerelateerd ziektebeeld

Het is lastig om de levensactiviteiten van personen met een stress-gerelateerd ziektebeeld te definiëren. Het algemene beeld is dat deze personen 'veel hooi op hun vorm nemen'. Dit zien we vooral terug bij de zogeheten millennials. Zij vinden autonomie belangrijk en willen daarom alles uit het leven halen. Hierbij willen ze een goede baan, leuke vakanties en een perfecte partner⁴¹. Het kost zeer veel energie, tijd en moeite om dit na te streven. Het algemene stramien is dus dat personen met een stress-gerelateerd ziektebeeld vooral heel veel ondernemen. Dit kunnen zeer veel verschillende activiteiten zijn.

Personen met NAH

Niet aangeboren hersenletsel zorgt voor een onderbreking van de levenslijn van de persoon die het overkomt. Mensen blijven vaak beperkingen ervaren als gevolg van het hersenletsel. Zij zijn dan bijvoorbeeld veel sneller moe, raken snel overprikkeld, hebben verminderd inlevingsvermogen, hebben lichamelijke en motorische problemen, kunnen niet zo goed meer dingen onthouden, denken trager, hebben meer moeite met emotieregulering, et cetera. Mensen met NAH kunnen daardoor hun dagelijkse activiteiten van voor het letsel vaak niet meer doen, denk hierbij aan werk, hobby's en onderwijs⁴². Door sneller optredende vermoeidheid en verhoogde prikkelintolerantie kan iemand beperkt worden in zijn dagelijkse activiteiten⁴⁰.

Personen met epilepsie

Personen met epilepsie ervaren (afhankelijk van de ernst) hinder in hun dagelijkse activiteiten. In de huidige opvatting is het beter een zo normaal mogelijk leefpatroon aan te houden en te zoeken naar een behandeling die onder alle omstandigheden werkt, liefst zonder bijwerkingen. Beperkende leefregels zijn dan niet nodig. Toch kunnen alledaagse zaken voor mensen met epilepsie net even anders liggen. Men moet altijd rekening houden met de gevolgen van een epileptische aanval. Activiteiten zoals zwemmen, badderen en zich verplaatsen (autorijden, fietsen, motorrijden etc.) is vaak niet mogelijk voor mensen met epilepsie. Hiernaast is bepaald werk (wat risico's met zich mee brengt) ook niet mogelijk voor mensen met epilepsie⁴³.

De Prikkelarme doelgroep

De levensactiviteiten van de sub-doelgroepen van de *prikkelarme doelgroep* zijn zeer verschillend. De algemene trend is dat er niet teveel *prikkel*s moeten ontstaan die beperkend kunnen werken voor de doelgroepen. Een prikkel is een verandering in de omgeving waarop het individu reageert.

2.5.4. Behoeften vakantie en wat willen ze bij het nieuwe concept

Personen met een autisme spectrum stoornis.

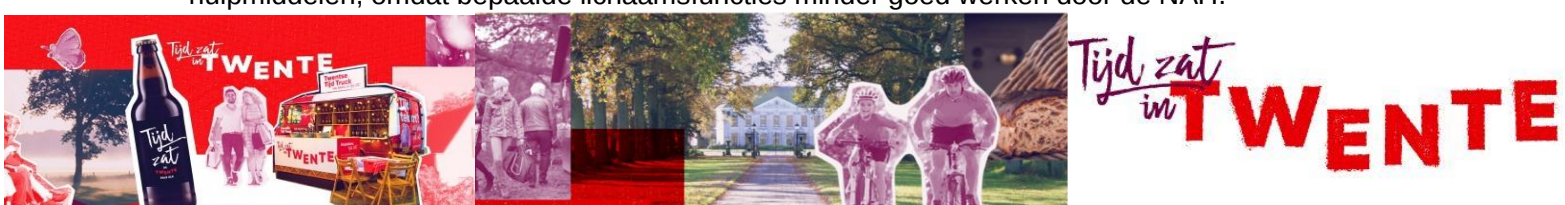
Op vakantie gaan betekent verandering, bijvoorbeeld van de omgeving en de manier waarop de dag wordt doorgebracht. Voor veel mensen is juist deze verandering een groot deel van de lol, maar dit geldt meestal niet voor mensen met autisme⁴⁴. Mensen met autisme willen weten waar ze aan toe zijn bij een vakantie. Hiernaast worden mensen met autisme vaak overprikkeld op een vakantiedestinatatie. Ze hebben daarom behoefte aan een rustige en prikkel-arme omgeving waar ze optimaal kunnen ontspannen⁴⁵.

Personen met een stress-gerelateerd ziektebeeld

Mensen met een stress-gerelateerd ziektebeeld wensen vooral rust en ontspanning op hun vakantie. Wat dit inhoudt verschilt echter per individu. Voor de één betekent dit juist veel sporten en/of bewegen terwijl dit voor de ander betekent dat hij/zij juist niets onderneemt. De algemene tendens is dat personen met een stress-gerelateerd ziektebeeld graag ontzorgd worden en het liefst weinig prikkels ontvangen van anderen⁴⁶.

Personen met NAH

Mensen met hersenletsel gaan vaak niet op vakantie, omdat ze snel overprikkeld raken in een vreemde omgeving⁴⁷. Wanneer mensen met NAH wel op vakantie gaan hebben ze behoefte aan een prikkelarme reis, omgeving en verblijfsaccommodatie. Hiernaast hebben ze vaak behoefte aan een relatief koude omgeving en vermaak mogelijkheden voor zijn/haar reisgezelschap zodat de persoon met NAH aan zijn/haar rust toekomt⁴⁸. Hiernaast hebben ze soms ook behoefte aan hulpmiddelen, omdat bepaalde lichaamsfuncties minder goed werken door de NAH.



Personen met epilepsie

Hoewel voor de meeste mensen met epilepsie meestal geen bijzondere maatregelen nodig zijn als ze op vakantie willen gaan, is het goed om met een aantal zaken rekening te houden. Voor mensen met epilepsie is het belangrijk dat de verblijfsaccommodatie bekend is met het ziektebeeld. Hiernaast is het van belang dat men geen 'aanvalsopwekkende activiteiten onderneemt'. Wat dit is, hangt af van het individu⁴³.

De Prikkelarme doelgroep

De subdoelgroepen van de *prikkelarme doelgroep* hebben (m.u.v. personen met epilepsie) behoefte aan een rustige en prikkel-arme vakantie bestemming waar ze ontzorgd worden. Ontspanning in enige vorm staat centraal tijdens zijn/haar vakantie.

2.5.5. Mogelijkheden voor het nieuwe concept

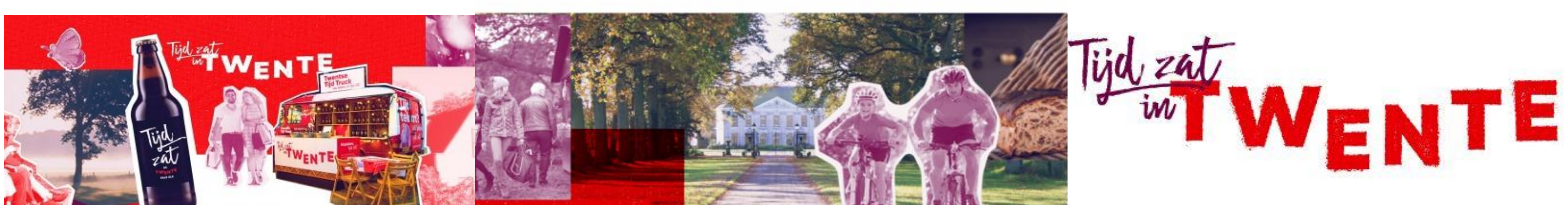
Zoals eerder beschreven heeft de *prikkelarme doelgroep* behoefte aan rust en ruimte bij zijn/haar vakantie bestemming. Ze wensen ontzorgd te worden waarbij ontspanning centraal staat. Voor het nieuwe concept betekent dit het volgende:

- Realiseer aparte accommodaties voor deze doelgroepen. Van belang is dat de omgeving prikkelarm is.
- Bied verschillende ontzorgingsmogelijkheden aan (wellness, voedsel bezorgen, activiteitenlijst).
- Zorg ervoor dat de gast zich kan terugtrekken op de vakantiebestemming. Denk hierbij aan goed afgeschermd vakantielekken.

2.5.6. Potentie

De Prikkelarme doelgroep is een doelgroep van formaat. Rond de 170.000 personen hebben een autismespectrumstoornis, rond de 650.000 personen hebben een NAH (inclusief epilepsie) en bijna 250.000 personen hebben een stress-gerelateerd ziektebeeld. Dit maakt dat de totale doelgroep bestaat uit bijna 1 miljoen personen. Een deel van deze personen kan momenteel niet op vakantie dankzij zijn/haar beperking, maar wil dit wel graag. Dit is een niche waar men op kan inspringen. Hierbij is het advies dit eerst op een kleinschalige manier te doen om het concept te toetsen in de markt.

Het is hierbij van belang dat elk individu apart wordt benaderd waarbij het *prikkelarme* centraal staat. Randvoorwaarde blijft natuurlijk dat alles toegankelijk is voor elke doelgroep. Deze groep is kansrijk naast de doelgroep *senioren met een lichte zorgvraag*. Hierbij is het van belang dat men aparte vakantiemogelijkheden voor de *prikkelarme* doelgroep ontwikkelt.



2.6. Focus doelgroepen Twente

Om inzicht te krijgen in kansrijke doelgroepen voor de vrijetijdseconomie, is er gebruik gemaakt van het segmentatiemodel voor recreatiesector; De Leefstijlvinder. Deze geeft ook inzicht in de wensen en behoeften van de doelgroepen. In

Samen met een aantal provincies heeft de provincie Overijssel een doelgroep segmentatie laten maken welke geënt is op de vrijetijdsbehoeften en wensen van de Nederlandse inwoner. Dit is de Leefstijlvinder¹⁶. Hierin onderscheiden we zeven verschillende doelgroepen. Het is verstandig om bezoekers steeds meer aan te spreken op basis van leefstijlprofiel. Minder massa, meer niches. In Twente focust men zich op *Harmoniezoekers*, *verbindingszoekers*, *inzichtzoekers* en *stijlzoekers*. Bij de verschillende doelgroepen kijken we ook wat dit betekent voor het zorgconcept.

2.6.1. Harmoniezoekers

Harmoniezoekers zijn op zoek naar combinaties van rust en gezelligheid. Ze vinden het belangrijk dat iedereen tevreden is. Op vakantie willen ze dat er voor iedereen wat te doen is. Recreanten in deze groep zijn hartelijke mensen, met veel interesse in anderen. Ze omschrijven zichzelf als gemoedelijk, vrolijk en zachtvaardig.

M.b.t. toegankelijke vakanties willen ze graag samen zijn met familie. Het moet dus mogelijk zijn om familieleden in de buurt te hebben om samen dingen te ondernemen.

2.6.2. Verbindingszoekers

Verbindingszoekers denken vooral aan anderen. Dit is ook te zien in hun recreatiegedrag. Ze zijn meestal bezig met het beter maken van de wereld. In de tijd die overblijft genieten ze graag van de natuur, op de fiets of al wandelend. Maar ook een bezoek aan museum of theater vinden ze fijn. De interesse in anderen en de wereld vind je ook terug in hun reisgedrag: ze hoeven niet op één plek te blijven. Rondtrekken vinden ze leuk.

M.b.t. het toegankelijke vrijetijdsproduct wensen verbindingszoekers een eenvoudig, maar goed verblijf.

2.6.3. Inzichtzoekers

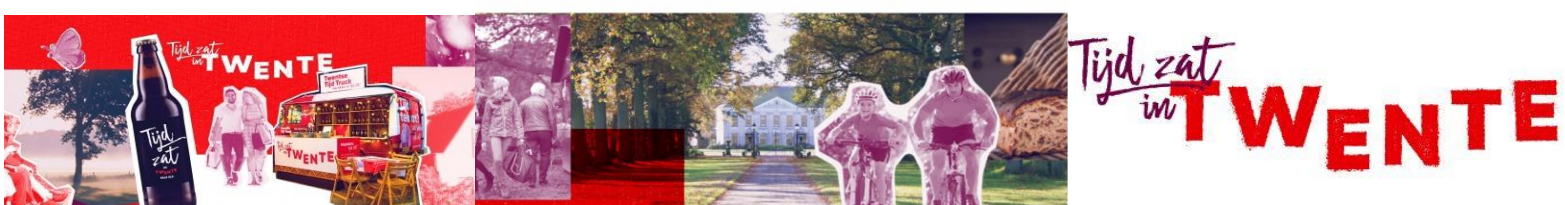
Inzichtzoekers zijn rustige, bedachtzame types die op zoek zijn naar nieuwe ervaringen in bijvoorbeeld de culturele of natuursector. Overnachten doen ze graag op een plek waar de praktische voorzieningen goed geregeld zijn. Hierbij zijn ze bereid om best wat meer te betalen voor hun overnachting.

Ook in het toegankelijke zorgaanbod willen ze graag de combinatie maken tussen natuur, cultuur en het zorgaanbod.

2.6.4. Stijlzoekers

Verwend worden en genieten van exclusiviteit past voor hen bij vakantie. Luxe en comfort is dan ook zeer belangrijk. En daarbij: het sociale gebeuren moet kloppen. Dus liever zoveel mogelijk Ons Soort Mensen, op dezelfde golflengte om zich heen. Goed voor je netwerk ook. Hun actieve en strevende levensstijl komt ook duidelijk naar voren in hun vrije tijd en vakantie. In hun eigen woorden: 'Work hard, play hard'.

De preventie doelgroep sluit heel goed aan bij stijlzoekers. Stijlzoekers houden over het algemeen van wellness en massages. Hierbij is het van belang dat het er uitermate stijlvol uit zien, waarbij men eerder richting wellness gaat dan richting zorghotel.



3. Marktanalyse

In deze marktanalyse voeren we een concurrentieanalyse uit, worden de randvoorwaarden voor het concept geschetst n.a.v. expert interviews, worden de netwerkpartners in kaart gebracht en de positionering van Twente beschreven. Hierna wordt beschreven wat dit betekent voor het concept van de opdrachtgevers.

3.1. Concurrentieanalyse

In de concurrentieanalyse kijken we naar het aantal bedrijven in Noordoost Twente dat vakanties aanbiedt voor *senioren met een lichte zorgvraag en/of de prikkelarme doelgroep*. Hierna kijken we of er nog ruimte is voor een concept gericht op de *senioren met een lichte zorgvraag en/of de prikkelarme doelgroep*.

3.1.1. Concurrenten in kaart

In Noordoost Twente zijn een aantal aanbieders die zich focussen op de doelgroep met een zorgvraag. In deze concurrentieanalyse presenteren we de meest prominente. Er zijn mogelijk meer accommodaties, echter zijn deze niet bekend bij expert in Twente.

't Kaempke de Lutte

Op **vakantiepark 't Kaempke** is er genoeg te doen voor jong & oud. Zo kunnen kinderen spelen op de airtrampoline, in het speeltuintje en zandbak of ze kunnen kippen en konijnen aaien in de kleine **dierenweide**. Ook is het mogelijk om hier workshops te boeken, zoals klootschieten of een schilderworkshop.



Figuur 1 - Rolstoelvacantie bij 't Kaempke

De groepsaccommodaties op 't Kaempke zijn voorzien van alle gemakken in een typisch Twents jasje. Het zijn hoogwaardige accommodaties zoals je die veel ziet in Twente. De groepsaccommodaties zijn geschikt van **6 tot 32 personen** en bieden veel privacy. Sommige accommodaties zijn ook geschikt voor mindervaliden en er is een **vakantiehuis met sauna** waar je onbeperkt gebruik van kunt maken. In samenwerking met zorginstellingen ontvangt deze groepsaccommodatie regelmatig groepen met een zorgvraag. 't Kaempke heeft een relatief hoog percentage zorgvakanties.

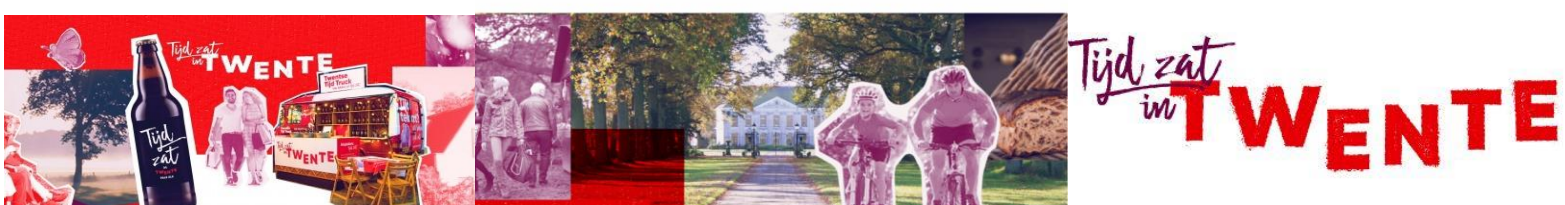


Landgoed 't Borghuis

Landgoed 't Borghuis is gelegen in de bossen vlakbij het toeristische Losser en De Lutte. Rust en natuur zijn twee belangrijke ingrediënten die geboden worden. Er even tussenuit met familie, bedrijf, vrienden, gezin, voor elk wat wils. Ze hebben een groot aantal accommodaties, waarvan er een aantal geschikt zijn voor mensen die zorg nodig hebben of bijvoorbeeld een functiebeperking hebben.

De Sterre is een accommodatie op 't Borghuis voor 8 tot 43 personen, 16 slaapkamers, alle kamers beschikken over een ruime badkamer, waarvan 2 met jacuzzi, eigen hout gestookte hottub. Deze accommodatie is gebouwd in 2012. Eigen bar, tuindeuren en (overdekt) terras zijn voor handen. Deze accommodaties zijn geschikt voor mensen met een functiebeperking, een lift en diverse aanpassingen aanwezig. Ook is er nog een kleine variant van De Sterre die geschikt is voor 6 tot 20 personen.

't Borghuis ontvangt in verhouding meer reguliere groepen dan groepen met functiebeperkingen, maar de vraag wordt steeds groter naar aangepaste accommodaties.



Landgoed de Mosbeek

Het Landhoes op Landgoed de Mosbeek is een mooi rustig gelegen groepsaccommodatie en beschikt over 10 twee persoons slaapkamers met eigen douche en toilet en 1 vier persoonskamer. Het Landhoes leent zich voor familie- en vriendenweekenden. Het ligt nabij natuurgebieden, Het Dal van de Mosbeek, Het Springendal, de Streu en de Bronnen. Een accommodatie voor gezelschappen tussen de 10 en 24 personen.

Het landhoes wordt omringd door een ruim speelveld bij het huis, voor groot en klein. Een eigen speelschuur, met onder andere tafeltennistafel, traptrekkers, sjoelbak een grote bolderkar en nog veel meer. Het landhuis beschikt over 11 slaapkamers, met boven 8 tweepersoonskamers met eigen douche en toilet. Er is één badkamer geschikt voor mindervaliden.

Het Landhoes wordt zowel verhuurd aan groepen waar één of meerdere personen een functiebeperking hebben als aan reguliere groepen.

Villapark Eureka

Villapark Eureka biedt wellness, luxe en privacy in een Twentse villa. Al jaren staat Eureka in de Zoover Top 3 van beste vakantieparken van Nederland. Het villapark ligt midden in recreatiegebied 'Het Hulsbeek'. De recreatiemogelijkheden zijn veelomvattend, zowel bij goed als slecht weer. Alle villa's zijn rolstoeltoegankelijk en alle paden op het park zijn verhard. Villapark Eureka heeft het NBAV-keurmerk en is derhalve zeer geschikt voor een zorgvakantie in Twente. Iedereen wordt met open armen ontvangen. De bosvilla's liggen op minimaal 20m uit elkaar en liggen op grote percelen van 600-800m². Eureka is bij uitstek geschikt voor zorgvakanties. Een groot percentage van hun bezoekers hebben dan ook een functiebeperking (of één persoon in een gezin met een functiebeperking).



Figuur 2 - Tillift bij Villapark Eureka

3.1.2. Betekenis voor concept

Om inzicht te krijgen in de potentie van het nieuwe concept van de opdrachtgevers brengen we in deze marktanalyse de aanwezige concurrentie in kaart. Hier kijken we naar vergelijkbare concepten die zich richten op zorg-en gezondheidstoerisme (*senioren met een lichte zorgvraag* en de *prikkelarme doelgroep*).

De vergelijkbare concepten in Noordoost Twente die zich richten op *zorg-en gezondheidstoerisme* richten zich met name op individuen met een fysieke beperking, waardoor ze mogelijk attractief zijn voor de *senioren met een zorgvraag*. Ze werken hierbij vaak samen met een lokale zorgaanbieder.

Een opvallend verschijnsel is dat de zorgvakantie aanbieders in Twente bijna allen zijn ingericht voor grote groepen. Dit is mogelijk attractief voor *multigeneratievakantie*, maar voor mensen die in een klein gezelschap reizen is dit minder aantrekkelijk. Dit biedt kansen voor het nieuwe zorgconcept, door te focussen op de kleinere groepen.

In Nederland zijn er relatief weinig vakantiemogelijkheden specifiek voor de Prikkelarme doelgroep. De Prikkelarme doelgroep kan in Noordoost Twente enkel terecht bij Villapark Eureka. Voor deze doelgroep zijn de overige parken al snel te druk. Bij Eureka staan de huisjes tenminste 20 meter uit elkaar. Ze zijn echter niet volledig afgescheiden. Voor het nieuwe concept is dit een mogelijke kans. Ze kunnen actief inspelen op deze, zoals in de doelgroepen analyse beschreven, groeiende markt.



3.2. Randvoorwaarden concept

Om de randvoorwaarden voor het concept in kaart te brengen zijn expertinterviews gehouden met partijen die veel ervaring hebben met de doelgroepen. Hierbij zijn interviews gehouden met experts op het gebied van *senioren met een lichte zorgvraag*, *mantelzorgers* en de *prikkelarme doelgroep*. Deze interviews worden in dit hoofdstuk behandeld. Dit hoofdstuk eindigt met wat de bevindingen van de experts betekenen voor het concept.

3.2.1. Bevindingen Expertinterviews

Senioren met een lichte zorgvraag

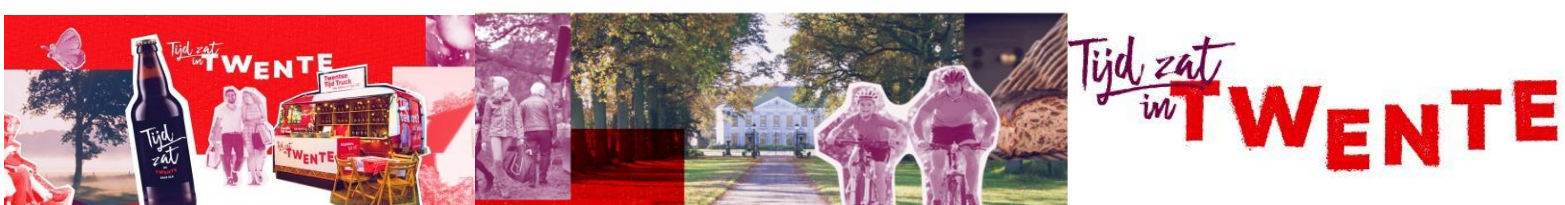
In november 2020 heeft MarketingOost een interview gehouden met Saxion Hogescholen (een autoriteit op het gebied van zorgvakanties) over zorg-en gezondheidstoerisme. Hierbij gaven ze de informatie m.b.t. zorg-en gezondheidstoerisme.

- Nog meer dan in 2009 is de markt klaar voor zorgconcepten. De bevolking vergrijsst, ouderen blijven langer thuis en willen ondanks beperkingen toch graag eropuit.
- Binnen de 'oudere generatie' zijn er veel verschillen; de ouderen van boven de 80 zijn vaak nog van een 'dankbare generatie'. Zij stellen weinig eisen en zijn al snel blij met een gastvrije omgeving en aandacht voor de mens.
- Kamerinrichting; door een stijlvolle, minimalistische inrichting te kiezen is het voor verschillende doelgroepen geschikt te maken. Een aantal aanpassingen is voor niemand een probleem; brede deuropeningen, geen drempels, grote badkamer. Er zijn aanpassingen die ook flexibel/ tijdelijk te plaatsen zijn.
- Communicatie; marketingcommunicatie van een zorgconcept kan erg ingewikkeld zijn. Men wil niet als 'bejaard' of 'zorgbehoevend' worden benaderd.
- Multigeneratie vakanties; gezinnen met kinderen gaan ook steeds vaker samen met grootouders op vakantie. Dit zorgt voor een brede doelgroep met uiteenlopende wensen.

Mantelzorgers

In 2021 heeft MarketingOost een interview gehouden met een persoon wie mantelzorg geeft aan haar zoon. Hiernaast is ze actief bij de mantelzorgvereniging Nederland. Tijdens een interview gaf zij aan dat met de volgende punten rekening moet worden gehouden wanneer men een concept inricht voor *personen met een zorgvraag* en *mantelzorgers*.

- Het is van belang dat alles in de accommodatie gelijkvloers is. Hierbij ligt de focus op de doucheruimte. De douche moet niet in een badkuip zijn of in een andere kuip. De douchevloer moet gelijk zijn met de rest van de badkamer. Hiernaast moet de verblijfsrecreatieve mogelijkheid ook geschikt zijn voor rolstoelgebruikers of rollatorgebruikers.
- Hiernaast een verzorgende op oproep is ontzettend waardevol.
- Vaak kan men geen driewielers huren op een vakantieadres, terwijl deze vaak noodzakelijk is voor een persoon die mantelzorg heeft. Activiteiten waarbij er iets meer adrenaline vrijkomt zoals kanovaren, boten huren etc. zijn aantrekkelijk voor (met name jongere) doelgroepen. Hier is nu geen tot weinig aanbod voor.
- Voldoende aanwezigheid van rustpunten en momenten, invalidetoiletten, rolstoeltoegankelijkheid en de mogelijkheid dat er rolstoelen aanwezig zijn is ook erg belangrijk.



Prikkelarme doelgroep

In 2021 heeft MarketingOost gesproken met een recreatieondernemer die zelf behoort tot de prikkelarme doelgroep. Intussen is zij van plan om een recreatieconcept voor mensen met niet-aangeboren hersenletsel te realiseren in het Vechtdal. Zij geeft aan dat de volgende punten aandachtspunten zijn voor de prikkelarme doelgroep:

- De verschillende onderdelen van de Prikkelarme doelgroep gaan allicht helemaal niet samen. Onze expert geeft aan dat de ondernemers een keuze moeten maken binnen de prikkelarme doelgroep. Deze groepen kunnen niet goed naast elkaar leven doordat ze overprikkeld van elkaar raken. Een voorbeeld dat de recreatieondernemer gaf was dat zij met een NAH niet tegen schreeuwgeluiden kan, terwijl iemand met een autisme-spectrum mogelijk woedeaanvallen kan krijgen.
- De accommodaties moeten prikkelarm worden ingericht. Het is hierbij belangrijk dat er uniformiteit is in de inrichting. Drukke omgevingen zorgen voor te veel prikkels. Het is aan te raden om iemand vanuit de doelgroep mee te laten kijken met de ontwikkeling.
- Mensen uit de prikkelarme doelgroep wensen vooral zekerheid. Ze wensen dat er de mogelijkheid bestaat dat ze goede zorg ontvangen. Het is dus van groot belang dat er expertise over het ziektebeeld bij het concept aanwezig is. Het moet echter niet te 'zorg-achtig' worden ingericht. Het is aan te raden om iemand vanuit de doelgroep mee te laten kijken met de ontwikkeling.

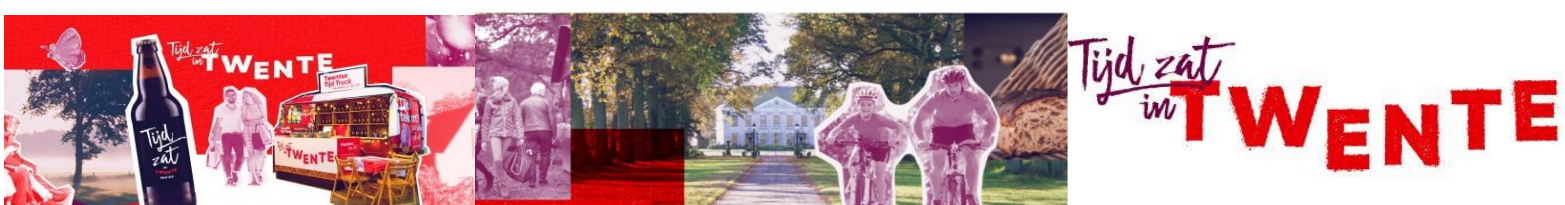
3.2.2. Betekenis voor het concept

Om de randvoorwaarden voor het nieuwe concept te bepalen zijn expert interviews gehouden met kenners van de *prikkelarme doelgroep* en de *senioren met een lichte zorgvraag*. Hun ervaringen schetsen de randvoorwaarden voor het nieuwe concept.

De geïnterviewde experts geven aan dat het van belang is dat men de inrichting aanpast aan de doelgroep. Zo moet er voldoende ruimte zijn, voldoende aanpassingen en moet het prikkelarm worden ingericht. Het advies is daarbij iemand van de doelgroep hierbij te betrekken, omdat die vanuit zijn positie hier beter advies over kan geven.

Hiernaast is het van belang dat het concept niet een 'zorg-uitstraling' heeft. Zowel de *senioren met een lichte zorgvraag* als de *prikkelarme doelgroep* wensen zorg te ontvangen op locatie, maar dit moet niet de boventoon voeren. Ze willen graag op een zo 'normaal mogelijke' manier op vakantie, maar wel met de vervulling van de zorgbehoefte die ze hebben. Om aantrekkelijk te zijn voor de gast is het ook belangrijk dat de het nieuwe concept dit aanbiedt. Hiervoor is samenwerking benodigd met netwerkpartners.

Tot slot geeft de expert van de *prikkelarme doelgroep* aan dat het af te raden is om op de complete *prikkelarme* groep te richten. Deze groepen gaan niet altijd goed met elkaar. Het is daarom belangrijk om te focussen op een niche binnen de *prikkelarme doelgroep*. Ons advies hier in is om binnen het concept zich te focussen op individuen met een autisme-spectrum stoornis, gezien de ervaring van de opdrachtgever met deze doelgroep. Hierbij is een deel van het concept gericht op senioren met een lichte zorgvraag en een apart deel gericht op individuen met een autisme-spectrum stoornis. Hierbij moet er later gekeken worden op welke vormen van autisme het concept zich richt.



3.3. Marktanalyse

3.3.1. Concurrentieanalyse

In het hoofdstuk Netwerkpartners kijken we naar partijen die mogelijk kunnen ondersteunen bij de exploitatie van het zorgconcept van de opdrachtgevers. Hierbij kijken we naar welke partijen mogelijk een rol kunnen spelen bij de geselecteerde doelgroepen: *Senioren met een lichte zorgvraag en de prikkelarme doelgroep*. We kijken als eerst naar onderwijsinstellingen, gevolgd door zorgpartijen, samenwerkingspartners in de recreatiesector en overige verenigingen en netwerken. Bij elke mogelijke netwerkpartner beschrijven we deze eerst alvorens we schetsen welke rol ze kunnen betekenen in het concept. Dit hoofdstuk eindigt met wat de mogelijke netwerkpartners kunnen betekenen voor het concept.

3.3.2. Netwerkpartners

Onderwijsinstellingen

Onderwijsinstellingen kunnen een rol spelen in de exploitatie van het zorgconcept. Studenten kunnen stagelopen bij het concept en onderzoeken kunnen worden uitgevoerd naar de optimale inrichting van de verblijfsrecreatieve accommodaties en de marketingcommunicatie hiervan.

Universiteit Twente

TechMed Twente is de kennis hub van de Universiteit Twente die gericht is op zorginnovatie¹. Binnen het Techmed centre ligt de focus op innovaties en ondernemerschap. Het Techmed centre werkt actief samen met de markt en zorgpartijen om innovaties in de praktijk door te voeren.

Het concept van de opdrachtgevers kan actief samenwerken met het Techmed centre om innovaties in het concept te ontwikkelen. Hiermee kan het concept fungeren als proeftuin voor medische innovatie.

Saxion Hogescholen

Binnen Saxion Hogeschool (Apeldoorn, Deventer, Enschede) richt de academie gezondheidszorg zich op alle vormen van gezondheidszorg. De Academie Gezondheidszorg biedt een breed scala zorgopleidingen aan op het hoogste niveau. Hiernaast worden er Leisure opleidingen gegeven die individuen opleidt tot professionals op vrijetijdsgebied.

Het concept van de opdrachtgevers kan actief samenwerken met het Saxion. Studenten kunnen mogelijk stagelopen bij het concept en innovaties ontwikkelen om het concept te versterken. Dit resulteert in minder personele kosten en mogelijke innovaties bij het concept.

ROC van Twente

Het ROC van Twente is een MBO-instelling met meerdere vestigingen in Twente (Almelo, Hengelo, Enschede, Borne, Nijverdal, Oldenzaal, Rijssen, Goor, Haaksbergen, Vroomshoop en Holten). Binnen het ROC van Twente wordt de opleiding verpleegkundige aangeboden.

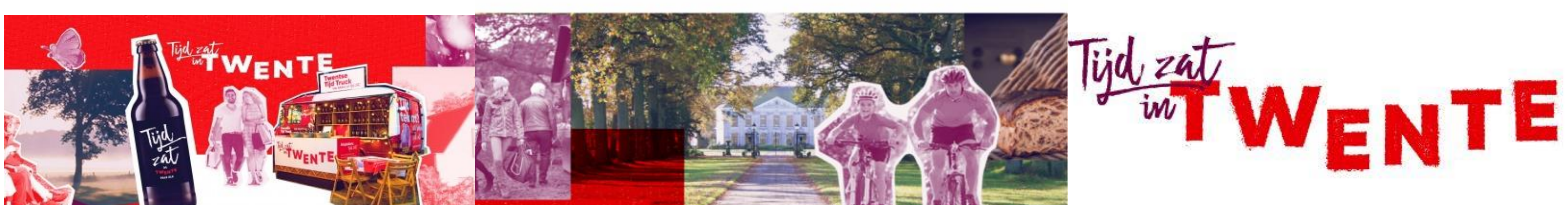
Het concept van de opdrachtgevers kan actief samenwerken met het ROC van Twente. Studenten kunnen mogelijk stagelopen bij het concept. Dit resulteert in minder personele kosten voor de opdrachtgevers.

Zorgpartijen

Zorgpartijen kunnen een grote rol spelen in het concept. De zorgpartijen kunnen zorg bieden aan de gast. Hiernaast kunnen ze een rol spelen in het verwijzen van potentiële gasten.

Zorggroep Sint-Maarten

Zorggroep Sint-Maarten heeft een breed aanbod aan zorg in Noordoost Twente. Van thuiszorg, tot hulp op locatie en ook hulpmiddelen zijn er verkrijgbaar. Zorggroep Sint-Maarten kan thuiszorg/ hulp op locatie bieden bij het concept van de opdrachtgevers.



Aveleijn

Al meer dan 50 jaar biedt Aveleijn zorg, ondersteuning, behandeling en advies aan kinderen, jongeren, volwassenen en senioren met een verstandelijke beperking of een lage sociale redzaamheid. Met ca. 80 locaties in de gemeente Berkelland en de 14 Twentse gemeenten zijn ze regionaal sterk verankerd. Zorggroep Aveleijn kan thuiszorg / hulp op locatie bieden bij het concept van de opdrachtgevers, in het bijzonder voor de prikkelarme doelgroep.

Aster Zorg

Aster Zorg levert huishoudelijke hulp in Tubbergen. Het is voor iedere organisatie mogelijk om een aanvraag in te dienen bij deze organisatie. Aster Zorg kan thuiszorg / hulp op locatie bieden bij het concept van de opdrachtgevers.

FYON

FYON is een fysiotherapeutische organisatie met meerdere vestigingen in Oost Nederland waaronder in Tubbergen. Hun missie is mensen helpen fit en vitaal te blijven. Dat is wat Fyon iedere dag beweegt. Fyon kan fysiotherapie bieden voor de gast die dit nodig heeft.

Samenwerkingspartners

Een vakantie is pas compleet als er een totaalervaring wordt aangeboden. Het concept van de opdrachtgevers gaat daarom actief samenwerken met partijen in de dagrecreatieve sector. De volgende partijen zijn attractief om arrangementen mee aan te gaan.

Adventure King

Adventure King organiseert actieve uitjes en activiteiten voor groepen. Van klimmen, tot wandelen en van kanovaren tot landrover rijden. Ze hebben ook aanbod voor mensen met een beperking.

Trekkerrit Twente

Trekkerrit Twente biedt bezoekers van Twente de mogelijkheid om eens een keer op een trekker te rijden of ernaast te zitten. Deze unieke ervaring wordt mogelijk gemaakt op de grens van Tubbergen en Dinkelland.

Nostalgisch Rijden

Bij Nostalgisch rijden ga je back to basic. Dit bedrijf biedt de mogelijkheid om te rijden in klassieke auto's zoals een Volkswagen Busje. Ook is het mogelijk om klassieke auto's te huren met chauffeur.

Landgoed Kaamps

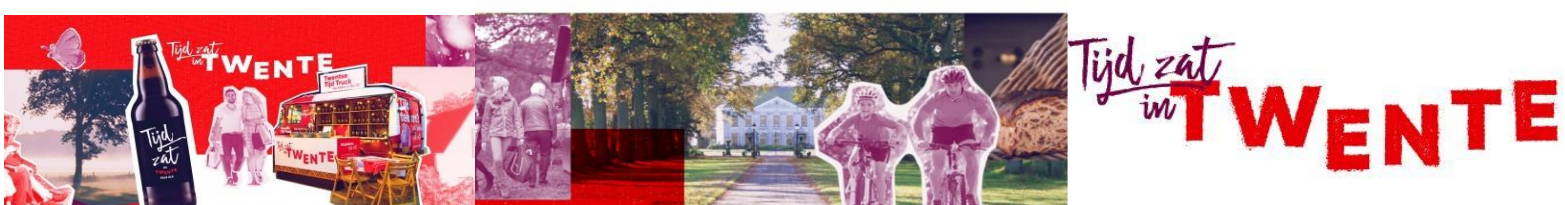
Bij Landgoed Kaamps in Deurningen kun je het boerenleven zelf ervaren. Je mag een kijkje nemen op het boeren erf maar met workshops kan je het ook zelf echt uitproberen. Kaamps is een veelzijdig onderneming waar ook aandacht is voor mensen met functiebeperking.

En verder

Noordoost Twente is een zeer toeristische omgeving met een groot aanbod van activiteiten. Ook het aanbod voor mensen met een functiebeperking is groot, mede vanwege de aanwezigheid van zorg groepsaccommodaties. Hierboven hebben we een aantal van deze activiteiten / dagrecreatie opgesomd maar er zijn er nog veel meer in de nabije omgeving. Daarnaast staat de regio bekend om zijn vele wandel- en fietsroutes.

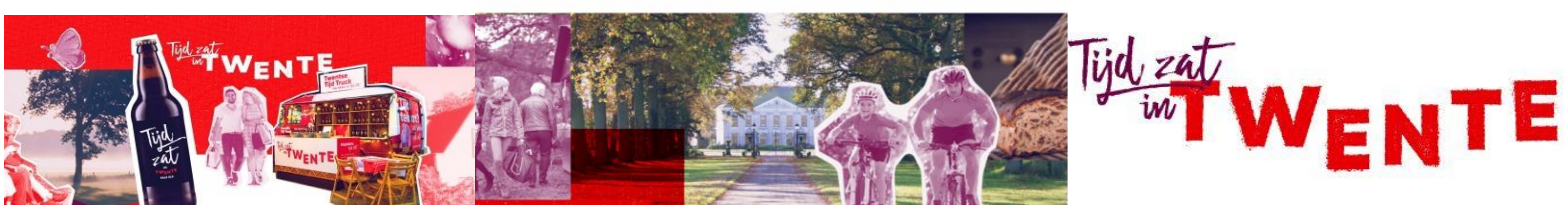
3.3.2. Betekenis voor het concept

Met de netwerkpartners kunnen de opdrachtgevers hun concept doorontwikkelen en versterken. Ze kunnen samenwerkingsovereenkomsten aangaan met de Universiteit van Twente en Saxion Hogeschool voor praktijkgericht onderzoek en stagemogelijkheden. Hiernaast kunnen ze stagemogelijkheden bieden voor het ROC van Twente. Dit zorgt voor innovatie bij het concept en een vaste stroom (goedkoop) personeel. MarketingOost kan de opdrachtgevers koppelen aan de onderwijsinstellingen.



Hiernaast kunnen ze samenwerkingsovereenkomsten aangaan met zorgleveranciers om actief zorg te kunnen bieden bij het concept. Zorggroep Sintmaarten, Aveleijn & Aster Zorg kunnen thuiszorg bieden. Hierbij is Aveleijn gespecialiseerd in de prikkelarme doelgroep. Tot slot kan Fyon fysiotherapie bieden aan de gast met een zorgvraag. Zoals eerder beschreven wenst de doelgroep graag zekerheid met betrekking tot hun zorgvraag. De zorgpartners in Noordoost Twente kunnen dit bieden voor de doelgroep.

Tot slot zijn er samenwerkingsmogelijkheden met dagrecreatieve aanbieders in Twente. Met Adventure King, Trekkerrit Twente, Nostalgisch rijden & Landgoed Kaamps kunnen arrangementen ontwikkeld worden. Hiermee kan men een totaal beleving bieden aan de gast, waardoor het concept aantrekkelijker wordt. Hierdoor wordt de gast met een zorgvraag compleet ontzorgd tijdens zijn/haar verblijf.



3.4. Positionering Twente

De regio Twente is een regio die erg in trek is bij toeristen en bezoekers. Er is geen aparte positionering voor de zorg in relatie tot vakantie of vrije tijd, maar deze lift natuurlijk wel mee op de reguliere profilering van Twente. Ook is er op de website www.visittwente.nl aandacht voor zorgvakanties in Twente. Dat er in dit gebied relatief veel zorgaccommodaties of zorgvakantiemogelijkheden zijn, geeft wel aan dat ook onder deze doelgroep Twente populair is. Dit heeft mogelijk te maken door de rust en ruimte die men in Twente ervaart.

3.4.1. Positionering

Nederlanders zijn tegenwoordig altijd druk. Ze rennen van afspraak naar afspraak. En werken van deadline naar deadline. Dit gehaaste leven leidt tot een chronisch tekort aan tijd. Behalve hier in Twente. In Twente laten we ons niet opjagen. Gaan we niet mee met elke hype. Want wij weten dat tijd ons kostbaarste bezit is. Dus neem de tijd in Twente. We hebben toch zat!

De belofte

Tijdens je vakantie of verblijf in Twente laten we je zien dat het anders kan. Laten we je kennismaken met een andere levenshouding en een ander levensritme. Hierdoor breek je los uit je dagelijkse patronen, zodat je weer dichterbij jezelf komt.

Archetype

Ons merk is gebouwd op het zogenaamde Archetype "Rebel". Dat is ons oer karakter. De Rebel heeft een duidelijke mening. Hij staat ergens voor en laat dat weten ook. Hij is eerlijk, soms op het rauwe af. De Rebel gebruikt geen ingewikkelde woorden en kent geen jargon. Met klare taal roept hij mensen op zich bij zijn strijd aan te sluiten. *Kernwoorden: eigenzinnig, humoristisch, strijder.*

Missie

Twente heeft een missie. En vecht (met een knipoog) tegen het chronisch tijds tekort van de Nederlander. De 13 Leefwijzen uit Twente laten je kennismaken met de levenshouding van de Tukkers en activeert je los te breken uit dagelijkse patronen om weer dichterbij jezelf te komen. Zodat je weer weet hoe het leven eigenlijk bedoeld is en een gelukkiger mens wordt.

Boodschap

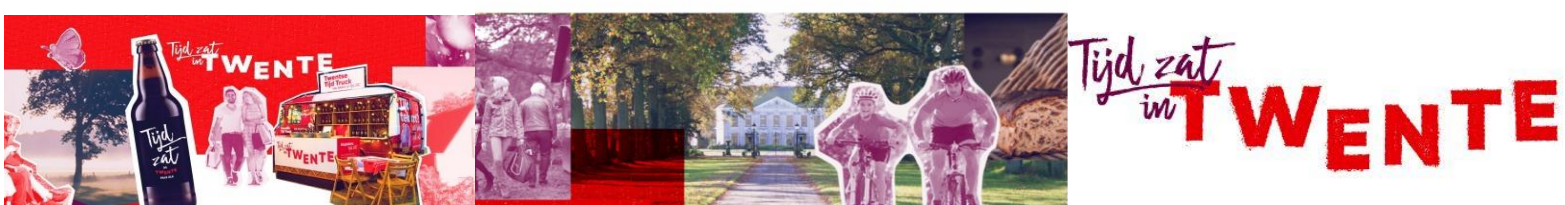
Twente is de meest eigenzinnige streek van Nederland en laat jou weer dichterbij jezelf komen. En dat doen we in alle rust. Vandaar ons profilering Tijd zat in Twente.

3.4.2. Betekenis voor het concept

Om het concept optimaal in te zetten moet het passen bij de profilering van Twente. Hierbij is gekeken naar hoe Twente in de markt is gezet en wat voor invloed dit heeft op het concept.

In Twente staat rust en ruimte centraal. Dit moet in het concept ook naar voren komen. De plekken moeten ruim worden opgezet en natuur moet worden geïntegreerd bij het concept. Men moet bij het concept echt helemaal tot rust komen.

Hiernaast is het van belang dat het een duidelijk concept is, waar de zorg goed geregeld is en Twentse nuchterheid centraal staat. Bij het concept moet de gast het gevoel hebben dat zijn/haar zorgvraag perfect is opgepakt en dat hij/zij hier niets extra's hoeven te regelen. De Twentenaren hebben dit al geregeld. Dit past goed bij 'de Rebel' archetype van Twente.



3.5. Betekenis marktsituatie voor het concept

Op basis van de *concurrentieanalyse*, *randvoorwaarden*, *netwerkpartners* en de *positionering* schetsen we de kaders en kansen voor het concept. Dit hoofdstuk vangt aan met de kaders voor het concept alvorens de kansen worden beschreven. Tenslotte volgen de bouwstenen als aanbevelingen voor het concept.

3.5.1. Kaders

- De accommodaties voor personen met een zorgvraag moeten afgestemd zijn op de doelgroep. Het is aan te raden om iemand van de doelgroep hierbij te betrekken. Dit geldt voor zowel de senioren met een lichte zorgvraag als de prikkelarme doelgroep.
- Het concept moet géén 'zorg-uitstraling' hebben. Voor zowel de senioren met een zorgvraag als de prikkelarme doelgroep is dit uitermate belangrijk.
- Sommige doelgroepen uit de Prikkelarme doelgroep gaan **niet** met elkaar samen. Het is daarom van belang om hier keuzes in te maken. Focus op één van deze doelgroepen, waarbij wij op basis van de ervaring van de opdrachtgever adviseren om te focussen op de personen met een autismespectrum stoornis.
- Rust en ruimte moet naar voren komen bij het concept, dit sluit aan bij de profilering van Twente.
- De zorgcomponent van het concept moet duidelijk beschreven zijn en van hoge kwaliteit zijn. De gast moet het gevoel hebben dat alles *goed geregeld is*. Dit sluit aan bij het archetype van Twente.

3.5.2. Kansen

- In Noordoost Twente is er relatief weinig aanbod voor *kleine groepen* waarbij een reisgenoot een zorgvraag heeft. Deze markt is nog relatief onbetreden in Twente.
- Er is nog weinig aanbod voor de Prikkelarme doelgroep in Twente. Dit is een mogelijke niche waar de opdrachtgevers zich op kunnen specialiseren.
- Er zijn mogelijkheden om samen te werken met onderwijsinstellingen in Twente op het gebied van praktijkgerichte zorginnovatie en stagemogelijkheden.
- Er zijn mogelijkheden om samen te werken met zorgpartijen in Twente om zo de optimale zorg te kunnen bieden waar de gast naar op zoek is.
- Er zijn mogelijkheden om samenwerkingen met dagrecreatieve aanbieders aan te gaan om zo een totaalbeleving te bieden voor de gast met een zorgvraag.

3.5.3. Bouwstenen

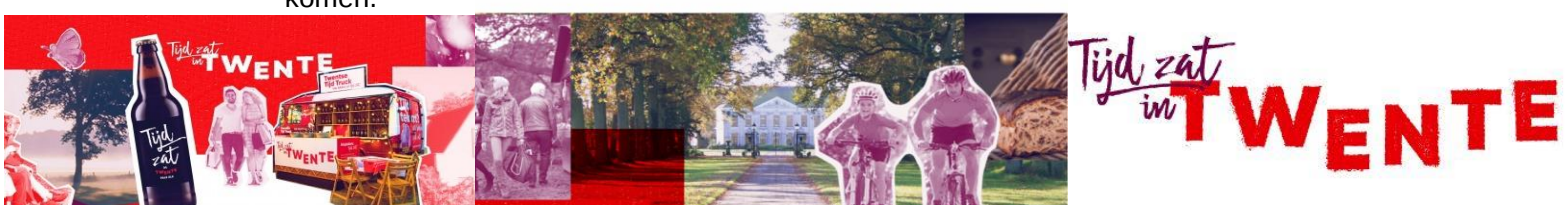
Op basis van de doelgroepen- en marktanalyse doen wij de volgende aanbevelingen voor het concept.

Basis

De twee doelgroepen van het concept zijn zeer uiteenlopend. Wij adviseren om de fysieke locatie en de website/ communicatie dan ook op te splitsen naar deze twee groepen.

Chalets

- Bouw het concept op met meerdere kleinere accommodaties/ chalets. Mogelijk met een of meerdere chalets die te koppelen zijn. Houd rekening met de doelgroep, maar ook de verschillende groepssamenstellingen. Zodat er bijvoorbeeld een grotere familie er terecht kan.
- Biedt ruimte om de chalets heen en voorzie deze van een groene uitstraling en een duidelijke afscheiding tussen de chalets. Zorg ook voor veel groen op het terrein.
- Zorg voor twee gedeelten op het terrein, waarbij de gasten elkaar niet tegen hoeven te komen.



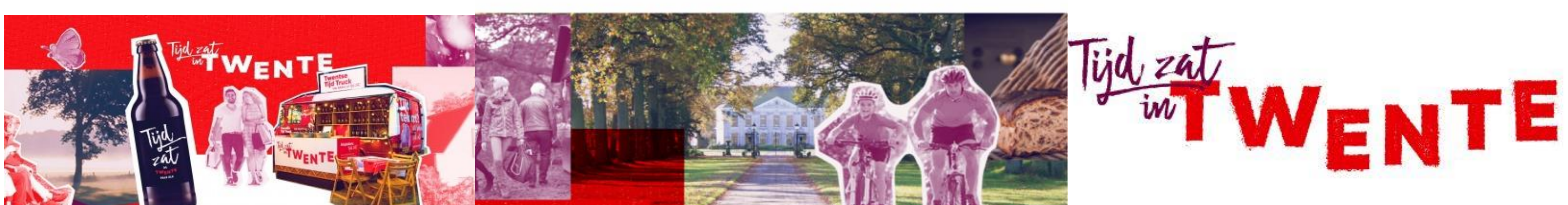
- Richt de chalets stijlvol en rustgevend in. Weinig (fel) kleurgebruik of drukke schilderijen. Echter ook geen klinische omgeving. Maak gebruik van een mooie uitstraling, bijv. uniforme natuurtinten.
- Zorg voor standaard ruime doorgangen, geen drempels, tafels op goede hoogte, grote badkamer met inloofdouche. Biedt goede, hogere bedden (geen verstelbare bedden).

Zorg

- Zoek samenwerking met lokale zorgverleners/ partners. Door meerdere partijen aan te haken bied je diverse mogelijkheden om op de vragen van gasten in te kunnen spelen.
- Denk hierbij niet alleen aan zorg, maar ook aan ontspanning en wellness; zoals massages en therapie.
- Laat de zorg echter geen kernpunt zijn; niet: 'zorgvakantie', maar 'onbezorgde vakantie'.
- Bied mogelijkheden om te ontzorgen; ontbijt, boodschappenpakket, diner etc.
- Bied de mogelijkheid om zorghulpmiddelen te huren, zoals duofietsen, rolstoel, rollator etc..
- Bied arrangementen met partijen gericht op de doelgroep; men wordt opgehaald en teruggebracht, geen fysieke inspanning en/ of weinig prikkels

Communicatie

- Bied twee verschillende websites voor de twee doelgroepen.
- Communiceer USP; 'kleine accommodaties voor gezelschappen waarin een persoon behoefte heeft aan een prikkelarme omgeving'. En voor de senioren met zorgbehoefte 'kleinschalige onbezorgde vakanties (met eigen familie)'
- Communiceer duidelijk naar de gast wat de mogelijkheden zijn. Laat merken dat je de contacten hebt om aan verschillende wensen te voldoen.
- Laat merken dat je zorg uit handen neemt. Geef hier ook je expertise aan
- Maak gebruik van de profilering/ branding van Twente; rust, ruimte, tijd en rebels



Appendix

Appendix I Bronnenlijst

1. RIVM (2010) - Kernrapport van de Volksgezondheid Toekomst Verkenning 2010 via <https://www.rivm.nl/bibliotheek/rapporten/270061005.pdf>
2. Focuscura (2016), thuis herstellen na elke operatie?, via <https://www.focuscura.com/nl/zakelijk/kennisontwikkeling/blog/coming-soon-thuis-herstellen-na-elke-operatie>
3. Trends & Tourism (2020) *Toekomstvisie Nederlandse Vakantiemarkt* via <https://www.trends-tourism.nl/uploads/1/Samenvatting%20Toekomstvisie%20Nederlandse%20vakantiemarkt%202030.pdf>
4. NBTC-NIPO – CVTO (2019)
5. Wageningen University and Research (21-04-2011) Eindrapport Toerisme zonder zorgen <http://edepot.wur.nl/172492>
6. RTL Nieuws (2020), Booming business: ouderen zorgen voor flinke groei toerismesector. Via <https://www.rtlnieuws.nl/economie/artikel/5003581/ouderen-senioren-vakantie-reizen-abn-trends#:~:text=Een%20toerist%20tussen%20de%2055,van%2025%20tot%2054%20jaar.>
7. Trends & Tourism (2020), Toekomstvisie Nederlandse vakantiemarkt 2030, via <https://www.trends-tourism.nl/uploads/1/Samenvatting%20Toekomstvisie%20Nederlandse%20vakantiemarkt%202030.pdf>
8. MarketingOost (2020), *Whitepaper inclusiviteit in de vrijetijdssector* via <https://www.kennisplatformoost.nl/>
9. CBS. (2018, 11). Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2018. via <https://www.cbs.nl/nl-nl/publicatie/2018/47/trendrapport-toerisme-recreatie-en-vrije-tijd-2018>
10. Sociaal Cultureel Planbureau (2021), *Vergrijzing in Nederland*, via <https://www.volksgezondheidenzorg.info/onderwerp/bevolking/cijfers-context/vergrijzing>
11. Zorg Marketing Platform (2021), Diagnose 2025 – 17 trends in de gezondheidszorg, via <https://www.zorgmarketingplatform.nl/kennis/diagnose-2025-17-trends-gezondheidszorg/>
12. Frankwatsching (2021), Trends in de zorg, via <https://www.frankwatching.com/archive/2021/01/10/zorg-trends-marketing/>
13. Twente Board (2021) – Strategische agenda Twente, via <https://www.twente.com/twente-board/strategie-2020-2025>
14. Agenda voor Twente (2021) – Agenda voor Twente, via <https://www.agendavoortwente.nl/>
15. Menzis (2020) – Regiobeeld Twente, via <https://www.menzis.nl/over-menzis/zorg-voor-mensen-maatschappij/zorg-voor-de-regio/zorg-voor-twente>
16. MarketResponse (2021) – Leefstijlvinder, via www.leefstijlvinder.nl
17. Lodger I.A. (Saxion Hogeschool) (2009) - De Health and Care markt voor verblijfsrecreatieve aanbieders
18. Trimbos Instituut (2020), psychische problemen via <https://www.trimbos.nl/kennis/cijfers/psychische-gezondheid-ggz#:~:text=Stemmingsstoornissen%20komen%20het%20vaakst%20voor,alle%20hoofdgroepen%20van%20psychische%20aandoeningen.>
19. Sociaal Cultureel Planbureau (2020), *Een (on)gezonde levensstijl*. Via <https://digitaal.scp.nl/leefstijl/gezondheidsgedrag-naar-leeftijd/>
20. Gupta Strategists (2016), het nieuwe normaal in de zorg, via <https://gupta-strategists.nl/storage/files/Gupta-Strategists-studie-ouderenzorg-2016-het-nieuwe-normaal-DIG.pdf>
21. TravelNext (2019) - Reistrends 2019: Multigeneratiereizen en ultiem ontzorgen, via travelfnext.nl/reistrends-2019-multigeneratiereizen-en-ultiem-ontzorgen/
22. Hoorzaken – Laagopgeleiden vaker last van gezondheid (2019), via <https://www.hoorzaken.nl/nieuws/laagopgeleiden-vaker-last-van-slechthorendheid/>
23. Vrooman, J. C., Josten, E., & van Echtelt, P. (2016). De laagopgeleiden van de toekomst: meer dan een scholingsprobleem.
24. Lahti, J., Laaksonen, M., Lahelma, E., & Rahkonen, O. (2011). Changes in leisure-time physical activity after transition to retirement: a follow-up study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 8(1), 36.
25. NIDI – Actief ouder worden (2012), via <https://publ.nidi.nl/output/books/nidi-book-86.pdf>



26. Max vandaag (2019), via <https://www.maxvandaag.nl/sessies/themas/reizen-verkeer/65-plusser-zeer-reislustig/>
27. CBS (2019) – Leeftijd vader bij eerste geboorte stijgt, via <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2019/24/leeftijd-vader-bij-geboorte-kind-stijgt>
28. CBS (2021) – Prognose huishoudens in de toekomst, via <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/woonsituatie/huishoudens-toekomst>
29. CBS (2021) – Werkenden, via <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-arbeidsmarkt/werkenden#:~:text=Vorig%20jaar%20minder%20mensen%20voltijd,de%20helft%20van%20alle%20werkenden.&text=Het%20percentage%20mannelijke%20deeltijders%20d at,tot%2011%20procent%20in%202020.>
30. TNO (2021) – Vakantie is geen overbodige luxe, via <https://www.monitorarbeid.tno.nl/nl-nl/coronacrisis/blog-vakantie/>
31. Trouw (2021) – Durven we al een vakantie te boeken?, via <https://www.trouw.nl/binnenland/durven-we-al-een-vakantie-te-boeken-nederlander-zoekt-driftig-naar-rust-ruimte-en-zekerheid-b630ef15/>
32. Trimbos Instituut (2021) – Groei Depressies, via <https://www.trimbos.nl/kennis/cijfers/depressie>
33. Ministerie van Volksgezondheid (2021) – Burnouts, via <https://www.volksgezondheidenzorg.info/onderwerp/overspannenheid-en-burn-out/cijfers-context/trends#node-trend-zelfgerapporteerde-burn-out-bij-werknemers>
34. NVA (2013) – Allemaal anders, allemaal autisme, via https://www.autisme.nl/media/55246/NVA_Onderzoeksrapport_2013_LR.pdf
35. Ministerie voor Volksgezondheid (2019) – Overspannenheid en burn-outs, via <https://www.volksgezondheidenzorg.info/onderwerp/overspannenheid-en-burn-out/cijfers-context/huidige-situatie#node-prevalentie-overspannenheid-huisartsenpraktijk>
36. RIVM (2019) – Hersenletsel, via [https://www.rivm.nl/nieuws/op-vier-nederlanders-heeft-hersenaandoening#:~:text=Niet%20Aangeboren%20hersenletsel%20\(NAH\)%2C,en%20traumatisch%20hersenletsel%3A%20645.900%20mensen](https://www.rivm.nl/nieuws/op-vier-nederlanders-heeft-hersenaandoening#:~:text=Niet%20Aangeboren%20hersenletsel%20(NAH)%2C,en%20traumatisch%20hersenletsel%3A%20645.900%20mensen)
37. Hersenz (2020) – NAH, via https://www.hersenz.nl/sites/all/files/pdf/factsheet_aantallen_oorzaken_en_gevolgen_niet-aangeboren_hersenletsel.pdf
38. Ministerie voor Volksgezondheid (2019) – Epilepsie, via <https://www.volksgezondheidenzorg.info/onderwerp/epilepsie/cijfers-context/huidige-situatie#node-prevalentie-epilepsie-huisartsenpraktijk>
39. Nederlands Jeugd Instituut (2018) – Autisme Cijfers, via <https://www.nji.nl/Autisme-Probleemschets-Cijfers#:~:text=Er%20is%20in%20Nederland%20geen,geschat%2C%20of%20ongeveer%201%20procent.>
40. Zorg voor beter (2021) – Aantal personen met NAH, via <https://www.zorgvoorbeter.nl/dementie/nah/cijfers>
41. RTL Nieuws (2020) – Toename stress- en burnout klachten bij jongeren, via <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/nederland/artikel/5090506/stress-burnout-jongeren-millennials-paniekaanvallen>
42. Vilans (2021) – Kennisbundel NAH, via <https://www.zorgvoorbeter.nl/dementie/nah/gevolgen#:~:text=De%20gevolgen%20van%20NAH%20kunnen,en%20overvraging%20vanuit%20de%20omgeving.>
43. ETZ (2019) – Leven met epilepsie, via <https://www.etz.nl/ETZWebsite/files/ff/ff8d7d6f-dc7b-4d0b-bdeb-9cc8bfbad92f.pdf>
44. Autisme.nl – Autisme en vakanties, via <https://www.autisme.nl/over-autisme/levensterreinen/autisme-en-vrijetijdsbesteding/feestdagen-weekenden-en-vakanties/>
45. Zitdatzo (2021) – Op vakantie met autisme, via <https://www.zitdazo.be/post/vakantie>
46. JongBurnout (2017) – Vakantie en Burnouts, via <https://jongburnout.nl/burnout/burnout-herstellen/burn-en-op-vakantie-wat-mag-en-het-verstandig>
47. Hersenletsel.nl (2021) – Op vakantie met NAH, via <https://www.hersenletsel.nl/ervaringsverhalen/op-vakantie-als-je-hersenletsel-hebt-tips-van-ervaringsdeskundige-monique-van-der>
48. Hersenletsel uitleg (2021) – Vakantietips, via <https://www.hersenletsel-uitleg.nl/ermee-omgaan/tips-en-adviezen/vakantie-en-tips-voor-achterblijvers>



Appendix II: Model Zorg-en gezondheidstoerisme

