

Een **Gezond** 
Leisure klimaat
///

Eindrapportage

Een Gezond Leisureklimaat 2018-2023

april 2023

MIDPOINT BRABANT



MIDPOINT
BRABANT 



Eindrapportage

Inhoudsopgave

Inleiding **3**

De resultaten

Groepsactiviteiten	4
Maatwerk	6
Online	6

Voorbeeldprojecten

Duurzaam Gastvrij	8
KlimaatSafari	9
Advies op maat	9
Blijvende Souvenirs	10
Horeca Food Waste Challenge	10

Lessons learned **11**

Inleiding

De afgelopen vijf jaar heeft Midpoint Brabant met het programma Een Gezond Leisureklimaat meer dan 1.000 ondernemers in de leisure-sector geïnspireerd en geactiveerd om klimaatadaptieve en circulaire maatregelen te nemen.

Deze ondernemers namen deel aan events, workshops, deden mee aan projecten zoals de Hoos en Hitte Contest en de Horeca Food Waste Challenge, kregen maatwerkadvies, volgden de e-learning of lazen de 100 tips op de website DuurzaamGastvrij.nu.

In deze eindrapportage staan in het kort de resultaten van 5 jaar Een Gezond Leisureklimaat. Een periode waarin we met de financiële ondersteuning van Regio Hart van Brabant, Waterschap Brabantse Delta, Waterschap De Dommel en de provincie Noord-Brabant (2018-2020) hebben gewerkt aan een duurzame leisure-sector in Midden-Brabant.

Het projectteam bestond uit een projectleider, een coördinator en een communicatie-medewerker die samen met een kernteam van gemeente- en waterschapsmedewerkers activiteiten hebben ontwikkeld en uitgevoerd om de sector te verduurzamen. De regionale recreatieve ondernemersverenigingen hebben een onmisbare rol gespeeld in de werving en uitvoering van de activiteiten.

De focus in deze eindrapportage ligt op de resultaten van de laatste twee jaar omdat in die periode in detail is gemonitord hoeveel van de ondernemers betrokken zijn geweest en daadwerkelijk aan de slag zijn gegaan om duurzame maatregelen te treffen.

De resultaten

Groepsactiviteiten

In de periode 2018-2020 hebben we onder meer een aantal grootschalige bijeenkomsten georganiseerd met Helga van Leur en andere inhoudelijke sprekers. Ook is een masterclass water en groen gegeven aan 12 ondernemers die hun plannen in detail hebben uitgewerkt. Daarnaast hebben we een prijsvraag uitgeschreven, De Hoos en Hitte Contest, waar 5 ondernemers extra ondersteuning hebben gekregen om hun duurzaamheidsplan te verwezenlijken. Zo is de Klimaatboom doorontwikkeld en een educatief blote voetenpad aangelegd.



De KlimaatSafari is in deze jaren doorontwikkeld en in de periode 2021-2022 hebben we de KlimaatSafari zes keer georganiseerd bij kleine en grote recreatieve bedrijven zoals minicampings en De Efteling. Zie onderstaande tabel voor een overzicht waarin ook alle andere bijeenkomsten zijn opgenomen met aantal deelnemers, de beoordeling en het aantal ondernemers dat na de bijeenkomst van plan is om daadwerkelijk maatregelen te nemen.

Bijeenkomsten	Aantal deelnemers	Aantal nieuwe deelnemers	Gemiddelde beoordeling bijeenkomst	Aantal recreatieve ondernemers met plannen voor maatregelen
Masterclass Circulair	17	16	7,8	9
Roadshow De Langstraat	19	11	7,5	5
Roadshow Hilvarenbeek	13	10	10	3
Circulaire revolutie (bouwen en klimaat) ism House of Leisure en Station88	130	103	6,6	11
Vragenuurtje Groen	0	0	nvt	nvt
Klimaatsafari Oisterwijk	14	10	7	7
Seminar Global Goals ism Station88	37	23	8,2	nvt
Klimaatsafari Toerisme De Baronie	13	10	8,5	5
Klimaatsafari Toerisme De Baronie	17	7	8,6	6
Klimaatsafari De Langstraat	10	8	9	5
Circulair Scoren ism UpNew en SSNB	13	13	7,5	8
Klimaatsafari Zorgboerderijen	24	24	8	nvt
Regiotour Samen Circulair ism S88, UpNew, Gemeente Hilvarenbeek, Oisterwijk en Goirle	0	0	nvt	nvt
Regiotour Samen Circulair ism S88, UpNew en Gemeente Heusden	34	26	7	25
Horeca Food Waste Challenge inspiratiebijeenkomst	9	7	nvt	9
Klimaatsafari De Efteling	21	15	7,5	6
Horeca Food Waste Challenge Slotevent	20	9	7,5	7
Blijvende Souvenirs	12	6	9	7

Maatwerk

Inhoudelijke experts van de beide Waterschappen en van Midpoint Brabant hebben recreatieve bedrijven bezocht om ter plekke adviezen te geven over mogelijke klimaatmaatregelen. Ook zijn bedrijven geadviseerd over hoe zij naar hun gasten kunnen communiceren over duurzaamheid. In onderstaande tabel staat het aantal adviezen, de beoordeling en het aantal ondernemers dat de adviezen daadwerkelijk heeft uitgevoerd.

Activiteit	Aantal	Beoordeling advies	Aantal ondernemers dat maatregelen doorvoert
Quickscan duurzaamheid	18	7,7	10
Communicatie-advies	7	8,8	7

Online

Ook via digitale middelen zoals de nieuwsbrief en de website van Een Gezond Leisur klimaat hebben we ondernemers bereikt en geactiveerd om duurzame maatregelen op hun bedrijf te nemen. In onderstaande tabel een overzicht van de ontwikkeling van het aantal bezoekers.

Kanaal	Aantal online bezoekers per				
	01-01-2021	01-07-2021	01-12-2021	01-07-2022	31-01-2023
Website Duurzaam Gastvrij	507	764	931	1.000	1.000
Website Een Gezond Leisur klimaat	86	836	1.300	1.900	2.700
E-learning	0	29	82	100	129
Facebook likes	24	26	Gestopt	Gestopt	Gestopt
Facebook volgers	35	42	Gestopt	Gestopt	Gestopt
Instagram	91	156	197	263	266
Nieuwsbrief	516	519	505	508	493

Resultaten vs doelstellingen

In het plan EGL 2021-2022 zijn SMART doelstellingen geformuleerd en op basis van die doelstellingen zijn resultaten gemeten waarbij een representatieve groep ondernemers is nagebeld en gevraagd naar hun oordeel.

Cijfers zijn cumulatief

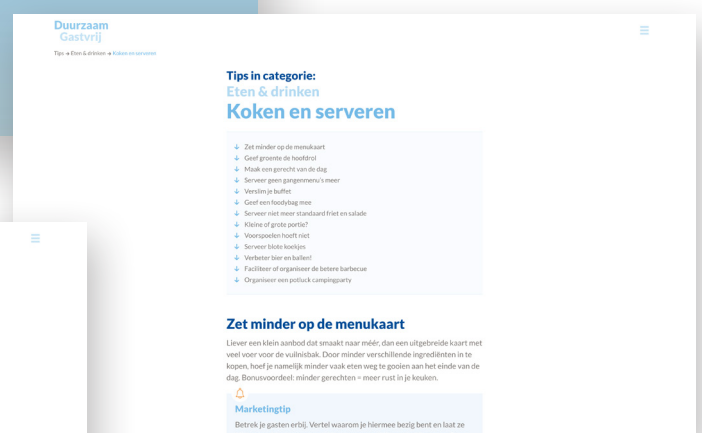
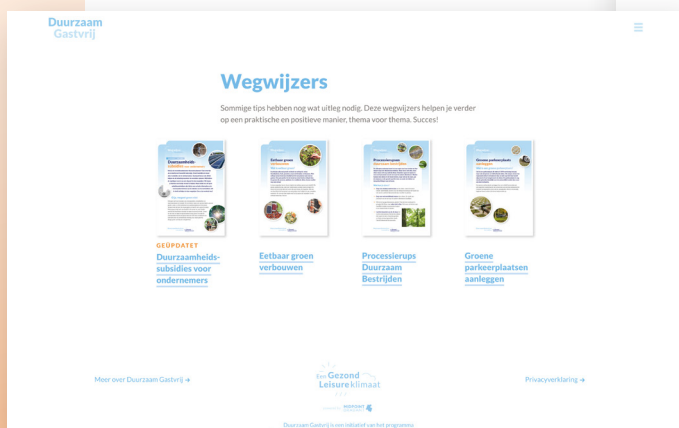
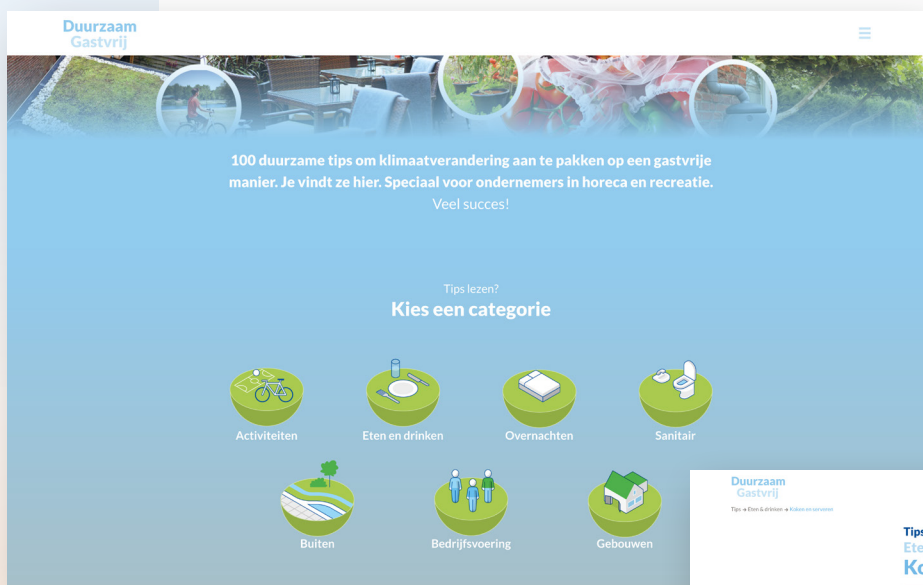
Meetmoment			1-01-21	1-07-21	1-12-21	1-07-22	1-04-23
Actief betrokken deelnemers	Gemiddeld aantal deelnemers per bijeenkomst	Doel	12	12	12	12	12
		Huidig	nvt	36	31	27	24
	Gemiddeld % nieuwe deelnemers	Doel	50%	50%	50%	50%	50%
		Huidig	nvt	78%	75%	71%	74%
	Aantal adviezen op maat	Doel	0	10	20	30	35
		Huidig	nvt	10	12	20	25
	Gemiddelde beoordeling bijeenkomsten	Doel	7	7	7	7	7
		Huidig	nvt	8	7,9	8,1	8
	Gemiddelde beoordeling adviezen	Doel	7	7	7	7	7
		Huidig	nvt	nvt	7,8	8	8
Online deelnemers	Totaal social media/nieuwsbrief	Doel	666	700	750	800	833
		Huidig	666	743	702	771	759
	Website Duurzaam Gastvrij	Doel	507	757	1.007	1.257	1.507
		Huidig	507	764	931	1.000	1.000
	Website Een Gezond Leisureklimaat	Doel	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt
		Huidig	86	836	1.300	1.900	2.700
	E-learning cursisten Duurzaam Gastvrij Ondernemen	Doel	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt
		Huidig	0	29	82	100	129
Ondernemers met maatregelen	% van de ondernemers die maatregelen wil treffen na deelname aan een bijeenkomst	Doel	40%	40%	40%	40%	40%
		Huidig	nvt	41%	49%	61%	67%
	% van de ondernemers die maatregelen hebben genomen of van plan zijn deze te nemen na advies	Doel	60%	60%	60%	60%	60%
		Huidig	nvt	nvt	40%	55%	65%

Voorbeeldprojecten

Duurzaam Gastvrij

Na een uitgebreide behoeftebepaling bij een groep ondernemers bleek dat zij een overzicht van mogelijke praktische klimaatmaatregelen misten en hoe maatregelen gemakkelijk kunnen worden toegepast op een leisure-bedrijf. We hebben de website DuurzaamGastvrij.nu ontwikkeld waar we 100 tips in de taal van de ondernemers hebben opgesteld en gecategoriseerd naar thema's die aansluiten bij een leisure-bedrijf. Ook zijn er diverse 'wegwijzers' opgenomen die dieper op een bepaalde maatregel in gaan zoals 'groene parkeerplaatsen' en 'subsidies'. Daarnaast zijn er ondernemersverhalen opgenomen.

Tenslotte is Duurzaam Gastvrij vertaald naar een e-learning module in samenwerking met VisitBrabant.



KlimaatSafari

Samen met Waterschap Brabantse Delta is een standaard-programma ontwikkeld voor een KlimaatSafari. Met een compacte groep ondernemers bezoeken we twee bedrijven waar experts ter plekke klimaat-tips geven en laten zien wat er wel goed gaat en wat beter zou kunnen. We sluiten altijd af met een ronde tafel gesprek waar iedere deelnemer vertelt wat hij heeft meegenomen en gaat toepassen en waar nog vragen liggen.



Advies op maat

Naast de 'quickscan duurzaamheid' waarin experts praktische tips geven, bleken een aantal ondernemers al duurzaam bezig te zijn maar niet te weten hoe dat te communiceren naar hun gasten. Onze communicatie-medewerker heeft adviezen op maat gegeven om duurzaamheid te vertalen naar concrete acties en daar op een positieve manier over te communiceren.

'We hadden al veel gedaan, voordat we jullie leerden kennen. Maar de communicatietips rondom duurzaamheid hebben we bijna allemaal toegepast. We konden op een luchtige manier nog beter vertellen en laten zien welke duurzame dingen we doen, zonder het heel expliciet te maken. Ja, dat hebben we echt gedaan en dat levert leuke aandacht en goodwill op.'

Blijvende Souvenirs

Via een social design methode is een oplossing ontwikkeld om duurzame recreatie-ondernemers te helpen hun gasten te inspireren om thuis ook klimaatmaatregelen te nemen. De basis is 'grondstaren'; gasten kunnen een hoosbui ervaren door 15 minuten op het bedje met een kijkgat te liggen en exact de hoeveelheid water op de bodem onder hun neus te gieten. Daarna volgt een gesprek waarin de ondernemer vertelt over duurzaamheid op zijn bedrijf en de vraag stelt hoe het bij de gast thuis is. De ondernemer stuurt vervolgens een mailtje na afloop om hier vervolg aan te geven.



Horeca Food Waste Challenge

Samen met Up New Food en de Rabobank is de Horeca Food Waste Challenge uitgevoerd om horeca-ondernemers te helpen minder voedsel te verspillen door te meten en elkaar te inspireren. Het resultaat was bijzonder; gemiddeld verspilden de 10 restaurants 54% minder voedsel. Dit resultaat is goed voor een gezamenlijke besparing op jaarbasis van 20.280 kilo voedsel, wat een waarde heeft van €175.002,- en gelijk is aan een uitstootvermindering van ruim 40.560 kilo CO₂!



Lessons learned

- Verduurzaming heeft voor veel ondernemers niet de hoogste prioriteit en het is daarom cruciaal om het onderwerp en de bereidheid te verduurzamen **actief te blijven stimuleren** en aanjagen.
- Om ondernemers te overtuigen aan activiteiten deel te nemen is het nodig om in kaart te brengen **waar de winst zit** om in duurzaamheid te investeren, bijvoorbeeld op het gebied van financiën of onderscheidend zijn richting gast.
- Duurzaamheid is voor ondernemers een breed begrip. In de gesprekken met de ondernemers bleek het van belang om duurzaamheid **klein, concreet en overzichtelijk** te maken, aansluitend op hun bedrijfsontwikkeling waarbij zorgen en vooroordelen weggenomen moeten worden.
- De gekozen aanpak werkt het beste met MKB-bedrijven waar **ondernemers zelf aan het roer** staan, waar direct met de beslissers aan tafel gezeten kan worden en het gesprek gevoerd kan worden. Heldere communicatie is hierin doorslaggevend.
- Ondernemers met **direct contact met hun gasten** zijn een goede doelgroep voor deze aanpak en het onderwerp, omdat duurzaamheid heel goed te koppelen is aan gastvrijheid en klantgerichtheid.
- Ondernemersverenigingen zijn onmisbaar geweest in het succes van het programma omdat ze de behoeften van hun achterban in kaart konden brengen, waarop het aanbod afgestemd kon worden. Het aanbod werd vervolgens rechtstreeks aan de doelgroep gecommuniceerd en het gaf mogelijkheden om een relatie met de ondernemers op te bouwen. Zowel **een aansluitend aanbod op behoeften als een goede relatie** is nodig om het gesprek over duurzaamheid met ondernemers aan te kunnen gaan.
- **De effectiviteit van de aangeboden activiteiten is hoog.** Van de ondernemers die deelnemen aan (meerdere) activiteiten is een ruime meerderheid van plan duurzame stappen te nemen in hun bedrijfsvoering.
- Het werkt om ondernemers met elkaar in gesprek te laten gaan en tips en ervaringen uit te laten wisselen, want **ondernemers leren graag van andere ondernemers** en nemen vaak meer van elkaar aan.
- Tenslotte is intensieve **samenwerking binnen de triple-helix** key. De mogelijkheden en capaciteiten van ondernemers, overheid en onderwijs vullen elkaar aan en versterken elkaar. Alleen op die manier zijn onze duurzaamheidsambities haalbaar.