



# INSPIRiencE Outdoor;

## belevingscreatie binnen de outdoor sector

Het Living Lab 'Inspirience Outdoor' is een project van Fontys Sporthogeschool met als doel om zowel het onderzoek, onderwijs als het werkveld verder te professionaliseren. Ingebed in de regionale omgeving, praktijkgericht en via een multidimensionale samenwerking tussen onderwijs, onderzoek en werkveld wil dit Living Lab aan organisaties in de outdoor sector een advies uitbrengen gericht op belevingscreatie.



IS UW ORGANISATIE SERVICE- OF BELEVINGSGERICHT?



het creëren van  
beleving binnen  
deze specifieke  
branche

### Memorable ervaring

Een diversiteit van maatschappelijke, technologische en economische ontwikkelingen heeft bijgedragen aan de opkomst van de belevingseconomie waarbinnen de consumptie van belevingen centraal staat. Het creëren van een beleving die zorgt voor een memorabele ervaring is dan ook de nieuwe benchmark. Het realiseren

van deze beleving wordt het primaire doel waarbij de aankoop van producten en diensten voorwaardelijkheden zijn. Dit is een lastige opgave aangezien een beleving heterogeen, onvoorspelbaar, persoonlijk en vrijwillig is. Het is daarom essentieel om verder te gaan dan het klassieke marktonderzoek en door co-creatie de consument te begrijpen en samen >>

# van zadelhoff **VZ** bouwelementen MAATWERK IN SANITAIRE RUIMTES

Van Zadelhoff Bouwelementen is de professionele leverancier van inrichting in sanitaire gebouwen en levert complete sanitaire systemen.

Naast de vertrouwde sanitaire cabines, wastableaus en de inrichting van sanitaire units leveren wij ook een assortiment professionele kranen, douchesystemen en vele accessoires voor de inrichting van uw sanitairgebouw.



## Complete sanitaire inrichting

- |               |                 |
|---------------|-----------------|
| Douchecabines | Toegangsdeuren  |
| Toiletcabines | Spatwanden      |
| Wascabines    | Zitbanken       |
| Wastableaus   | Lichtkoven      |
| Planchets     | Sanitaire units |
| Spiegelwanden | Privé sanitair  |



- Wastafelkranen
- Douchesystemen
- Douchegoten
- Accessoires
- Schoonloopmatten
- Babyverschoningsstations



Postbus 476, 7000 AL Doetinchem tel. +31 (0)314 - 368330 fax +31 (0)314 - 368339 [www.van-zadelhoff.nl](http://www.van-zadelhoff.nl) e-mail [info@van-zadelhoff.nl](mailto:info@van-zadelhoff.nl)

PRODUCTIE- EN HANDELSONDERNEMING

**Aquajogging De Buffel**



Vinkelsestraat 80  
5383 KM Vinkel  
[info@aquarunner.nl](mailto:info@aquarunner.nl)

Voor al uw materialen in en rond het zwembad

aquajoggen

zwemles

aquafitness

waterpret



speelmateriële

zwembadinrichting

duikmaterialen

maatwerk



kijk voor actuele aanbiedingen op:

**[www.aquarunner.nl/recreatie](http://www.aquarunner.nl/recreatie)**

tel. +31(0)412-451128

de klantbeleving te optimaliseren. Dit vraagt binnen de outdoor sector om een ander perspectief waarin niet het product of de dienst, maar de beleving van de afnemer centraal staat.

Naast de verschuiving naar het belevingsperspectief, heeft ook de commodisatie toegeslagen in de outdoor sector. Docent marketing en projectgroep-lid Ruben Walravens legt dit begrip als volgt uit "Op dit moment kan een standaard outdoor activiteit zich amper nog op inhoud onderscheiden van de concurrentie met als gevolg het dalen van de prijzen en een afname van de winstmarges". Om deze negatieve tendens te doorbreken en onderscheidend vermogen te zoeken, is het essentieel om een focus te leggen op die factoren die uiteindelijk bijdragen aan de creatie van consumentbeleving waardoor de economische waarde van het activiteitenaanbod weer toeneemt.

Volgens bedrijven die zich al volop richten op deze consumentbeleving is het een misvatting dat de outdoor sector geen belevingscreatie nodig heeft. "De activiteit zelf zorgt deels al voor beleving, maar door ontwerpprincipes toe te passen vanuit de belevingseconomie, kan ook aan een klimactiviteit of een mountainbiketocht extra waarde toegevoegd worden. Hierdoor zet je een onderscheidend en duurzaam activiteitenaanbod op de markt".

### Theoretisch model

In 1998 introduceerden Pine en Gilmore vijf principes om een memorabele ervaring te creëren. Sindsdien zijn deze theorieën verder ontwikkeld en toegepast binnen verschillende contexten. Aangezien de outdoor zich met haar aanbod wil richten op belevingscreatie is het verrassend dat er weinig onderzoek is gedaan naar de toepassing van de experience factoren op deze sector. Docente en projectleider drs. Ted Toussaint: "Binnen het onderwijs dat Fontys Sporthogeschool aanbiedt op het gebied van Sports & Leisure Adventure vinden we het belangrijk dat studenten leren om een op behoeften afgestemde beleving te creëren binnen de activiteiten die zij verzorgen voor hun gasten. Integratie in het onderwijs kan enkel als er inzicht is in de factoren die

bijdragen aan het creëren van beleving binnen deze specifieke branche". INSPiRiencE Outdoor heeft als doel om, door nauwe samenwerking met het onderwijs en het werkveld, een theoretisch kader te ontwikkelen. Volgens Walravens is het effect binnen het onderwijs nu al zichtbaar. 'Het inspireert om samen met studenten na te denken over wat beleving voor hen betekent. Je ziet daardoor dat zij op een andere manier gaan kijken naar de gasten en de uitvoering van activiteiten, bijvoorbeeld op stage'. Bij de ontwikkeling van het theoretisch kader zijn factoren uit verschillende theorieën en onderzoeken bestudeerd. Deze zijn vervolgens beoordeeld op de toepasbaarheid binnen de outdoor sector door experts op het gebied van belevingscreatie, docenten en het werkveld.

Ten gevolge van dit vooronderzoek is er binnen het theoretisch kader een duidelijk onderscheid naar voren gekomen tussen service- en belevingsfactoren. De service factoren zorgen voor een fundering om een effectieve beleving te creëren. Hierbij valt te denken aan veiligheid, inrichting van de fysieke omgeving en communicatie naar de consument. Aandacht voor deze service factoren zorgt voor tevredenheid bij de gasten en is voorwaardelijk om te komen tot een optimale consumentbeleving. Om deze beleving te creëren moet er naast bovengenoemde service factoren aandacht zijn voor een toegevoegde set factoren: de belevingsfactoren. Na input vanuit onderzoek, werkveld en onderwijs zijn deze belevingsfactoren gefilterd tot vier kernthema's die toepasbaar zijn op de outdoor sector: thematisering, interpersoonlijke competenties, kenmerken van de activiteit en co-creatie.

Het Living Lab INSPiRiencE Outdoor is op dit moment bezig om deze factoren om te zetten in een meetinstrument dat ingezet kan worden bij outdoor bedrijven om zo de mate van belevingscreatie binnen een bedrijf meetbaar te maken. Daarnaast heeft het Living Lab als doel om een toolbox te ontwikkelen met daarin handvatten om belevingscreatie binnen de outdoor sector te versterken en implementatie in het onderwijs mogelijk te maken. "Het zou fantastisch zijn als we op lange termijn studenten in zetten om

deze metingen te doen bij outdoor organisaties. Zo leren zij in de praktijksetting onderzoek doen en vergroten ze actief hun kennis omtrent belevingscreatie" aldus Toussaint. <

Wilt u meer weten over dit project? Neem dan contact op met Ted Toussaint via [t.toussaint@fontys.nl](mailto:t.toussaint@fontys.nl). Meer weten over Fontys Sporthogeschool? [www.fontys.nl/sporthogeschool](http://www.fontys.nl/sporthogeschool)

Drs. Ted Toussaint  
Docente praktijkonderzoek Leisure Adventure  
Fontys Sporthogeschool

Ruben Walravens, MM  
Docent praktijkonderzoek en marketing  
Fontys Sporthogeschool



Onlangs waren Ted Toussaint en Ruben Walravens gastspreker bij het Family Entertainment Congres. Bekijk het verslag en de presentatie online via [www.pleisureworld.nl/events/events-archieff/](http://www.pleisureworld.nl/events/events-archieff/)