



LIOF

Morgen

Een magazine voor ondernemers in de sector toerisme & recreatie in Limburg en daarbuiten.

6

Ben jij klaar voor de toerist van morgen?

15

Jos Klerx over trends en ontwikkelingen in de toeristische sector

36

Koen Savelkoul over hoe kleine huisjes groots kunnen zijn

8

Rederij Cascade

**Volle vaart
vooruit**

18

De Fruitboerderij

**Vruchtbaar
ondernemen**

36

TERRA Tiny Houses

**Hoe kleine
huisjes groots
kunnen zijn**

28

Entertrain

**Creativiteit,
hard werken
en een vleugje
eigenzinnigheid**

De inhoud van

Morgen

4

Voorwoord

Tamara Weide en Nicole Kleuskens van LIOF over de toerist van morgen.

15

Trends en ontwikkelingen in de toeristische sector

Jos Klerx, sectormanager horeca, recreatie en toerisme bij de Rabobank, over de toekomst.

26

LimburgToerisme in cijfers

De resultaten van het programma tot nu toe.

44

De Haven van Renesse

Don van Vliet wordt razend enthousiast van circulariteit en afvalverwerking.

Colofon

Redactie

Loo van Eck,
Hortense Janssen (LIOF),
Silvy Doijen (LIOF)

Ontwerp

Zuiderlicht

Illustraties

OpenDoodles.com,
Renée Sproncken (Zuiderlicht)

Fotografie

Ron Wiersma,
Bibi Neuray (Jos Klerx),
Angela Verdam van Scherp
(Haven van Renesse)



Samen sterker



↑ Tamara Weide en Nicole Kleuskens, business developers bij LIOF

Een toekomstbestendige toeristische sector in Limburg. Is dat nodig, zou je kunnen denken. We hebben toch alles in huis om bezoekers naar 'us sjoen Limburg' te trekken? Natuur, een bourgondische cultuur en een uitgebreid aanbod aan attracties die mensen aantrekken van ver buiten onze provinciegrenzen. Dat is toch altijd al zo geweest? Dat klopt. Maar juist die bezoeker verwacht meer en anders.

Ben jij klaar voor de toerist van morgen? Het is een opdracht van Limburg en ons allemaal.

Verrassingsmenu

Voor de jongere generatie kenmerkt zich door een sterk bewustzijn en een streven naar een duurzamere samenleving. En die jongeren zoeken dat ook als recreant. Denk aan meer vega en vegan gerechten op de menukaart. Minder verspillings. Maar ook een grotere vraag naar streekproducten en belangstelling voor lokale producenten is een voorbeeld. Dit leidt tot een unieke, lokale menukaart vol verrassingen. En een behoefte om onderscheidend te zijn als ondernemers.

De nieuwe toerist

De kwaliteitstoerist is de nieuwe toerist, jong én oud. Want tijden veranderen. En horeca ondernemers veranderen mee. Gevoed door de geopolitieke ontwikkelingen, personeelstekorten en natuurlijk de corona-epidemie die achter ons ligt. Want dat heeft ons kritisch laten kijken naar hoe het anders kan. En horeca ondernemers bleken niet alleen heel flexibel te zijn, maar waren ook sterke innovators. Er kwamen robots in de bediening en bestellingen gingen via QR-codes. Digitalisering in de horeca bleek ook absoluut geen vijand te zijn van de gast, maar eerder een welkome aanvulling. Een selfie met die robot. Meer tijd voor het hotelpersoneel om je wegwijs te maken in de 'must haves' en 'must sees' van de omgeving.

Ben jij klaar voor de toerist van morgen? Het is een opdracht van Limburg en ons allemaal. We doen het samen. Zo blijft 'us sjoen Limburg' behouden en kan ze haar deuren openhouden. Ook voor de volgende generaties.

LimburgToerisme ondersteunt

Vanuit LIOF mochten wij de afgelopen drie jaar meer dan 100 ondernemers ondersteunen met ons advies, een ijzersterk netwerk en vooral ook financiële ondersteuning. En dat leidde tot mooie en bijzondere innovaties. Graag delen we in dit magazine een aantal van deze inspirerende ondernemersverhalen met jou.

Ook de komende twee jaar gaan wij door met ons programma. Met een nog sterkere focus op het toekomstbestendig maken van Limburg én van de ondernemers in de sector toerisme en recreatie. Met ons programma ondersteunen we graag jouw innovaties. Hiervoor hebben we twee concrete financieringsinstrumenten: het InnovatieProject en het VoucherProject. Ook de ondernemers in dit magazine hebben we zo verder kunnen helpen.

Samen sterker

"Je kunt het niet alleen", is een kreet die alle ondernemers in dit magazine in de mond nemen. En dat geldt ook voor LIOF. Wij doen het niet alleen. Maar samen met zoveel partners hier in Limburg. Denk aan de Koninklijke Horeca Nederland, de Provincie Limburg, de Rabobank, alle VVV's, HISWA Recron, gemeenten, de Brightlands campussen en het onderwijs. Het is niet alleen leuker, maar ook zo veel makkelijker om met z'n allen die kar te trekken. En daarom ook hebben we Jos Klerx, sectormanager horeca, recreatie en toerisme bij Rabobank, gevraagd om zijn visie te delen over de trends en ontwikkelingen in de toeristische sector.

'Gluren bij de burens' doen we ook in dit magazine. Want op nationaal niveau werkt LIOF samen met de regionale ontwikkelingsmaatschappijen in andere provincies. Zo kunnen we van elkaar leren en elkaar versterken. Graag delen we het verhaal van het Strandpaviljoen Haven van Renesse, uit de provincie Zeeland met jullie. Smaken uit de streek presenteren ze hier met veel enthousiasme en passie voor Zeeland, vanuit de kombuis aan hun gasten.

Heb je een idee waarover je met ons wil sparren? Neem gerust contact met ons op. We gaan graag met jou het gesprek aan!

Tamara Weide

tamara.weide@liof.nl

Nicole Kleuskens

nicole.kleuskens@liof.nl

liof.nl/limburgtoerisme



Bij Rederij Cascade
gaan ze voor 100%
klanttevredenheid

↑ David van de Runstraat

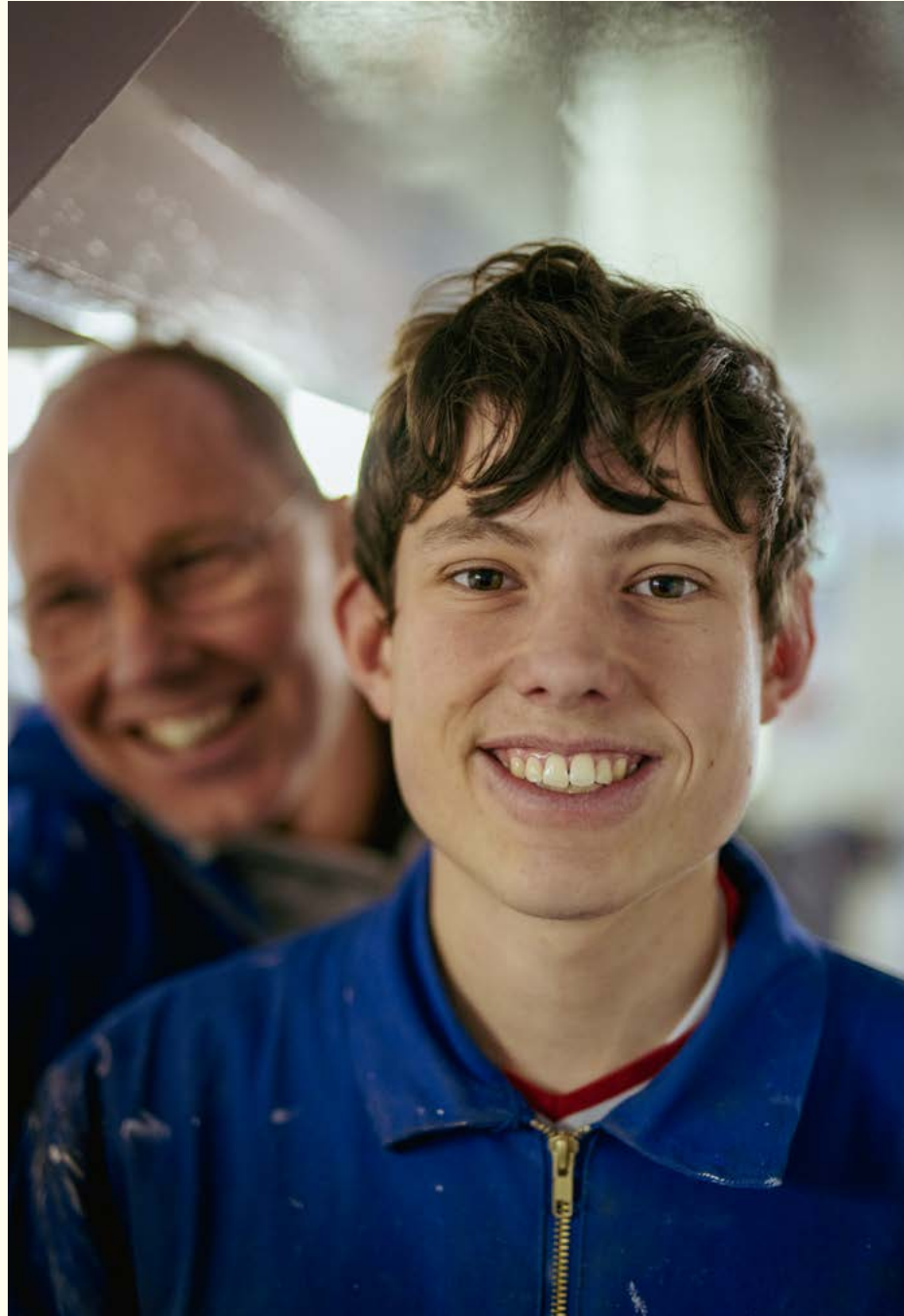
Rederij Cascade

Volle vaart vooruit

David van de Runstraat is directeur en eigenaar van Rederij Cascade in Maasbracht. Bij Cascade zijn ze van alle markten thuis. Natuurlijk hebben ze tussen april en oktober toeristische rondvaarten. Maar daar laten ze het niet bij. Groepsuitjes, vergaderingen, bruiloften en personeelsfeesten, eigenlijk staat David voor heel veel open. “We plannen graag iets ludieks.” Voor David is kwaliteit het uitgangspunt. Hij wil mensen verrassen met wat allemaal mogelijk is bij een “simpel rondvaartbedrijf.” En dat is meer dan je denkt. Als groenste rederij van Limburg spelen ze slim in op de nieuwste trends.



↑ Kok Iwan van den Ende
→ Onderhoudsploeg Marcel de Reuver
en Nigel Kok



Samen aan het roer

Rederij Cascade begon niet in Maasbracht, waar de twee schepen nu liggen. Het begon 40 kilometer zuidelijker in Maastricht bij Rederij Stiphout. De ouders van David komen uit de beroepsvaart. In 2000 verkochten zij hun schip, maar stilstonden was niets voor de vader van David. Die wilde toch graag iets om handen hebben. In 2002 startte hij met David Rederij Cascade. Voor vader deels een hobby, voor zoon een mogelijkheid om iets op te bouwen voor zichzelf. Bij Rederij Stiphout in Maastricht hadden ze een schip dat ze konden overkopen.

Meneer Stiphout bood niet alleen zijn schip aan, maar ook zijn kennis. “Meneer Stiphout was inspirerend. Hij liet zien dat er echt potentie zit in de Maasplassen.”

David zorgde voor de horeca, zijn vader voer het schip. Een marketingachtergrond hadden ze beiden niet. Maar het succes spreekt voor zichzelf. Ze hadden de wind in de zeilen en kochten in 2005 hun tweede, nog grotere schip.

“Bij veel rederijen hoor je tijdens de audiotour steeds dezelfde lijkige stem met klassieke stukjes muziek erdoorheen. Wij hebben gedurfd met onze kapitein af te stappen van dat stereotiepe beeld.”

Van schipper naar pionier

Het ondernemen beviel David erg goed. Hij merkte al snel dat gastvrijheid, maar zeker het ondernemen echt een vak is. “Ik merkte dat ik het echt leuk vond om beleid te schrijven. Hoe konden we het niet alleen beter, maar ook efficiënter maken? Waar zitten de mogelijkheden?” Met zijn vader discussieerden ze over ideeën, maar David werkte de ideeën verder uit.

David was klaar voor meer: investeren, groeien, vernieuwen, uitdaging. David en zijn vader verschilden hierin van mening. Samen komen ze in 2013 tot de beslissing dat David alleen verder gaat met Rederij Cascade. “Ik ben hem heel dankbaar. We mogen trots zijn op wat we hebben gerealiseerd en met beide benen op de grond zijn gebleven.”

Gelukkig hoeft David het nu niet alleen te doen. Sinds 2004 werkt zijn partner Bianca mee in het bedrijf. Sinds 2013 runnen ze samen de rederij. Zij steunt hem in al zijn plannen. “Gelukkig maar, want de groei en investeringsplannen van de afgelopen 10 jaar waren lang niet altijd vanzelfsprekend”, vertelt David.

↓ Schipper
Wim van Komen

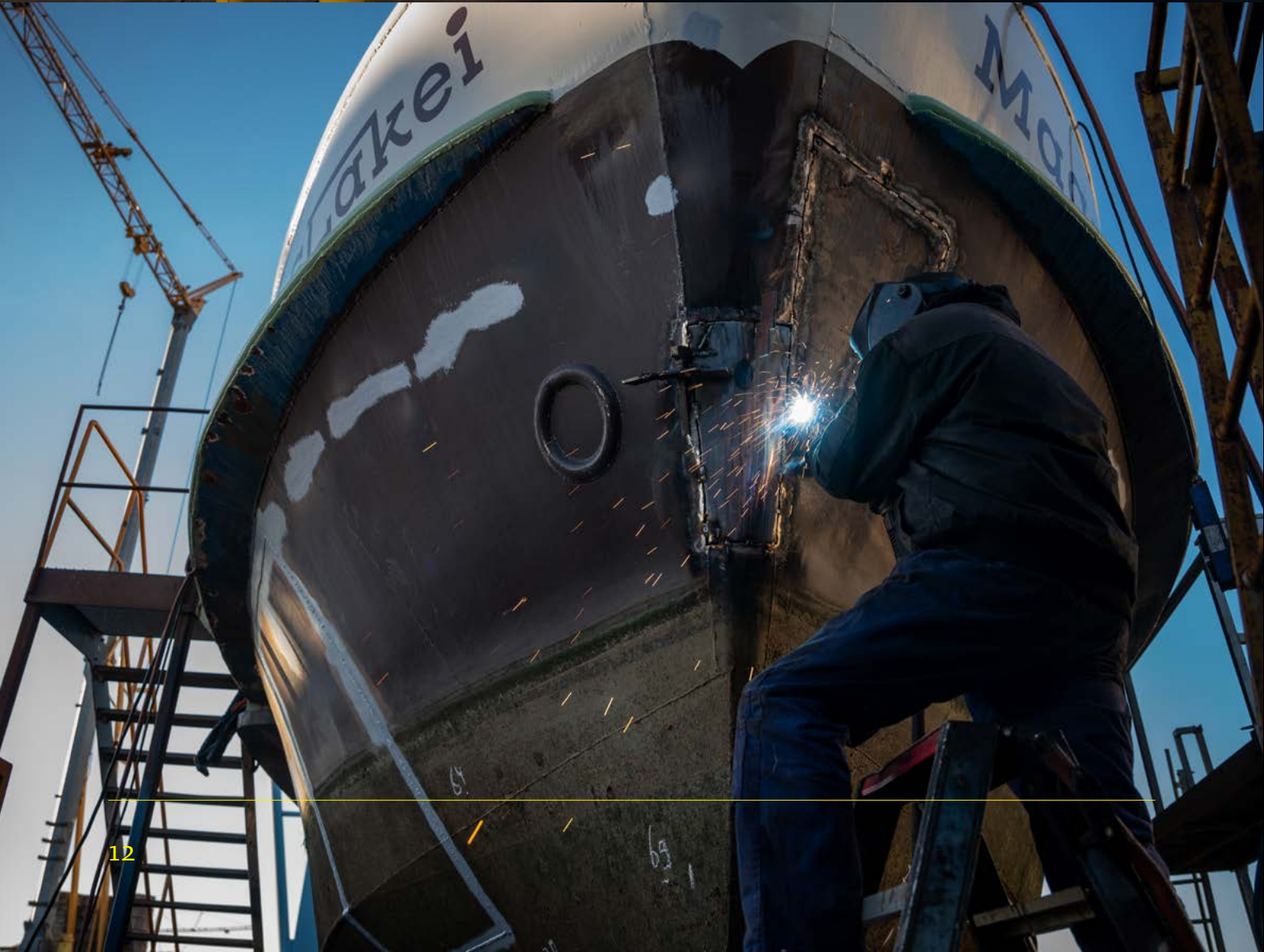


Rond de tijd dat Bianca samen met David de rederij ging runnen, was het economische klimaat minder gunstig. En tegelijkertijd nam ook de concurrentie toe. Een lastige tijd en David voelde het wringen: “die ontwikkeling moest nu komen.” Dit begon bij het automatiseren van processen. De eerste stap hierbij was het laten bouwen van een online boekingsportaal met een nieuwe website. Een grote uitgave waarvan mensen niet snapt dat hij die deed. Maar David wist beter: “Hier hebben we oneindig lang profijt van. En dat blijkt ook echt zo te zijn.”

De Maasplassen 100% beleven

Na het boekingsportaal pakte David door: “Digitale techniek is voor ons geen doel op zich, maar het helpt ons om precies te weten wat er speelt in het bedrijf. Hoe beter wij dit weten, hoe beter we 100% kwaliteit kunnen leveren. We blijven natuurlijk wel een bedrijf dat beleving verkoopt.” David vertelt over zijn twee digitale innovaties die vooral de beleving van de bezoeker versterken. “We verrijken wat je buiten ziet tijdens de rondvaart met een app. Dat doen we bijvoorbeeld met 'augmented reality'. Je legt hiermee een laag over de werkelijkheid heen. Bezoekers krijgen met deze app foto's, video's en luisterfragmenten over het uitzicht heen. Hiermee bieden we nóg meer het verhaal van de regio aan en zetten we Limburg centraal in ons product.”

David weet dat niet iedereen zit te wachten op een app. “Zij willen vooral genieten van het uitzicht dat daar voor ze te zien is. Voor hen is de toelichting bij het uitzicht erg belangrijk. Dit namen we daarom ook mee in ons project. Met behulp van GPS vertelt een digitale kapitein automatisch een mooi verhaal over de omgeving. Maar hoe leuk zou het dan zijn als je de schermen aan boord inzet? Dat je de kapitein ziet wanneer je hem hoort spreken. De stem van de kapitein en het mondje op het scherm moeten natuurlijk wel synchroon lopen. Dit systeem heet het 'narrow casting'-systeem.”



← Lucas van de Runstraat als Daantje

David hobbelt niet achter iemand aan. Hij vaart liever zijn eigen koers: “De inzet op verrassing en beleving past in de strategie dat we meer willen concurreren op onderscheidend vermogen dan op prijs. Bij veel rederijen hoor je tijdens de audiotour steeds dezelfde lijzige stem met klassieke stukjes muziek erdoorheen. Wij hebben gedurfd met onze kapitein af te stappen van dat stereotiepe beeld.”

“Daantje, aangenaam”

Varen met Rederij Cascade is voor alle leeftijden. “In de app zit ook een spel. Hiermee hengelen kinderen vissen uit de Maasplassen. Deze verzamelen ze dan weer in hun eigen vijvertje, die ze kunnen projecteren in de ruimte via de app. Zo lopen ze op de vloer om hun eigen visvijver heen.” Bij dit spel creëerden Cascade ook een personage. “Dat is onze Daantje geworden. Het leuke is dat Daantje ook een fysieke rol speelt bij Cascade. Die loopt namelijk als mascotte op het schip rond. Zo kom je Daantje overal tegen en creëren we een thema.”



Deze twee innovaties brachten ze onder in een apart bedrijf: Cascade Projects BV. Cascade Project levert aan Rederij Cascade. “Rederij Cascade is dus eigenlijk de proeftuin van Cascade Projects.” David hoopt dit stuk techniek schaalbaar te maken en zo te vermarkten aan andere partijen. Hoewel David zelf aan het stuur staat van deze ontwikkelingen, haalt hij veel inspiratie uit zijn kinderen. “Ze zijn de perfecte proefpersonen voor Daantje. Maar ze kunnen ook kritisch kijken naar wat verder nog bij kan dragen aan de unieke waarden van Rederij Cascade.”

Groener dan groen

Cascade is de groenste rederij van Limburg. In 2021, midden in de coronacrisis zag David de kans om zijn motoren te vernieuwen. Toen kwam RVO met een subsidieregeling om de binnenvaartvloot te verduurzamen. “Het leek een ver-van-m’n-bedshow, onze motoren waren nog in hartstikke goede staat.” Toch ging David ermee aan de slag. Het resultaat mag er zijn: de schepen van Cascade hebben nog nauwelijks stikstof- en fijnstofuitstoot. Ook aan de CO₂-uitstoot wordt gedacht. “Onze motoren zijn geschikt voor alternatieve brandstoffen. Die zijn op het moment nog te prijzig, omdat ze schaars zijn. Voor nu geven we per liter getankte brandstof een extra afdracht waarmee we mee-investeren in CO₂-besparende maatregelen en projecten. We compenseren zo onze CO₂-uitstoot met die investeringen. Hiermee voldoen we eigenlijk al aan de doelen van de Green Deal, die voor 2050 zijn gesteld.”

Ook voor een waardig afscheid

Tijdens de coronacrisis waren er natuurlijk geen feestjes te organiseren. Toch ontving David gasten, maar wel op een heel nieuwe manier. “We organiseerden asverstrooiingen over het water. Dat is echt heel bijzonder. Voor mensen die iets hebben met water of waarbij het in het geloof past om de overledenen via het water een rustplaats te geven. We hebben er inmiddels een vast team voor.

Dat zorgt voor herkenning en vertrouwen. Wij zijn er om te voorzien in mogelijke rituelen, al zijn we daar lang niet altijd bekend mee. We willen echt op één lijn komen met de klant. Ondertussen weten we een unieke setting neer te zetten. Mensen hebben behoefte aan een mooi en waardig afscheid. Het is prachtig dat te kunnen bieden.”

Een glaasje op de valreep

David heeft ook zeker nog tips voor ondernemers in de sector toerisme en recreatie. Zo laat hij weten dat het ook wel fijn is om een winterdipje te hebben. “Dan heb je tijd om je creativiteit te ontplooiën. Denk je dat je het niet alleen aankunt? Ga dan vooral praten met derden: met een bank of met LIOF. Vaak is er iemand bij die je nét even dat advies kan geven dat je nodig hebt. Ga uit van je eigen kracht en zet in op onderscheidend vermogen. Dan ben je naar mijn idee aan het ondernemen.” En daar proosten wij graag op.

“Ga uit van je eigen kracht en zet in op onderscheidend vermogen. Dan ben je naar mijn idee aan het ondernemen.”



Vrije tijd is een serieuze zaak

Limburg is al jaren favoriet bij toeristen in Nederland. En dat is makkelijk te verklaren. “Limburg heeft een enorm divers aanbod. Van steden tot groengebieden en van festivals tot attractieparken”, vertelt Jos Klerx. Niet zo gek dan ook dat het aantal overnachtingen in Limburg hoger ligt dan in andere provincies. En dat eigenaren van accommodaties de afgelopen jaren veel geld investeerden in het verbeteren van de kwaliteit van hun bedrijf. Maar waar moet je in de toeristische sector de komende jaren nog meer op letten?



Jos Klerx is al 7 jaar sectormanager horeca, recreatie en toerisme bij Rabobank. Hij volgt de trends in deze sectoren en vertaalt ze door in beleid voor de Rabobank. “Toerisme is een serieuze sector die in Nederland goed is voor 4% van het Bruto Nationaal Product (BNP). Dat betekent dat van elke 25 euro van het BNP 1 euro is verdiend door de toeristische sector. En de sector blijft maar groeien.” Jos kijkt ook naar de toekomst: wat is de komende jaren belangrijk binnen toerisme? Want ook deze sector maakt een transitie door. “Bepaalde thema’s zijn daarbij belangrijk. Denk aan duurzaamheid, gezondheid en digitalisering.”

Familiebedrijven voorop

Familiebedrijven snappen als geen ander het belang van toekomstbestendig ondernemen. Want ook volgende generaties moeten de vruchten van het bedrijf kunnen plukken. Familiebedrijven in de toeristische sector zien dat daar voor hen veel kansen liggen. Ze staan heel dicht bij de gasten en hun beleving. Daarin kunnen ze echt onderscheidend zijn.

Maar de volgende generatie kan op de lange termijn alleen de vruchten plukken als er ook wat zaadjes overblijven om opnieuw te planten. Oftewel: je wilt ervoor zorgen dat je het geld binnen je bedrijf houdt. Jos: "Met dat geld kun je weer nieuwe investeringen betalen. En kijk ook zeker eens naar een financier. Vooral als je duurzame investeringen wilt maken, zijn er vaak genoeg partijen die dat willen financieren. Als je met een haalbaar plan komt natuurlijk."



Duurzame investeringen voor morgen

Voor financiering kunnen bedrijven denken aan verschillende mogelijkheden. Van een lening tot financiering in de vorm van aandelenkapitaal. Wat het beste past, hangt af van de situatie en financieringsbehoefte. LIOF kan ondernemers adviseren over de mogelijkheden. En kan ook helpen met het aanscherpen of financieringsgereed maken van het businessplan.



Jos Klerx • Rabobank

Vier tips voor de ondernemer van morgen

Tip: 1

Vergroot de focus op lekker eten

Zo maak je de keuze voor de gasten makkelijker om verantwoord te eten en drinken. Gezondheid wordt een steeds belangrijker thema voor gasten.

Op pagina 25 lees je meer over de trend gezondheid.

Tip: 2

Optimaliseer je processen

Digitalisering biedt veel kansen. Houdt daarbij wel rekening met de gastvrijheid. Vraag jezelf af: voegt digitalisering hier echt iets toe?

Op pagina 35 lees je hoe digitalisering juist zorgt voor een betere beleving.

Tip: 3

Verduurzaam je businessmodel in de hele breedte

Van energiegebruik tot hoe je met je gasten en personeel omgaat. Je kunt het beter nu oppakken. Want je kunt er zeker van zijn dat de wet- en regelgeving nog komen.

Op pagina 43 lees je meer over duurzaamheid belangrijk is.

Tip: 4

Stem je producten goed af op je gasten

Je haalt de meeste omzet uit je directe omgeving. Hierbij geldt het devies: een goede buur is beter dan een verre vriend. In Limburg zijn die goede burens België en Duitsland. Kijk eens goed naar wat de wensen en voorkeuren zijn van deze gasten.





150 jaar ervaring
binnen familiebedrijf
de Fruitboerderij

↑ Susanne Görtz

De Fruitboerderij

Vruchtbaar ondernemen

De Fruitboerderij is al 150 jaar in de familie Görtz. In Baarlo telen zij kersen, peren, appels, pruimen en druiven. In die 150 jaar stond de ontwikkeling van het bedrijf niet stil; de Fruitboerderij ontwikkelt zich graag verder. Dat begon met Theo en Truus Görtz. Zij waren de eerste fruittelers in Nederland die gebruikmaakten van machines om fruit te oogsten. En de appel valt niet ver van de boom: hun dochter Susanne zet die ontwikkeling graag door met haar man Lion en haar zus Andrea. Ze houden het nu niet alleen meer bij fruit telen, maar zoeken de ontwikkeling ook in heel andere hoeken. Inmiddels staat er een volwaardig agro-toeristisch bedrijf.

Een echt familiebedrijf

12 jaar geleden startte Susanne in het fruitteeltbedrijf van haar ouders: Theo en Truus. Dat deed zij om haar ouders te ontlasten, maar het is vooral haar eigen wens om te ondernemen. “Samen met mijn vader onderzochten we hoe we het beter konden doen. In het begin richtten we ons vooral op het efficiënter maken van de fruitteelt.” Susanne doet dit niet alleen. De Fruitboerderij kan zich met trots een écht familiebedrijf noemen. Ze werkt samen met haar zus Andrea en haar partner Lion. Hij neemt onder andere het financiële stuk op zich. Tegelijkertijd vertelt hij ook dat de functies binnen het bedrijf niet helemaal vast staan: “Iedereen werkt met zijn eigen kwaliteiten. Zo zijn we allemaal vliegende keep. Heb je tijd over? Dan pakken we iets van iemand anders op. Zo werkt dat bij ons.”



↓ Giovanni Dings (links) en Theo Görtz (rechts)



De oogst is als de Olympische Spelen

De familie heeft een half jaar de tijd om al het fruit op de boerderij te oogsten. Deze oogstperiode valt rond de zomer en dan kunnen ze ook met bijna niets anders bezig zijn. “We vliegen dan echt uit de startblokken. Hoe zorgen we dat het fruit op het juiste moment bij de juiste persoon komt? Wat oogst je wanneer? Hoeveel personeel hebben we die week nodig? Dat blijft continu schakelen en hierin speelt bedrijfsleider Max Hilberts een belangrijke rol. De oogsten zijn onze Olympische Spelen. Elke zomer weer.”

Vooruitdenken is regeren

Al 50 jaar plukken ze op de Fruitboerderij veel machinaal. Dat bespaart kosten en gaat vele malen sneller dan handmatig oogsten. De focus ligt hierbij op industriefruit. Dat is natuurlijk van goede kwaliteit, maar wel minder gevoelig voor deuken en krassen. Dat is anders bij veilingfruit, dat naar de supermarkt gaat. Anders dan je misschien denkt, is dat machinaal plukken zo makkelijk nog niet. Peren kunnen bijvoorbeeld nog niet met robots geplukt worden. Theo staat ook nu nog aan de voorgrond van de ontwikkelingen. Hij geeft input vanuit de praktijk aan het bedrijf dat de robots ontwikkelt. Zijn perenbomen heeft hij 12 jaar geleden al zo aangeplant, dat robots er goed bij kunnen. Dát is nou ondernemen.

“Heb je tijd over?
Dan pakken we iets
van iemand anders op.
Zo werkt dat bij ons.”



Bomen lekker in hun vel

Dat vooruitdenken is eigenlijk altijd belangrijk in de fruitteelt. Naast ervaring en jarenlang opgebouwde kennis werkt de Fruitboerderij ook met data afkomstig uit drones en analyses. Dit doen ze samen met burens en partners zoals Boomkwekerij Fleuren. “De bomen moeten zich lekker voelen en geen stress ervaren.” De grondkwaliteit en de ontwikkeling daarvan houden ze daarom goed in de gaten. “Wij bemesten alleen met organische stoffen.



↑ Lynn Jeuken

Hierdoor wordt de bodem nooit te nat of te droog.” Soms gebruiken ze een perceel een aantal jaar niet zelf, maar geven ze deze uit handen, zodat de grond kan herstellen. Goed bodemonderzoek en planning is daarna heel belangrijk. Want als de bomen eenmaal geplant zijn, kun je er niets aan veranderen. En pas 6 jaar na de aanplanting kun je voor het allereerst oogsten. Daarna moeten de bomen het ook nog 15 tot 20 jaar volhouden.

Fruit van de toekomst

De fruitteelt loopt niet altijd zo soepel als je hoopt. “Wat in de wereld speelt, zie je terug in ons bedrijf. De Conference peren gingen voor een groot gedeelte naar Rusland. Daar is sinds een aantal jaar de markt dicht. Maar de perenboom gaat 40 jaar mee. Wat doe je dan met het fruit? Als we niet flexibel kunnen zijn, kunnen we niet verder.” Gelukkig zoeken ze bij de Fruitboerderij met plezier naar een mooie oplossing.



→ Susanne Görtz
en Lion Kniest

↳ Giovanni Dings

Adopteer een fruitboom

De peren- en appelbomen zijn sinds de zomer van 2022 te adopteren. “Je krijgt de hele cyclus van het fruit mee: van bloesem tot fruit of verse sap. Je mag altijd bij jouw boom komen kijken. Hiermee binden we mensen nog meer aan ons bedrijf. De peren en appels uit de boom mogen de adoptanten ieder jaar zelf komen plukken. Je ziet dan de verbazing van kinderen: dit was nog maar een bloempje en is nu een hele peer?” Voor fruittelers een normale zaak, maar eigenlijk heel bijzonder.

Morellen met geneeskracht

Morellen zijn zure kersen die veel en voor een lage prijs in Oost-Europa worden geteeld. Dat was voor de Fruitboerderij een probleem. Met Project Limburgse Morel vocht Susanne voor een eerlijke prijs voor de echte Limburgse Morellen. “De bakkers kunnen nu aan de klanten laten zien dat ze Limburgse vlaai bakken met Limburgs fruit. Zo zijn we allemaal meer bewust van waar en hoe ons eten is gemaakt. Het maakt het ook uniek: een streekproduct met een verhaal.” Op dat moment startten ze ook met het persen van de Morel. Er zitten veel gezonde eigenschappen aan morellensap: het draagt bij aan spierherstel en vermindert artroseklachten. UM Maastricht onderzocht deze kwaliteiten samen met de Fruitboerderij.



De sapautomaat van Truus

Dat de sapjes van de Fruitboerderij in trek waren, merkten ze snel op. Tussen alle bedrijven door verkochten ze deze ook bij de boerderij. Truus kwam met het idee van de sapautomaat en zorgt er ook voor dat er cadeauverpakkingen zijn. De automaat is 24 uur per dag open, zo kan iedereen altijd terecht voor een lekker en gezond sapje. “Mensen uit de omgeving, maar ook toeristen vinden dat fijn. Ze kunnen gemakkelijk bij ons terecht, ook als je nog iets voor een verjaardag zoekt. Mensen vinden het leuk om te krijgen.”



“Susanne laat weten dat er ook een nieuwe neventak in ontwikkeling is, namelijk een agrarische kinderopvang.”



Op zoek naar synergie

“Met fruitteelt concurreren we met de rest van de wereld, maar deze plek is uniek.” Dat wilden ze de rest van de wereld ook laten zien. Geïnspireerd door de eigen vakanties van de familie zochten ze mogelijkheden in agro-toerisme. Hiermee ontstonden drie prachtige vakantiewoningen. Dit bracht ook een stabiele tak in het bedrijf: een inkomen onafhankelijk van de oogst. Hiervoor is Lynn Jeuken aangenomen. Susanne wilde dit niet als hobby aanpakken, maar echt goed doen. Samen met Andrea en Lion lukte dat. “Mensen zijn ook laaiend enthousiast over de plukdagen. Hierbij komen echt twee werelden samen: de fruitteelt en het toerisme.”

Een boerderij voor de volgende generatie

Wanneer het oogstseizoen over is, gaan ze bij de Fruitboerderij weer druk verder met ontwikkelen en vernieuwen. Voor het agro-toerisme zijn er volop uitbreidingsplannen. Maar Susanne laat weten dat er ook een nieuwe neventak in ontwikkeling is, namelijk een agrarische kinderopvang. Susanne: “Onze jongste zoon ging naar een reguliere opvang.

Maar hij was veel liever bij oma en opa op de boerderij; hij wil later opa Theo worden. Dit herkenden wij natuurlijk uit onze eigen jeugd. Klauteren, spelen in het zand en in de bosjes. Die manier van opgroeien op een boerderij kunnen we delen met anderen.” Ze zagen hoe kinderverblijven onder de Vereniging Agrarische Kinderopvang dit aanpakten en vonden het een mooie manier van werken. Bij die vereniging is de Fruitboerderij ondertussen aangesloten. Dit project ontwikkelt Susanne niet alleen: “Wij zijn geen pedagogisch medewerkers, dus voor de vakinhoudelijke kennis werken we samen met professionals.” Maar de vergunning is rond en de eerste tekeningen liggen klaar.

De kers op de taart

We vroegen Theo en Susanne naar tips voor andere ondernemers. “Blijf om je heen kijken”, zegt Theo. “Je kunt niet thuis blijven zitten en wachten tot de veiling of handelaar het anders doet.” Susanne benadrukt hoe belangrijk het is om iets te doen waar je zelf in gelooft. “Laat je niet begrenzen en blijf dromen. Maar zorg ook voor een goed team om je heen. Je bent niet overal de beste in. Ken je eigen beperkingen en zorg voor goede mensen om je aan te vullen.”

De trends en ontwikkelingen
in de toeristische sector

Tip 1: Gezondheid



40 uur per week werken, de kinderen van en naar hun talloze hobby's loodsen, het huishouden spic en span houden: we hebben genoeg stress in onze levens. “In deze sector kun je mensen uit hun dagelijkse rompslomp helpen. Je kunt ze een andere omgeving en rustmomenten bieden. Dat kan een ontspannen vakantie in een houten huisje in de natuur zijn. Maar een attractiepark heeft hetzelfde effect: je bent even in een andere wereld. Het gaat erom hoe je het verkoopt. En daar ligt ook de precies de kans: verkoop een beter verhaal!”

Jos Klerx • Rabobank

Stress kan ook ontstaan juist doordat alles maar zo gezond mogelijk moet zijn. We moeten mediteren, we moeten ontspannen en ja we moeten gezond eten. Alles onder de vlag #selfcare. “Je wilt de keuze voor de gast zo makkelijk mogelijk maken. Culinaire restaurants zijn bijvoorbeeld al bezig met de eiwittransitie, seizoensproducten, biologisch eten en streekproducten. Het hogere segment neemt een leidende rol in gezonde voeding en anders koken. Voor eetcafés met een alledaagse hap is dit lastiger. Maar ook zij zullen hier uiteindelijk in meegaan. Omdat de gasten dat willen. En omdat de overheid op een gegeven moment ingrijpt. Kijk maar wat er nu gebeurt met de suikertaks. Mijn tip? Zorg dat je lekker eten combineert met een beleving. Dat is wat de gasten willen.”

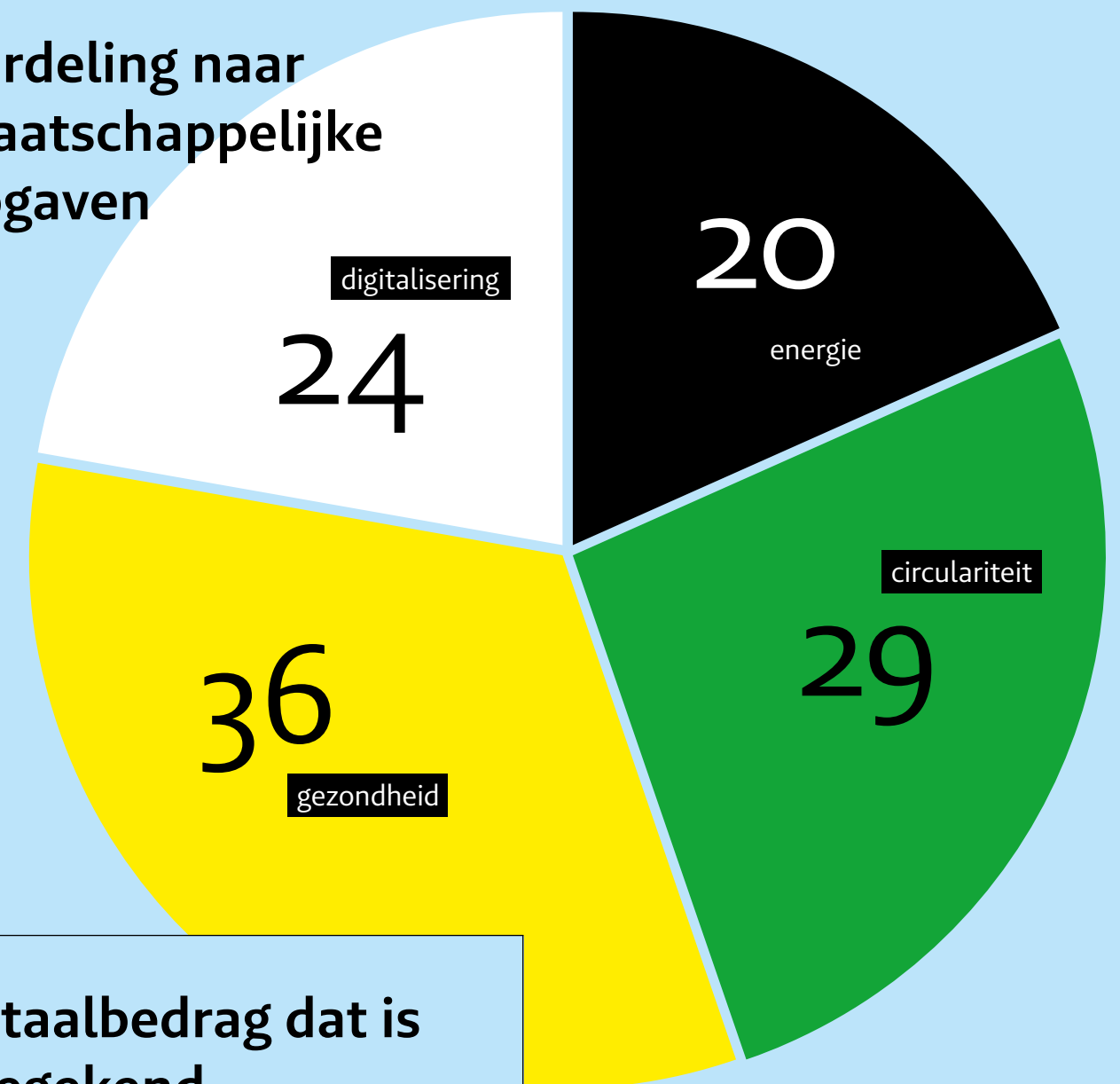
LimburgToerisme: waar staan we nu?

Aantal goedgekeurde aanvragen (78%)

In totaal zijn er **140 aanvragen** (cases) ingediend
tussen 1 februari 2021 en 31 december 2023.



Verdeling naar maatschappelijke opgaven



Totaalbedrag dat is toegekend

€ 843.000

In de afgelopen drie jaar is
€ 845.000 toegekend met een totale
projectenwaarde van **€ 4.415.000**.

Het door LIOF toegekende bedrag
per aanvraag varieert van **€ 2.500**
tot **€ 25.000**.

We helpen je op weg

Met programma's en events als de
Food Waste Challenge, **Digitalisering
in de horeca**, **LIOF tour 'puur natuur'**,
bezoek Dutch Design Week en het
Food Business event.

Creativiteit, hard werken en een vleugje eigenzinnigheid

In kasteel Limbricht
brouwt Igor zijn eigen bier

Igor Stel is een rasondernemer in de entertainment-
branche: “Ik wil altijd van niets, iets maken. Vroeger
hield ik dan ook erg van hutten bouwen. Was de hut
klaar? Dan moest er een muur omheen komen. Of wilde
ik er een toren bij bouwen.” Die uitbreidingsdrang is
met de jaren niet minder geworden. Ook nu is Igor Stel
altijd met het volgende project bezig. In dit geval: de
Vlaaivoorspeller. Dat is een algoritme dat voorspelt
hoeveel vlaai er nodig is op de verschillende feestlocaties.
Ze voedden het algoritme onder meer met de kennis die
Igor de afgelopen decennia opdeed als ondernemer.

De eerste “hut” die Igor als ondernemer bouwde was Entertrain. Dit bedrijf richt zich op evenementen-organisatie, catering, attractieverhuur, partyverhuur en de aankleding van evenementen en feesten. Maar Igor heeft er inmiddels heel wat torentjes bij gebouwd. Zoals Kasteel Limbricht, de Hompesche Molen, Allin-Echt en Valdeludo avonturenpark. Elke zusteronderneming heeft een unieke sfeer. “Waar Kasteel Limbricht nostalgisch is, vind je bij Allin-Echt vooral actie en avontuur.” Want uiteindelijk draait het in de entertainmentbranche toch vooral om één ding: de beleving.

Verhalen maken de beleving

Nergens is die beleving zo tastbaar als in Landgoed Kasteel Limbricht. Naast een geweldige eventlocatie is het kasteel namelijk ook een museum. “Op 20 punten krijg je een verhaal over het kasteel te horen. Je leert over de troepen die hier gekwartierd waren, over de wapens die ze gebruikten en over de heksenjacht die woedde.” De feestzaal vertelt een heel ander verhaal. Hier wordt namelijk het bier voor de locatie gebrouwen. 3000 liter per 3 weken; zo’n 5000 flessen per week.

Het museum is, net als al het andere dat Igor doet, nèt even anders. “We werkten voor een deel associatief. Dan zagen we bijvoorbeeld een jachtschilderij en vroegen we ons af: hoe werd de prooi vroeger gevangen? Zo kwamen we op geweren, opgezette vogels en een valkenierstas.” Veel van de spullen verzamelde Igor via Marktplaats. En de prooi bereiden ze hier nog steeds volgens middeleeuwse receptuur. Zo braadden ze vorige week nog een kip op een spit boven een open vuur. “Met onze manier van werken, krijg je een heel ander museum dan hoe een curator het zou samenstellen. Je krijg meer verhaal, meer sfeer; meer een beleving.”

Aardappelen of pudding?

Die beleving is niet alleen voor de bezoekers belangrijk. Maar ook voor Igor zelf. Zijn carrière



begon hij ooit als clown op feestjes. Die energie van toen wil hij vasthouden. “Ik moet mijn creativiteit kwijt kunnen in een locatie. Kan ik dat niet? Dan is het niks voor mij. Ook al verdien ik nog zoveel geld op die locatie; dat is niet mijn primaire drijfveer.” Die creativiteit prikkelen doet hij ook maar wat graag bij zijn gasten. “We gebruiken de ballenbak in het kasteel voor brainstormsessies van bedrijven. Als je mensen in een andere context plaatst, gaan ze andere dingen doen. Het is verrassend, vervreemdend. Zo krijg je opeens een heel ander gesprek.”

Creativiteit staat op één, hard werken op twee. “Je moet eerst je aardappels eten voor je pudding krijgt. Dat is misschien ouderwets, maar zo werken wij wel. Rusten heeft ook alleen maar zin als je eerst gewerkt hebt.” Daarover is Igor ook vanaf dag één goudelijk tegen zijn personeel: “Het is hard werken en je gaat ook zeker niet de hoofdprijs verdienen in deze branche. Maar je gaat wel een hoop lol hebben, in een geweldig team werken en gawe events neerzetten.” En de personeelsdagen zijn een mooie bijkomstigheid. De ene keer is dat een helicoptervlucht, de andere keer abseilen of vuurspuwen.

↑ Lynn Moureau

→ Mark Geurts
van Kessel

↘ Monique Asma
en in schaduw
Paul Steinbusch





In beweging blijven

Het principe 'work hard, play hard' is de medewerkers van Igor dus niet vreemd. Zo ook in coronatijd. Een tijd waarin toch een hoop medewerkers in de entertainmentbranche moedeloos thuiszaten. Maar dat liet Igor niet gebeuren. "Tijdens de lockdown hebben we precies twee dagen rust genomen. Daarna kwamen we in het landgoed met zijn allen samen. In de tuin was genoeg ruimte om afstand te houden. Op een whiteboard schreven we wat niet kon: financieel rendement halen. Maar ook vooral wat wél kon: rendement behalen op sociaal en cultureel gebied, op onze medewerkerstevredenheid en met onze marketing." Hoe? Bijvoorbeeld door ladingen bloemen op te kopen. Mensen doneerden een bedrag en uiteindelijk kwamen zo tienduizenden bossen bij mensen die wel wat extra steun konden gebruiken. Denk aan zorgmedewerkers, eenzame ouderen en gehandicapten. "Zo konden we veel mensen blij maken. En bijkomend voordeel: meer mensen begonnen onze Facebook-pagina te liken."

En dat was slechts het begin. Via Entertainment organiseerden ze wandelingen, digitale bingo's, lichte-venementen, concerten met diner en après-skihutten met gourmetten. "Uiteindelijk behaalden we dus toch dat financiële rendement. En onze mensen bleven fit en bleven ons trouw. Het was uiteindelijk een waardevolle tijd waar we nog steeds de vruchten van plukken." Die combinatie van nooit stilzitten, hard werken, creativiteit, jaren ervaring en een geweldig team leverde uiteindelijk nog iets anders moois op: de Vlaaivoorspeller.



Te veel vlaai: bestaat dat?

Zeg je Limburg, dan zeg je vlaai. Het is hét symbool voor de Limburgse gastvrijheid. En daar wilde Igor op zijn feestlocaties natuurlijk wel genoeg van hebben. Maar dat was iets waar hij regelmatig moeite mee had. "Een van de moeilijkste dingen om te voorspellen, was de aankoop van vlaai voor de verschillende locaties. Het ene moment zijn er grote tekorten, het andere moment blijven ze over." Met alle negatieve gevolgen van dien. Zoals de verspilling van vlaai; zonde en niet heel duurzaam. Maar ook een flinke kostenpost, gemiste kans voor omzet én teleurgestelde klanten. Daarnaast zorgt het ook voor veel druk op de keten. De noodbestellingen die de bakker krijgt, moeten vervolgens ook nog eens op stel en sprong bezorgd worden.

Dat kan beter! Zo ontstond bij Igor het idee voor het dashboard: op welke locatie verwachten we hoeveel klanten, wat is de vlaai-voorspelling, en waar is meer of juist minder personeel nodig? Via data-inventarisatie en -analyse werd het mogelijk hier antwoord op te geven. Beschikbare kennis werd verzameld en gebundeld. Daar werden algoritmes op losgelaten die op zoek gingen naar interessante verbanden. En zo werd het voorspellen van de vlaaiverkoop en personeelsinzet een 'piece of cake'. Of tenminste: het werd een stuk makkelijker.



“We gebruiken de ballenbak in het kasteel voor brainstorm-sessies van bedrijven. Als je mensen in een andere context plaatst, gaan ze andere dingen doen.”



Dat smaakt naar meer

Igor is natuurlijk nooit klaar met bouwen. Ook nu ziet hij kansen om het dashboard verder uit te breiden. “Je kunt ook andere informatie verzamelen. Welk type gasten verblijven in onze regio? Wat voor vermaak zoeken zij in de omgeving? Hoe bewegen ze zich in en naar de regio?” Antwoord op deze vragen, kan de samenwerking verbeteren tussen alle “torentjes” van Entertrain, zoals de B&B bij Kasteel Limbricht, de horeca, en het vermaak in de avonturenspeeltuin. “Zo kunnen we zoveel mogelijk klanten binnen onze groep houden.”

Naast data-inventarisatie binnen de groep van Entertrain, speelt Igor ook met de gedachte om andere partijen in de sector aan te haken. “Hoe meer mensen aansluiten, hoe meer interessante voorspellingen we kunnen doen. Ook kan de data-analyse misschien een op zichzelf staand product worden waarmee we andere partijen meer inzicht kunnen bieden. Zo voorkomen we niet alleen de verspilling van vlaaien, maar kan het nog veel extra's opleveren voor andere bedrijven.”

← Kevin Witt

Tip 2: Digitalisering

De komst van ChatGPT in 2023 leek digitalisering in veel sectoren weer een nieuwe boost te geven. Maar niet in de toeristische sector. Jos: "Sterker nog: toerisme schittert onderaan het lijstje van sectoren dat investeert in digitalisering. Dit heeft deels met het herstel van covid te maken. Maar ook omdat we twijfelen of digitalisering wel een oplossing biedt in een sector die draait om mensen en belevingen."

“De angst is dat het ten koste gaat van gastvrijheid. Terwijl bijvoorbeeld het digitaal inchecken bij een vakantieverblijf zeker voordelen biedt. Je houdt tijd en geld over om op een andere manier te besteden. Een andere kans ligt in het investeren in data. Je kunt voorspellen hoe druk het gaat worden, wat je daarvoor precies moet inkopen en hoeveel personeel nodig is. Ook hier kan dat tijd en geld besparen.”

Een trend die in Azië begon, zien we ook steeds vaker in ons eigen kikkerlandje: de serveerrobot. Voor sommige restaurants dé manier om personeelstekorten op te vangen. En voor gasten een unieke ervaring. “Bij bepaalde taken kunnen robots ondersteunen. Denk aan het uitserveren van eten of het afruimen van tafels. Misschien kan de robot zelfs afwassen. Maar denk ook aan automatische tapinstallaties die zorgen voor minder drankverspilling.”

Jos Klerx • Rabobank



Ook hier geldt: deze manieren van digitaliseren werken niet voor elke onderneming. Jos adviseert om jezelf altijd 3 vragen te stellen. Of je nu gaat investeren in gezondheid, duurzaamheid of digitaliseren:

1. Past het bij mijn onderneming?
2. Kan ik de kosten terugverdienen doordat ik meer verkoop of kosten bespaar?
3. Speel ik met mijn idee in op de behoefte van mijn gasten?

Hoe kleine huisjes groots kunnen zijn

Koen Savelkoul is architect, ondernemer en eigenaar van architectenbureau Ontheroad Creatives in Maastricht. Maar hij is ook een kunstenaar. “Ik wil architectuur combineren met veel meer: met interieur, kunst, objecten en eigen ontwikkelingen. Het kon niet gek genoeg. Ik wil ook zelf dingen realiseren en bouwen.” Uit datzelfde verlangen groeide het TERRA Tiny House project. Dit initiatief van Ontheroad bestaat uit het ontwerpen en bouwen van tien tiny houses in natuurgebied de Maasvallei. De huisjes van 12,5 vierkante meter grondoppervlak zijn de ideale plek voor een duurzame overnachting in de natuur.

De TERRA Tiny Houses van lokale, hergebruikte materialen

↑ Koen Savelkoul



“Ze zijn voor avontuurlijke en romantische natuurliefhebbers. De huisjes zijn heel klein en zijn dan ook maar bedoeld voor twee mensen.”

Deze doosjes plaatste ik in de stad of in het landschap. Zo maakte ik bijvoorbeeld een museum in een doosje en zette deze in Cottessen neer. Ook maakte ik een klein atelier en zette deze midden in de stad bij de Bisschopsmolen in Maastricht. Van het resultaat maakte ik een film, expositie en boek.

Koen leeft op zijn woonboot ook volgens het principe ‘klein maar fijn’. En dat is de leefwijze die je ook moet hebben voor de tiny houses. “Ze zijn voor avontuurlijke en romantische natuurliefhebbers. De huisjes zijn heel klein en zijn dan ook maar bedoeld voor twee mensen. Je slaapt op de bovenste verdieping in een bedstee. In de vide hangt een hangnet, waar je in kunt liggen of zitten. Verder is er nog een zitplek, keukentje, een studeer- en een leesplekje. En natuurlijk een douche, toilet en dakterras. Meer heb je niet nodig toch?” De tiny houses zijn een uniek project in Limburg. Een van de vele in het rijtje van Ontheroad in de afgelopen tien jaar...

Verwacht het onverwachte

Die unieke projecten begonnen al in 2006 op de Academy of Architecture. “Voor mijn afstudeerproject schreef ik 100 mensen in Zuid-Limburg een brief waarin ik ze vroeg om de omgeving rondom hun woning aan mij te beschrijven. Deze brieven vertaalde ik uiteindelijk tot zestien paviljoentjes (ruimtelijke verhalen) gebaseerd op een basis bouw pakket, een vierkante doos van van 2 x 2 x 2 meter.

Radicaal. Maar dat omschrijft de stijl van Koen misschien ook het best. Hij is geen architect van strakke, witte bouwblokken. Zijn opdrachtgevers weten dat ze vaak iets onverwachts kunnen verwachten. “Uiteraard luister ik goed naar de wensen van de klant. Maar ik wil altijd een stapje verder, de grenzen opzoeken, plekken transformeren. Zo maakten we het unieke Novo New Dining in het oude Brikkegebouw in Maastricht. En bouwden we het Sittards Theater om tot het Toon Hermans Theater. En nu zijn we bezig met een kantoor voor ZOwonen. Geen enkele muur blijft wit, de kantine komt in de vroegere gymzaal en het kantoor krijgt unieke nevenfuncties.” De kleuren, de materiaalkeuze of het gebruik van projecties of gekke geluidseffecten: het kan Koen niet gek genoeg.

→ Grensmaastafels: Koen Savelkoul en Luc Moreau



Een eigen kijk op duurzaamheid

Ook op het begrip ‘duurzaamheid’ houdt Koen zo zijn eigen ideeën na. “Duurzaamheid is een breed begrip dat ze in de markt heel verschillend opvatten: van levensduur tot gebruik van materiaal. Voor mij is het simpel: iets is duurzaam als je materialen toepast die lokaal zijn, een zo beperkt mogelijke ‘voetafdruk’ bevatten en circulair zijn. Dat betekent dat je ze volledig kunt recycleren.”

Koen spreekt zich ook uit over een nieuw begrip: re-circulair. Dat is circulair materiaal dat voorafgaand aan recycling eerst een tweede leven krijgt. “We stimuleren architecten om circulair te ontwerpen. De tapijttegels van een van onze leveranciers Desso Tarkett kun je bijvoorbeeld helemaal uit elkaar halen en recycleren. Maar op het moment dat je een vloer stoffeert, blijft er bijna altijd restmateriaal over. Dat gaat niet terug naar de fabriek voor demontage. Die resten nemen wij over om opnieuw te gebruiken. Oftewel: we maken re-circulair gebruik van deze materialen.”

Koen geeft gebouwen en materialen graag een nieuw leven. Met het TERRA Tiny House project kan hij zich volledig uitleven. “Het is het ultieme voorbeeld van out-of-the-box-denken en écht de grens opzoeken.” Daarbij ligt de focus van Ontheroad op de natuur en cultuur in Zuid-Limburg. “We wonen immers in het mooiste stukje van Nederland.”



→ Schaapscheerders v.l.n.r. Martin Habets, Janine Lardinois en Sander de Jong

↳ Schaapscheerders Sander de Jong en Stijn Massart (links) en Koen Savelkoul (rechts)

“En ook de isolatie is van natuurlijk materiaal. Van de wol van Mergellandse schapen om precies te zijn.”

Terug naar de natuur

De naam TERRA is natuurlijk niet toevallig gekozen. Dit is Latijn voor ‘aarde’. Wat terugslaat op de natuurlijke materialen in de huisjes. Zo zijn de gevels gemaakt van Limburgs bodemmateriaal. “De gevel verschilt per tiny house. Afhankelijk van de plek bestaat deze bijvoorbeeld uit grind, Kunradersteen of mergel.” En ook de isolatie is van natuurlijk materiaal. Van de wol van Mergellandse schapen om precies te zijn. “Twee keer per jaar scheren de herders van Schaapskooi Mergelland zo’n 3000 schapen. Dat zorgt voor heel wat wol. Vaak kan niet alle wol gebruikt worden, en wordt een deel zelfs vernietigd. Voor een tiny house gebruiken we wol van 400 schapen. Deze zitten in 140 speciale bakken die gemonteerd worden aan de buitenkant van het huisje.”

De tiny houses bestaan inmiddels voor meer dan 90% uit hergebruikte materialen. Het casco van de TERRA is gemaakt van twee afgekeurde containers die rechtop staan. “Je ziet wat voor wereldreis ze hebben afgelegd. Zoals de gasten ook een eigen reis afleggen.” Alle materialen in het huisje hebben een verhaal. “Zelfs voor de kleinste details hergebruiken we materiaal: van het meubilair tot aan de gordijnen. Een deel van de materialen zijn re-circulaire restproducten. Een deel zijn natuurlijke producten. En tot slot bestaat een deel uit sloopmateriaal. Het enige dat nieuw is, is het droogtoilet. Dit is een duurzaam alternatief dat geen water of chemicaliën gebruikt.”



Weg van de wereld

Alle technieken in de tiny houses zijn zo doordacht dat de huisjes totaal off-grid zijn. Een Engelse term die zoveel betekent als “los staan van alles”. Zo heeft de TERRA een eigen water- en rioolzuiveringssysteem. Daarbij wordt grondwater opgepompt en gezuiverd. Zo ontstaat er een interne waterkring-loop. Een houtkachel verwarmt het water. Zodat je ook een warme douche hebt. Drinkwater wordt wel apart geleverd. En de elektriciteit komt van zonnepanelen en accu's.

De toekomstdroom is om nabij het natuurgebied Rivierpark Maasvallei om de tien kilometer een TERRA te plaatsen. Alleenstaand aan de rand van de natuur. “Dan loop je als een soort van parelketting van de eerste naar de volgende TERRA.” Je kunt op verschillende punten met bijvoorbeeld een veerpont of brug oversteken naar de Belgische kant. Als je de volledige langeafstandsroute loopt via Nederland heen en via België terug, leg je zo'n 160 kilometer af. En kun je straks in misschien wel 10 huisjes overnachten. “Zo zijn gasten niet meer gebonden aan een verblijf op 1 locatie. Je kunt van accommodatie naar accommodatie trekken voor een ultieme beleving van het Limburgse landschap”.



Bouw bourgondisch

Maar het gaat niet alleen om de beleving van de toerist. “Dat is zo'n trendwoord. Daar blijf ik liever ver van weg. We hopen met deze kleine huisjes een grotere boodschap over te brengen. Het doel is om gasten bewust te maken. Aan de ene kant van de ecologische bouw en vernieuwende technieken en aan de andere kant van de natuur en het unieke Limburgse landschap.” Het eerste TERRA tiny house is bijna een feit. In voorjaar van 2024 komt de eerste langs de Maasvallei te staan. Op een “heel romantisch plekje”.

Koen hoopt ook andere ondernemers te inspireren. “Neem de term duurzaamheid op de juiste manier in de mond. En pas het op de juiste manier toe.” Ook roept hij op om zoveel mogelijk “bourgondisch te bouwen”. Wat neerkomt op het gebruiken van lokale en natuurbewuste materialen. “Limburg heeft zo ontzettend veel te bieden: van mergel tot Kunradersteen. Van grind tot zand. Je hoeft echt niet naar het Hoge Noorden voor materialen of naar het Verre Oosten voor hardhout. Vroeger maakten we onze klompen ook gewoon van populierenhout in plaats van hardhout.” En we weten: vroeger was alles beter.

“De toekomstdroom is om nabij het natuurgebied Rivierpark Maasvallei om de tien kilometer een TERRA te plaatsen. Alleenstaand aan de rand van de natuur.”

Tip 3: Duurzaamheid



Duurzaamheid is een hot topic. Ook in toerisme. Jos: “We zien dat vooral jonge gasten duurzaamheid een belangrijk onderwerp vinden. Maar het rare is: we zien het niet per sé terug in hun acties. Daarin geven prijs en kwaliteit toch nog steeds de doorslag. En niet duurzaamheid. En dit is precies waar het spanningsveld zit in de sector.”

Jos Klerx • Rabobank

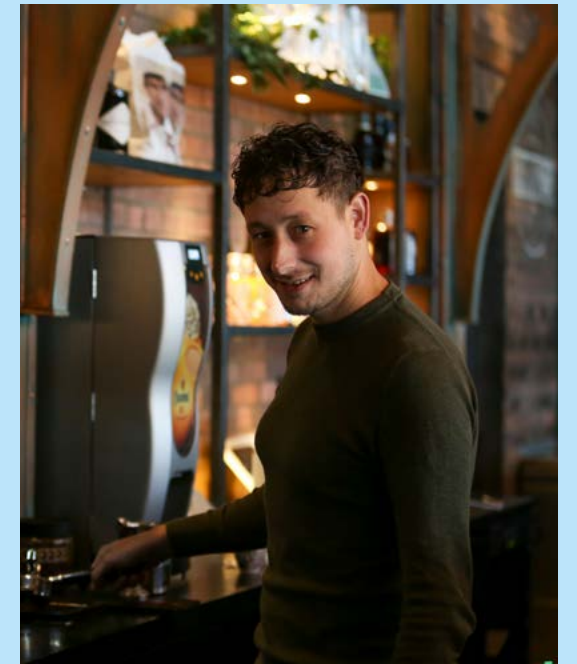
Het is dan ook niet vreemd als je jezelf afvraagt: ‘Moet ik wel in duurzaamheid investeren?’ Het korte antwoord van Jos? “Ja.” Het langere antwoord: “Duurzaamheid is om meerdere redenen belangrijk. Ten eerste, verwachten gasten het simpelweg van je. Ten tweede, ontkom je er door verschillende wet- en regelgevingen niet aan. Denk bijvoorbeeld aan de energiebesparingsplicht. Die verplicht je om aan te tonen dat je investeringen doet om je verbruik te verminderen. Voor grotere ondernemingen is er de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) wetgeving. Daardoor wordt het steeds belangrijker om vast te leggen wat je doet om impact te maken. Ook energielabels voor gebouwen en bedrijfspanden worden binnenkort verplicht.” Als Jos koffiedik mag kijken, verwacht hij nog voor 2030 een verplichting hierop.

Gelukkig is het niet alleen maar kommer en kwel. Duurzaamheid is ook leuk! “Je wordt minder afhankelijk als je investeert in zonnepanelen of andere alternatieve manieren om energie op te wekken. En je bespaart er kosten mee. Dat is geld dat je weer kunt investeren in de toekomst. Je kunt bijvoorbeeld een flinke boterham verdienen met het terugdringen van voedselverspilling. Tot wel 5 procentpunt van je bedrijfsresultaat; dat is echt substantieel. En misschien wel het allermooiste van oprecht duurzame stappen zetten: elk extra stapje verbetert je imago. En dat heeft weer een positief effect op het aantrekken van personeel. Mensen willen nu eenmaal graag werken voor bedrijven met een ‘purpose’.”

De kracht van afval

Circulair omgaan met restproducten uit de horeca

Oesterzwam kroketten gekweekt op koffiedrab. Sinaasappellikeur gemaakt van de sinaasappelschillen die overblijven na het persen van liters verse jus. Je vindt het bij strandpaviljoen De Haven van Renesse. Eigenaar Don van Vliet wordt razend enthousiast van circulariteit en afvalverwerking. “Er liggen zoveel toffe kansen voor het oprapen.”



↑ Don van Vliet

In strandpaviljoen De Haven van Renesse wordt het hele jaar door groente gekookt, vlees gebakken, verse jus geperst en koffiegezet. Processen die afval opleveren. Dat kan eigenaar Don van Vliet niet veranderen. Maar wat er vervolgens met het afval gebeurt, is iets waar hij wél invloed op heeft. Precies dat is wat de ondernemer fascineert. En het is de reden waardoor hij in actie kwam.

Circulair proces

Koffiedrab wordt inmiddels gebruikt om oesterzwammen op te kweken. Daar maken de koks vervolgens weer oesterzwamkroketten van. Sinaasappelschillen worden verwerkt tot zowel heerlijke likeur als handzeep. In de buurt van het strandpaviljoen is een biovergister geplaatst. Al het biologisch afbreekbare afval gaat in de silo van de vergister. Door de vergisting komt er biogas vrij waarop het strandpaviljoen kan draaien. Een mooi circulair proces.

Met kleine dingen het verschil maken

Circulariteit en duurzaam ondernemen staan bij Don hoog op de agenda. Zijn motivatie? Met kleine dingen het verschil maken. “Omdat het kan. En omdat het gewoon enorm leuk is”, vertelt Don. “Hoe tof is het dat ik straks het hele jaar door sta te koken op het gas van mijn eigen afval? Daar word ik echt enorm enthousiast van.”

“Hoe tof is het dat ik straks het hele jaar door sta te koken op het gas van mijn eigen afval?”

Anders doen

Wie aan duurzaamheid denkt, denkt vaak direct aan het klimaat. En aan verantwoord ondernemen, zodat we onze planeet gezond kunnen doorgeven aan volgende generaties. Don: “Als het over duurzaamheid gaat, wordt mij vaak alleen maar verteld dat de wereld vergaat. Dat we het met z’n allen hebben verpest. Dat snap ik heel goed, maar dat is niet mijn motivatie om met duurzaamheid aan de slag te gaan. Ik bekijk dit niet vanuit het negatieve verhaal, maar juist vanuit het idee dat wij als ondernemers enorm veel kansen hebben. Er liggen mooie en circulaire oplossingen voor het oprapen. Kansen die wij ondernemers snel kunnen toepassen.”

Belang van een collectief

De Haven van Renesse is niet het enige strandpaviljoen aan de Schouwse kust waar bewust wordt omgegaan met afval. Samen met vijf andere strandpaviljoens doet De Haven van Renesse mee aan het Interreg 2 Zeeën project FACET-project. Daarin worden ondernemers gestimuleerd circulaire oplossingen toe te passen om het verbruik van grondstoffen en materialen te verminderen. De zes strandpaviljoens focussen zich op vier pijlers: bouwen, afval, verpakkingsmateriaal en (gezamenlijke) inkoop.

Don richt zich op afvalverwerking, maar kijkt ook naar de pijlers verpakkingsmateriaal en gezamenlijke inkoop. De ondernemers werken binnen FACET samen en inspireren elkaar. Deze samenwerking is enorm belangrijk.



Don: “Ik kan wel in mijn eentje koffiedrab inzamelen, maar wij zijn ook maar een kleine speler. Als ik zie hoeveel bedrijven er zijn in Renesse en hoeveel afval zij weggooien, dan móét je wel een collectief vormen om resultaten te boeken.”

Bamboe rietjes in een plastic verpakking

Afvalvermindering draait niet alleen om afval dat in de prullenbak belandt. Het begint bij de inkoop. Ook daar is de ondernemer mee bezig. “Vanuit ons project hebben we een aantal van onze leveringen geanalyseerd. Een mooi voorbeeld is de levering van onze rietjes. We mogen geen plastic rietjes meer gebruiken, dus bestellen we bamboe rietjes.



Die worden dan geleverd in een geseald doosje, met een plastic deksel, in een doos vol bubbelfolie. Dat is gewoon gênant.”

Na de analyses belde Don een aantal leveranciers op. Ook gaat hij om de tafel zitten met Unilever. “Veel partijen willen graag met ons meedenken over afvalvermindering. Zelfs Renewi, terwijl hun verdienmodel juist draait om het verwerken van afval. Dat is echt top om te zien.”

Van mosselschelp naar voedingsbodem

Bezig zijn met circulariteit en duurzaamheid geeft Don positieve energie. Dat spat ervanaf. En dat doet het ook goed voor de klas. Don geeft gastlessen op de middelbare scholengroep Pontes in Zierikzee en

“Op een mooie zomerdag gaat er zo’n 50 kilo mosselschelpen de afvalbak in. Ik wil weten wat ik daarmee kan.”

Goes. Hij heeft 45 leerlingen uitgedaagd om te onderzoeken wat je kunt doen met het afval van schaal- en schelpdieren. Op een mooie zomerdag gaat er bij het strandpaviljoen namelijk zo’n 50 kilo aan mosselschelpen de afvalbak in. “Ik wil weten wat ik daarmee kan. De leerlingen hebben zoveel ideeën. Zo onderzoeken ze onder meer of de schelpen kunnen dienen als voedingsbodem voor de oesterkweek. Ik vind het geweldig om te zien hoe enthousiast de leerlingen bezig zijn met ons afval. Als er concrete plannen uit het onderzoek rollen, ben ik enorm blij!”

Jeugd enthousiasmeren

Met het lesgeven, snijdt het mes aan twee kanten. Don krijgt op deze manier concrete ideeën voor het verwerken van zijn afval. Maar ook wil hij met zijn lessen de kijk van de jeugd op de horecasector veranderen. “Wie aan werken in de horeca denkt, denkt al snel aan lange dagen maken, een slechte CAO en altijd werken als je vrienden vrij zijn. Als de jeugd op dit hele eiland zo naar onze branche kijkt, hebben we in de toekomst een probleem. In de klas zie ik dat leerlingen enthousiast worden van het nadenken over deze duurzame processen in je bedrijf. Ik hoop dat ze door deze ervaring een andere kijk krijgen op werken in de horecabranche.”

Van Zeeland tot heel Nederland

Elke dag bijleren en ontwikkelen. Circulariteit en duurzaamheid concreet én leuk maken. Andere ondernemers inspireren. Dat is het doel van Don. “Ik werk nu samen met collega-ondernemers, maar we zijn er nog niet. Het lijkt mij gaaf om heel Zeeland te enthousiasmeren met wat we doen. En daarna de hele Nederlandse kust. Daar geloof ik in.”

LIOF



**Voor ondernemend en
innovatief Limburg**

liof.nl/limburgtoerisme