

## Trends in de bungalowsector voor 2016

Groei: meerdere gezinnen die bungalowvakantie boeken



**Met de complete familie op elkaar gepakt in een grijs huisje, dat kan echt niet meer. Het consumentengedrag verandert snel en daarom moeten projectontwikkelaars en bouwers van bungalows snel meebewegen. Dat geldt ook voor de aanbieders. Wat wil de gast echt? Trends in boekingen, gebruik en het exploiteren van bungalows veranderen in 2016. De ontlede gast.**

Ed Trentelman, commercieel directeur van boekingsbedrijf Bookit en daarmee eigenaar van onder meer Bungalows.nl zit in een bijzondere positie. Door de samenwerking met diverse bungalowketens en een groot aantal onafhankelijke bungalowparken overziet hij breed wat er gebeurt en waar de klant om vraagt in Nederland, België en Duitsland. Trentelman vierde in oktober het 12,5 jaar bestaan van Bungalows.nl. Wat zijn de trends voor bungalowparken in 2016?



Ed Trentelman

## Trend 1

### De gezinsmarkt wordt groter

"Natuurlijk blijven de groepssamenstellingen van opa, oma en de kleinkinderen belangrijk en groot voor deze markt. Je ziet steeds vaker dat het niet meer om één groot gezin gaat maar dat meerdere gezinnen met elkaar een korte bungalowvakantie boeken. We zien in de cijfers heel regelmatig terug dat meerdere gezinnen op pad gaan. Dat zie je bij de parken, de grotere bungalows zijn goed bezet. Buiten het hoogseizoen worden deze grote bungalows erg goed geboekt. Daarnaast zie je een verschil met de zomerperiode. Dan kan het voor een bungalowpark soms net wat moeilijker zijn om die grote bungalows vol te krijgen. Waarschijnlijk wil een gezin de langere zomervakantie toch zelf doorbrengen, niet met de vrienden of met opa en oma.

Voor de korte vakantie boeken families bijna nooit langer dan een week. Doordat de grotere bungalows een hogere prijs hebben en een goede bezetting is het een interessante markt voor de parken. Gezellig 'samen' vakantie vieren neemt nog steeds iets toe is onze indruk uit de boekingscijfers. Als families het niet voor elkaar krijgen om in één bungalow te verblijven, boeken ze meerdere huizen het liefst naast elkaar.

Niet alleen bungalowparken spelen in op deze trend maar ook de aanbieders van particuliere woningen. Een familie kiest namelijk niet per se voor een bungalowpark maar soms voor een grote comfortabele woning. Je ziet in die sfeer een groter aanbod ontstaan."



## Trend 2

### Perceptie 50+ markt verandert

"De 50+ markt is interessant voor de bungalowsector maar deze groep reageert anders dan de gezinsmarkt. In dit geval gaat het om de vakantie van koppels zonder kinderen. Je ziet overwegend bij deze categorie dat een vierpersoons bungalow goed wordt geboekt. Die biedt voldoende ruimte en comfort. Terughoudendheid vertoont de 50+ boeker bij in de midweken scherp geprijsde zespersoons bungalows, meestal worden die overgeslagen. Dit zien we terug in de boekingscijfers ook al staat de prijs van een zespersoons bungalow net zo scherp, dan nog wordt dit aanbod overgeslagen. Waarschijnlijk associeert de 50-plusser een vierpersoons bungalow als de best geprijsde. Voor bungalowparken kan het daarom interessant zijn om een zespersoons bungalow aan te bieden als een vierpersoons.

Deze groep is bovendien gevoelig voor kwaliteit en service. Ik denk dat bungalows op de parken nog beter kunnen scoren in deze markt als er meer diensten en service wordt aangeboden, zoals opgemaakte boxspringbedden, gratis WIFI en bij de huurprijs inbegrepen eindschoonmaak."

## Trend 3

### Meer luxe nu economie aantrekt

"De economie trekt langzaam weer aan. We zien dat een steeds grotere groep een luxere bungalow waardeert. Maar liefst 65% van de boekingen zijn gezinnen met kinderen. Ook zij vragen meer zoals snel gratis WIFI, en binnen en buiten spelmogelijkheden. De bungalow zou meer moeten bieden dan wat de gast thuis heeft. Steeds meer bungalowparken spelen op die trend in. Niet zes kunststof tuinstoeltjes meer op het terras maar een forse tuinset waar je lekker op kunt loungen, wellness, de volgende generatie televisies en een moderne landhuisstijl inrichting. De groep die om deze kwaliteit vraagt is groeiende, veelal tweeverdieners met een goede banen. Deze groep heeft het thuis al wat luxer en verwachten dat ook in de bungalow aan te treffen."

---

## Cijfers en trends

- De populairste bungalowregio's in Nederland zijn: Gelderland – al jaren onbetwist nummer 1, gevolgd door Limburg en Drenthe
  - Bij 13% van alle bungalowverblijven gaat een huisdier mee
  - Bij 15% van de boekingen gaat een baby mee
  - Bij 65% van de boekingen gaan kinderen mee
  - Bezettingsgraad maart, april, mei, juni, juli: 23,4 – 36,4 – 42,3 – 35,9 – 51,5 (Bron: CBS, oktober 2015)
  - Het aantal Nederlanders in bungalowparken is ongeveer 2x zo hoog in het hoogseizoen als het aantal buitenlandse gasten.
-



#### Trend 4

##### Mystery aanbod blijft beperkt

"Eén van onze goed scorende acties is 'Center Parcs Mystery Park'. Een boeker hoort pas vlak van tevoren naar welk park hij gaat. Deze actie is goed voor vele duizenden boekingen per jaar," meldde Ed Trentelman bij de viering van 12,5 jaar Bungalows.nl. Wordt 2016 het jaar waarin het mystery aanbod in de bungalowsector definitief groot doorbreekt?

"Dit is een product specifiek van Center Parcs. Bij deze boekers speelt de centrale voorziening op het park een belangrijke rol, en niet zo zeer de ligging van het park. De scherpe prijs is nu de trigger. Je loopt geen risico dat je op een park komt zonder zwembad en uitgebreide centrumvoorzieningen. Het werkt ook goed voor Center Parcs omdat je de bezetting van de parken hiermee kunt optimaliseren. Het is een format dat succes heeft. De markt voor verrassingen in reizen neemt wél toe. Daar zie ik echt kansen voor. Toch verwacht ik niet dat andere bungalowketens op dit format zullen

of kunnen inspelen. Uiteraard liggen er nog andere kansen om in te spelen op de behoefte van de klant om positief verrast te worden.”

## Trend 5

### Hoe flexibeler hoe beter

"Een belangrijke ontwikkeling is geweest dat we ook flexibele aankomsten bij een bungalowvakantie gingen aanbieden. Dat was niet gebruikelijk in de bungalowmarkt. Onder het motto 'De flexibiliteit van een hotel, de privacy van een bungalow' hebben we hiermee de aankomst mogelijkheden mee weten te verbreden. Zo kan de boeker van een bungalowverblijf de drukte van een vrijdagspits vermijden door bijvoorbeeld al op donderdag aan te komen. Overigens zie je in de boekingscijfers dat voor laatboekers vaak de aanbiedingsprijs bepalend is boven de locatie van het bungalowpark of de omgeving. Dat is in tegenstelling tot de vroegboekers. Zij kiezen bewust voor een locatie, voorzieningenniveau of wat je in de regio kunt beleven.”

"Flexibiliteit is belangrijk maar trends volgen en innoveren is voor de sector nog belangrijker. Zorg dat je altijd up-to-date bent. Een sterk voorbeeld, er zijn er meer, is bungalowpark Marveld Recreatie in Groenlo want die hebben altijd wat nieuws. Dan is er wat veranderd in het restaurant, dan komt er weer een winterschaatsbaan bij, daarna een hotel met suites. Het bedrijf is constant bezig met innovatie en profileert zich hiermee waardoor Marveld Recreatie jaarlijks veel rechtstreekse boekingen binnenhaalt. Het herhalingsbezoek ligt dan ook erg hoog. Dat hebben ze bij Marveld goed in de gaten, met constant een hoge bezetting als resultaat.”

### Bungalowmarkt 2016 onvoorspelbaar

De economie trekt aan, een hoge vakantieparticipatie, en de vele nieuw ontwikkelde parken is dan ook het recept voor een bloeiende bungalowsector. Voor 2016 lijkt het erop dat er een stabiel jaar aankomt voor de bungalowsector, toch is het oppassen dat vraag en aanbod in evenwicht zijn.

"De koek wordt namelijk niet groter," meldt Trentelman over volgend jaar. Hij doelt daarmee op dat er nog steeds nieuwe bungalowparken beschikbaar komen, en er geen oude bungalows uit de markt worden gehaald. Vanuit de Nederlandse markt verwacht Trentelman op dit moment geen groei, "Wellicht komt er groei vanuit Duitsland en België om dat aan te vullen, maar ik denk dat het aantal bungalowvakanties van de Nederlanders niet zal toenemen. In Nederland worden nieuwe trends snel omarmd." Daarmee ook de innovaties buiten de parken, Trentelman kijkt hierbij naar de hotelsector en naar privé aanbod van huizen via bijvoorbeeld Airbnb en Micazu waardoor bungalowparken het nog iets zwaarder kunnen krijgen in het vullen van de midweken.

---

## Trends in bouw en exploitatie van vakantiehuizen

Pleasureworld organiseerde op de Recreatievakbeurs in Hardenberg een congres over de toekomst van de bungalowsector. Onder meer Klaas Odink en Jan van Mierlo gaven hun visie op de ontwikkeling van bungalowparken.

**Klaas Odink van Van Wijnen Recreatiebouw** meent dat een bungalow in alle jaargetijden een aantrekkelijke accommodatie moet zijn om te verblijven. Een grote veranda, open haard, jacuzzi, buitenhaard en ruim bemeten privésauna zijn bijna must-haves geworden om uit de middelmaat te blijven. Het gaat in de bungalow van de toekomst om luxe van voldoende dimensie die aansluiten bij het huidige verwachtingspatroon van de consument.

**Jan van Mierlo van Liberty Resorts** kijkt naar de inrichting van de bungalow maar besteedt heel veel aandacht aan het dienstenniveau. De gasten moeten zich meer dan welkom voelen door een hoog serviceniveau en een directe en persoonlijke benadering. Bij Liberty Resorts hebben ze een hekel aan slagbomen en balies en die worden uit de resorts gesloopt. Parken van de keten zijn niet groot, 100 eenheden is wel het maximum. Liberty Resorts heeft 3 parken in Nederland, 14 in Frankrijk, 5 in Spanje en 1 in Oostenrijk. Het hoofdkantoor zit in Nederland maar om de Franse en Spaanse markt te bedienen is daar een lokaal kantoor met callcenter.

---

Foto's bungalows: met dank aan Landal Green Parks.

Dit artikel verscheen in Recreatie & Toerisme december 2015.

**Topics:** Toerisme, Verblijfsrecreatie

**Trefwoorden:** trend, onderzoek, vakantie, toerisme, bunaglow, marketing