

Foto: NBTC



NBTC promoot 'Holland National Parks'

15 mei ging de campagne Holland National Parks van start. Drie natuurgebieden met internationale uitstraling worden in het buitenland onder de aandacht gebracht. Doel is de toerist die op zoek is naar bijzondere natuurbelevissen te inspireren en uiteindelijk te verleiden tot een bezoek aan een van de drie gebieden. De campagne van het NBTC past bij de opgave om de internationale bezoekers beter te spreiden over ons land.

De campagne begint bij de nationale parken NLDelta, Waddenzee en Hollandse Duinen. "Op maar weinig plekken in de wereld is de natuur op korte afstand zo divers", vertelt Janneke van Montfort van het Nationale Parken Bureau. "Nergens is de interactie tussen water en land en tussen natuur en mens zo duidelijk aanwezig en inventief aangepakt als hier." Vanaf volgend jaar kunnen ook andere nationale parken deelnemen aan de campagne.

www.hollandnationalparks.com



Martin Maassen,
waarnemend
directeur RECRON

Energiek

We leven in een tijd van energietransitie en daar kunnen we niet omheen. Zo ontving ik in korte tijd vier 'aanbiedingen' om over te stappen op zonne-energie. Twee van verenigingen ('Betaal samen écht minder voor energie'), één van een coöperatie (waar ik groene stroom en 'bosgecompenseerd gas' kan inkopen) en één van een ogenschijnlijk commercieel bedrijf ('Wij geven uw gemeente zonne-energie!'). Bij de laatste aanbieder lacht een dame van middelbare leeftijd op een elektrische fiets mij toe. Op de achterkant van de brochure staat een kordate man met opgestroopte mouwen in de opening van zijn bestelbusje. Hij wil direct aan de slag. Maar eerst moet ik de 'persoonlijke dakcheck' doen. Mijn zadeldak op het noorden heeft 'een te laag rendement'... De man met de opgestroopte mouwen doet mij denken aan mijn collega Arthur Helling, die als een energieke zendeling door RECRON-land gaat. Met een priemende vinger ('U had dit al moeten weten') wijst hij ondernemers op de verplichte energiebesparende maatregelen.

Waar krijg ik zelf energie van in mijn werk? Succesjes zijn leuk, maar kortstondig. Een mooi bestemmingsplan, een gemeente die de toeristenbelasting verlaagt, subsidies voor innovatieve investeringen, een gerealiseerde uitbreiding. Het doet er allemaal toe! Toch zijn het de mensen voor wie ik werk, die mij al meer dan twee decennia energie geven. Ad en Marga, Simone, Piet, Toon, mijn oude leermeester Martin W. en honderden anderen maken en maakten iedere dag weer zinvol en energiek.

Ik moet er onwillekeurig aan denken, terwijl ik in alle vroegte al tandenpoetsend de dag inluid. Ik kijk op het schuine dak van mijn achterburen. De zomerzon lacht mij aanlokkelijk toe via hun enorme rij zonnepanelen.

COLOFON vakblad Recreatie



Hoofredactie: RECRON, Marike Rosier,

communicatie@recron.nl **Eindredactie:** Maarten Bokslag,

www.bokslag.com **Aan dit nummer werkten mee:** Jaap van

Sandijk, Max de Krijger, Hans van Luijk, Ditta van Ekris, Martin

Maassen, Eelco de Jong, Facet **Ontwerp:** Fase2, Paul Veldkamp. **Vormgeving:** Jessica Dales, Dock35 Marketing

Coverfoto: Shutterstock **Bladmanagement:** Dock35 Media, Sjoerd Franssen **Advertenties:** Dock35 Media,

Marcel Koot, (0314) 355 852, marcel.koot@dock35media.nl **Druk:** Senefelder Misset B.V. **Abonnementen:**

RECRON, (0343) 524 700, communicatie@recron.nl, 65 euro per jaar. 32,50 euro voor studenten en medewerkers

van recreatiebedrijven. Gratis voor RECRON-leden, overheden en pers. Als vakblad hanteren wij de opzegregels

uit het verbintenisrecht. Wij gaan er vanuit dat u het blad ontvangt uit hoofde van uw beroep. Hierdoor

wordt uw abonnement steeds stilzwijgend met een jaar verlengd. **Oplage:** 4.400 exemplaren. De samenstellers

hebben de grootst mogelijk zorgvuldigheid betracht. Noch RECRON, noch redactie, noch auteurs aanvaarden

enige aansprakelijkheid bij eventueel voorkomende fouten.

PARTNER IN BUSINESS:   

KENNISPARTNERS:    

    

 