

Kennemer Duincampings groeien tegen de stroom in

Hoe gastblijheid voor volle campings zorgt (8 tips voor succesvolle campings)



Waar veel Nederlandse campings last hebben van teruglopende belangstelling schrijven ze bij de Kennemer Duincampings jaar op jaar meer overnachtingen en zit het bedrijf duidelijk in een positieve vibe. Het bruist op camping de Lakens, Geversduin en Bakkum van de activiteiten en nog steeds staan Amsterdammers bij de start van het seizoen in de rij voor een mooie seizoenplaats.

Hoe komt het toch dat deze campings tegen de stroom in scoren? Waarom is een seizoenplaats op een camping hip in hartje Amsterdam en waarom zijn de gasten zo enthousiast? We praten met Djoerd Vulto, hoofd receptie van Camping de Lakens en Ruben Klerkx, recreatiecoördinator van de Kennemer Duincampings en al snel vallen de schellen ons van de ogen. Nee, bij de Kennemer Duincampings hebben ze geen wonderpil ontdekt die kamperen weer populair maakt maar ze hebben wel een organisatie opgezet waarin ideeën en medewerkers kunnen floreren.

Kennemer Duincampings heeft drie heel verschillende campings, is dat bewust?

Vulto: "Vroeger waren alle drie de campings gewoon 'kamperen bij de boswachter' maar we hebben in 2007 voor elke camping een eigen visie ontwikkeld omdat we wilden dat ze verschillend werden. Dan worden ze uitdagend voor de gasten en vis je niet meer voor elke camping in dezelfde vijver. Bovendien krijgen gasten die tussen de drie campings switchen steeds een andere beleving."

Waarom hadden jullie de behoefte om een visie te schrijven?

Vulto: "Allereerst is het goed om te weten dat we niet zo van het achteroverleunen zijn en wel zien wat er op ons afkomt. We willen vooral zelf ons pad uitstippelen. Ten tweede hebben we die visie samen met alle medewerkers ontwikkeld. Iedereen mocht er over meedenken. Wat past nu bij deze camping, waar willen we naar toe en welke doelgroepen trekken we daarbij? Vanuit die vragen hebben we een visie ontwikkeld en zijn aan de slag gegaan. Alles wat we doen van de velletjes papier, de inrichting van de camping, het recreatieprogramma, kleuren, noem maar op, doen we vanuit die visie die we vorig jaar hebben geactualiseerd."

Voor de beeldvorming, wat voor profiel hebben de drie campings?

Vulto: "De Lakens is een echte strandcamping en ligt in het open duingebied. Met veel wellness en luxe. De Lakens heeft 300 seizoenplaatsen, 700 toeristische plekken en 40 verhuureenheden. Geversduin ligt in de bossen en is een echte natuurcamping. Gericht op natuur en duurzaamheid. Daar komen vooral gezinnen met kleine kinderen met daarop

gerichte voorzieningen. Geversduin heeft 300 seizoenplaatsen en 300 toeristische plaatsen. Camping Bakkum is een hele grote camping met de kernwaarden vrijheid, nostalgie, samen zijn en creativiteit. Bakkum heeft 1.400 seizoenplaatsen, 340 toeristische plaatsen en 36 verhuureenheden. De verschillen tussen de campings hebben ook te maken met het verleden van de campings en de ligging. Zo ligt Camping Bakkum niet aan een doorgaande weg en is het strand daar minder bekend. De Lakens ligt aan een doorgaande route naar de bekende badplaats Zandvoort. Daar heb je dus heel veel toeristische gasten. Geversduin zit daar dan weer net tussenin. In het hoogseizoen werken er zo'n 200 mensen bij de Kennemer Duincampings."

Wie zijn de gasten bij Kennemer Duincampings?

Vulto: "Op Geversduin zijn het vooral gezinnen met kinderen, mensen die van de natuur houden, mensen die het ook leuk vinden dat hun kind in de natuur speelt. Vandaar de rangercursussen bij Geversduin, waar kinderen zelf vuur leren maken en een week lang als ranger door het leven gaan. Op de Lakens heb je een internationaler publiek met veel Duitsers uit Nordrheinwestfalen. Ook ouders met kinderen maar dan net wat ouder als op de Geversduin. En natuurlijk veel stelletjes die lekker naar de zee gaan. Op Bakkum hebben we veel vaste gasten uit de regio Amsterdam. In Amsterdam is een seizoenplaats op Bakkum helemaal hip. Dan hoor je er helemaal bij. We zien op Bakkum steeds meer Duitsers. Ook daar veel gezinnen met kleine en oudere kinderen. Echt van 0 tot 100. Op alle drie de campings hebben we in het voorseizoen veel senioren."

Waarom zijn jullie als camping wel succesvol en anderen niet?

Klerkx: "Dat komt omdat we vooruit durven te kijken en vooral vooruit durven te gaan. Doordat we nieuwe typen accommodaties hebben neergezet, nieuwe activiteiten hebben geïnitieerd, medewerkers hebben die het echt leuk vinden om bij ons te werken en omdat we anders gastvrij willen zijn dan andere bedrijven in en buiten de branche."

Hoe zijn jullie dan anders gastvrij?

Vulto: "Dat mag iedereen zelf inrichten. Dus wij zeggen niet 'Dit is anders gastvrij en dus moet je nu zo gaan handelen.'" Ruben Klerkx vult aan: "We hebben geen protocol van zo gaan we het doen. Natuurlijk zijn er aan aantal basisuitgangspunten maar daarnaast laten we het vooral aan de medewerkers zelf over. 'Wat zou jij kunnen doen om te zorgen dat die gast vrolijk naar huis of zijn standplaats gaat.' daar draait het om."

Jullie zijn enorm zelfbewust.

Klerkx: "Dat komt omdat we een duidelijk beeld hebben van wie we zijn, wie we willen zijn en dat ook uitdragen. Dat is een groot verschil met andere bedrijven. Je kunt een bungalowpark of een camping zijn maar dat is zo algemeen. Je moet je afvragen wat jouw camping, jouw bungalowpark uniek maakt. Waarom moet iemand naar jou komen?" Djoerd vult aan: "Het moet in de eerste plaats schoner, netter, luxer en gaver zijn dan thuis. Gasten willen verrast worden en dingen meemaken waarvan ze gedacht had dat niet mee te maken."

Hoe verras je dan?

Ruben Klerkx: "Als mensen bij ons online reserveren, vragen we ze altijd waarmee we ze 's nachts kunnen verrassen. Ze vullen dan de gekste dingen in. Zo was er laatst iemand die wel wakker gemaakt mocht worden door een zingende Guus Meeuwis met een fles bubbels. Dan is er een medewerker die dat een top idee vindt en wel als Guus Meeuwis verkleed 's nachts aan de tent wil zingen. Het leuke was nog eens dat die gast zich eerst niet realiseerde dat het zijn eigen wens was. Dat was extra grappig. Dan heb je zo'n leuke chemie tussen gast en medewerker. Onbetaalbaar."

Even een overstap naar jullie nieuwste vaste accommodatie, de Backpackshack op camping de Lakens, hoe is die ontstaan?

Djoerd Vulto: "We zitten met camping de Lakens in Bloemendaal aan Zee. Daar werken we veel samen met de surfclub en strandpaviljoen Woodstock waar veel vrije mensen en backpackers van over de hele wereld komen en een sfeertje heerst dat heel goed bij ons past. Voor die doelgroep hebben we de Backpackshacks ontwikkeld. Dat zijn omgebouwde containers met een slaapkamer waar mensen buiten gezamenlijk kunnen ontbijten aan picknicktafels en in een oude

halve dieseltank kunnen barbecueën. Afgelopen zomer hebben we bij de Backpackshacks vijf keer Borreldop georganiseerd want wat past nu beter bij backpackers als muziek? Sing-a-song writers van over de hele wereld hebben bij ons opgetreden.”



De Backpackshack



Toch een hele organisatie, een compleet muzikfestival organiseren.

Djoerd: "We zijn gewoon begonnen met een podium en wat foodtrucks. Niet te moeilijk over doen, gewoon uitvoeren en we zien wel waar het schip strandt. Zo ontstaan bij ons heel veel dingen. De eerste keer kwamen er 300 mensen, de tweede keer 400, de derde keer 500 en de laatste keer was het stampend druk en stond Jaqueline Govaert daar te zingen.”

Is dat de toekomst, participatie van gasten in het entertainmentprogramma?

Ruben Klerkx: "Het gaat allemaal zo snel dat je als bedrijf niet meer kunt verzinnen wat de gast leuk vindt. Je hebt die gast nodig om te vragen wat ze leuk vinden en daar moet je op kunnen anticiperen. Hoe gaaf is het dat je letterlijk gasten betreft bij de ontwikkeling en totstandkoming van je activiteiten? Dat is met Borrelpop en 'Bakkum Vertelt' heel goed gelukt. Dan zie je dat er heel veel creativiteit op zo'n camping zit. Gasten vinden het ook leuk en voelen zich onderdeel van de camping."



Jaqueline Govaert was met vakantie en zong mee met Borrelpop.

Terug naar de visie, heeft dat ook voor een andere benadering van de marketing gezorgd?

Djoerd: "Wij gaan vooral niet overal adverteren. Wij zorgen dat we leuke dingen aanbieden, die uniek zijn, en waar mensen meer van willen weten. We komen dan vanzelf in allerlei bladen, media, radio, tv en social media." Ruben: "Het is ons streven om voorop te lopen in activiteiten en accommodaties waarmee we zelf publiciteit genereren." Djoerd: "Een mooi voorbeeld is de Hobbitwoning op Geversduin, waar die allemaal niet in heeft gestaan, onbeschrijfelijk."

Waren jullie ook de eersten in Nederland met lodgetenten?

Ruben: "Die zijn door veel campings overgenomen en ze noemen het nu glamping maar ik durf te zeggen dat het vaak is gekopieerd maar nog niet geëvenaard. Het is bij ons ook echt luxe tot en met een bad midden in de tent. Je kunt ook op een andere manier een luxe tent inrichten en het vanuit kostenooptpunt het net wat anders en goedkoper doen. Maar zo pakken we dat hier niet aan. We willen luxe bieden en dan doen we dat ook." Djoerd: "Een mooi voorbeeld is de verwarming in de tenten. Je kunt er makkelijk een elektrische verwarming inzetten maar wij wilden vuur. Dus hebben we er een houtkachel ingezet. Er zullen veel campings zijn die ons daarom voor gek verklaren vanwege de bewerkelijkheid maar die nemen we voor lief." Ruben: "Op het moment dat we zoiets doen, gaan we 'all the way'. Dan doen we het niet een beetje. Zoals met het festival rond de Backpackshacks. Dat komt omdat iedereen helemaal wild is van die Backpackshacks. Dan ga je nadenken hoe je dat sfeertje nog verder kunt doortrekken en kom je vanzelf op een festival."

Mag ik samenvatten dat jullie meer aansluiten bij de tijdgeest?

Djoerd: "Ik denk dat je continu moet proberen te vernieuwen en vooruit te lopen. In de recreatiebranche zie je dat minder en de bedrijven die dat wel doen krijgen dus veel aandacht. Daar zijn wij er één van. We kijken ook niet alleen naar onze eigen branche maar het liefst naar andere branches waar we iets van kunnen leren. Wij proberen ook vooruitstrevend te zijn en met de tijd mee te gaan."

Denk je dat kamperen door de verstedelijking populairder of juist minder populair gaat worden?

Ruben: "We zetten ons ook niet af tegen de stad. Zo van nu ben je hier en dan heb je al die stadse dingen niet meer. Nee, je kunt ook prima kamperen in luxe. Maar het is altijd leuk om te kijken of je mensen iets kunt meegeven wat ze in de stad niet krijgen. Deze zomer hebben op Bakkum kinderen met hun ouders van het afval van het afgelopen jaar zeepkisten gemaakt en een race georganiseerd. Dan zie je juist al die stadse pappa's met een hamer en boor rondlopen. Heel gaaf."

Mislukt er wel eens wat?

Djoerd: "Als je iets apart wilt doen, ga je buiten gebaande paden en mislukt er wel eens wat. Dan kun je gaan zitten mokken maar je kunt er ook wat van leren. Ondernemen is af en toe ook mislukken." Ruben: "Wat je heel erg ziet in ons bedrijf is dat iedereen zich een beetje ondernemer voelt en erg betrokken zijn bij het bedrijf. Het is gaaf om hier te werken omdat je dingen kunt creëren."

Hoe ziet de nabije toekomst er voor de Kennemer Duincampings uit?

Djoerd Vulto: "Voor de Lakens zijn we een nieuw centrumgebied een het ontwikkelen. We hebben op de camping veel faciliteiten maar die liggen allemaal uit elkaar. We gaan nu een nieuw gebouw wegzetten met boven horeca en beneden een recreatiegedeelte met een binnenspeeltuin. We gaan ook de wellnessbus, volleybal en fietsverhuur naar dit gebied verplaatsen. Het wordt geen stenen gebied maar we gaan hoge duinen maken met glijbanen van 20 meter waar kinderen naar beneden kunnen glijden. Op Geversduin gaan we een binnenspeeltuin en nieuwe verhuureenheden bouwen." Ruben: "Op Bakkum zijn we nu meer aan het kijken naar doelgroepkamperen. Als je bijvoorbeeld geïnteresseerd bent in watersport dan bieden we die plekken waar je ook toegang krijgt tot een kluisje op het strand en kun je terecht bij de plaatselijke surfvereniging om bijvoorbeeld te douchen. Ook familiekamperen willen we beter faciliteren."

Gaan jullie net als andere campings steeds meer campingplaatsen inruilen voor bungalows en chalets?

Djoerd: "We lezen dat overal kamperen achteruit gaat maar hier gaat het juist vooruit. Op duizenden kampeerplaatsen hebben we een kleine honderd verhuureenheden. Die bepalen vaak wel het beeld naar buiten omdat het innovatieve accommodaties zijn maar we proberen kamperen nog steeds op de eerste plaats te houden."

Zijn er op het gebied van recreatie en animatieprogramma nog ontwikkelingen?

Ruben: "We zijn sinds vorig jaar gaan samenwerken met een kunstenaarscollectief. In plaats van zelf te gaan plakken en knippen komen er nu elke week kunstenaars naar de camping die ook blijven kamperen. Voor veel kunstenaars ook iets heel nieuws. Dan gaan we samen met die kunstenaars ook echt kunst maken. Dat soort ideeën die wil ik graag doortrekken."

Heeft de receptie bij jullie nog toekomst?

Djoerd: "Die is ons een doorn in het oog. Het is niet leuk om je vakantie te beginnen in een wachtrij bij de receptie. Alles wat we van de gasten willen weten, hebben we online al gevraagd. Dat is niet meer interessant. Het is veel leuker om je vakantie te beginnen op de plaats waar je vakantie gaat vieren. Dus gaan we in de toekomst bij de gasten op de standplaats langs en vertellen we wat er allemaal te doen is, maken een praatje, geven tips over het recreatieprogramma of de omgeving. Daar willen we het komend seizoen klaar voor te zijn en het jaar daarop slopen we alle balies eruit en worden de recepties gezellige huiskamers. 'Komt u binnen, lekker bakje koffie, gaat u nog wat leuks doen vandaag? Uw paspoort hebben we niet nodig.'" Ruben: "Hoe stoer is het om bij de gasten op bezoek te komen? Dan krijg je als medewerker een heel andere mindset. Wel heel erg uit je comfortzone."

Dat jullie de toekomst voor de Kennemer Duincampings zonnig inzien hoef ik niet meer te vragen?

Djoerd Vulto: "Als je naar de afgelopen jaren kijkt en wat we nog allemaal willen doen, dan zie ik zeker een mooie toekomst. Elk jaar denken we, dit is de drukste zomer ooit, en dan komt er een nieuwe zomer en dan is het weer drukker." Ruben Klerkx: "Sterker nog, de behoefte om in de natuur te zijn, wordt door de verstedelijking alleen maar groter. Daar geloof ik heilig in."

8 x tip voor een succesvolle camping

1. Weet waar je met je bedrijf naar toe wilt en wat voor gasten je wilt aantrekken.
2. Vraag je af wat je als plek, als camping bijzonder maakt en hoe je die plek kunt inzetten om een bepaalde doelgroep te bereiken.
3. Je moet ook keuzes durven te maken. Wat ga je wel doen en wat niet. Wie ga je wel bedienen en wie niet?

4. Zorg wel dat de basis goed is met up to date en goed onderhouden voorzieningen.
5. Je gaat echt scoren als je boven verwachting presteert maar als je niet aan de basisverwachting voldoet dan werkt die extra inspanning als een negatieve boemerang.
6. Veel campings doen wel nieuwe dingen maar niet vanuit een goed idee. Je moet ook niet anders doen om het anders doen. Als dat je enige maatstaf is dan is het niet goed.
7. Hoed je voor mensen met allerlei leuke ideeën en toets die continu aan je visie
8. Wees eerlijk, transparant, zeg duidelijk wat je wel doet en wat je niet doet.

Dit artikel verscheen in Recreatie & Toerisme oktober 2015.

Topics: Marketing, Toerisme, Vakanties, Verblijfsrecreatie

Trefwoorden: camping, marketing, kust, productinnovatie, hospitality, toerisme,leisure