

La Dolce Vita

Van kamperen naar bijzonder
overnachten

9 november 2020



RUNNING FISH

Kader Zuid-Limburgse markt

- Aanbod en vraag in Zuid-Limburg matchen onvoldoende
 - Veel gedateerd aanbod
 - Dalende vraag naar standaard toeristische campingplaatsen
- Vraag vanuit consument naar kwaliteit en vernieuwend aanbod

Situatie La Dolce Vita

- 15 plekken, van oorsprong kamperen bij de boer: kleinschalig en landelijk gelegen
- Focus op veel persoonlijke aandacht voor gasten en service
- Vraag overtreft nu al meerdere jaren het aanbod
- Wens bij ondernemer om door te ontwikkelen tot mini-recreatiepark voor bijzonder overnachten met eigen trulliconcept 'klein Italië in Land van Kalk'
- Bestemmingswijziging nodig voor toekomstperspectief

Eisen vanuit Gemeente vervolgtraject

- Bouwkundige uitwerking trulli
 - Behoud kleinschalig karakter!
- Uitwerking inpassing in omgeving
 - Ontsluiting Ransdalerveld voor wandelaars
- Concretisering marktbehoefte
- Bedrijfsplan 2021-2025 e.v.

De markt: feiten en cijfers

Limburg nr 7 positie

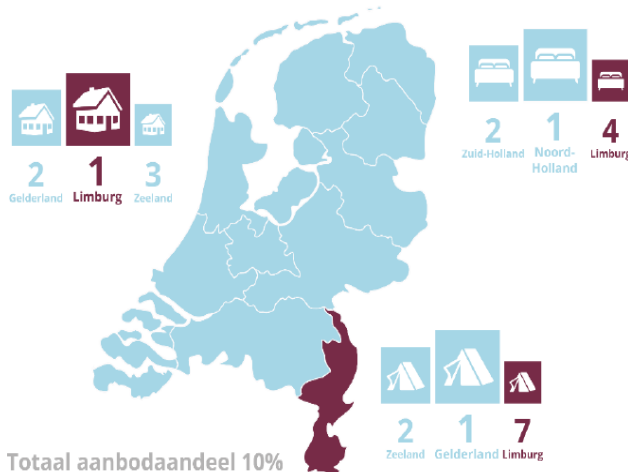
Kampeersector

De provincie Gelderland biedt de meeste slaapplekken op toeristische kampeerplekken aan. De provincie Limburg heeft 9% van het totaal aantal slaapplekken, en is daarmee de zevende provincie van Nederland. Dit aandeel is redelijk constant sinds 2008.

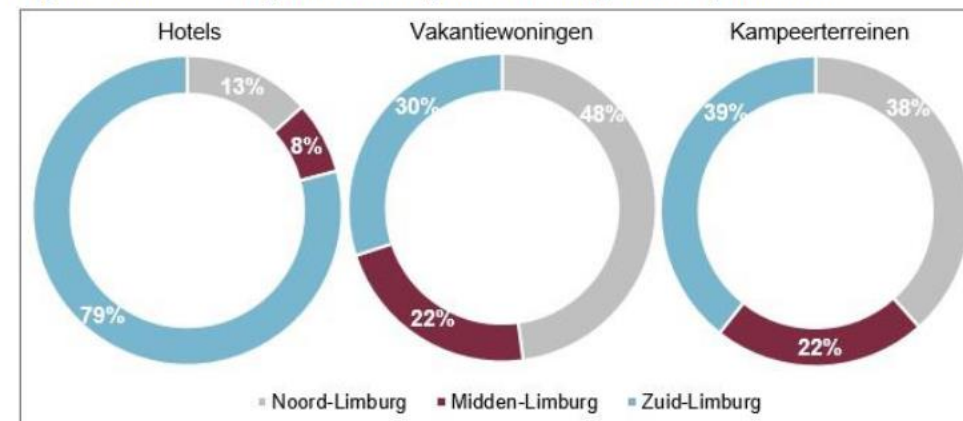
Tabel 2.2. Aandeelaanbod Limburg en ontwikkeling Nederland

Logiesvorm	Aandeel Limburg in Nederland	Ontwikkeling aanbod Nederland
Hotels	8%	+3%
Vakantiewoningen	14%	-2%
Kampeerterreinen	9%	-1%

Figuur 2.4. Positie aanbodaandeel Limburg in Nederland



Figuur 2.5. Regioverhouding overnachtingen verblijfstoerisme



39% van Limburgse kampeerterreinen in Zuid-Limburg gevestigd

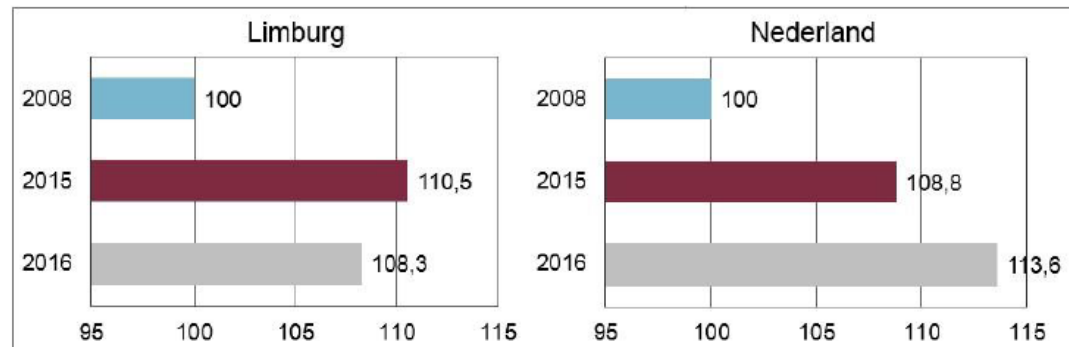
³ Bron: CBS Logiesaccommodaties

Landelijke groei, provinciale krimp

Limburg deelt niet in landelijke ontwikkeling toeristisch kamperen

Landelijk groeide afgelopen jaar het aantal overnachtingen op toeristische kampeerplekken met ruim 4%. Binnenlandse (4%) en buitenlandse (6%) gasten droegen hier beiden aan bij. In Limburg nam de vraag af (circa 2%), net als in voorgaande jaren. Hierin speelde vooral het gedaalde aantal binnenlandse overnachtingen een belangrijke rol, de vraag onder niet-Nederlanders nam namelijk met bijna 20% toe.

Figuur 2.8. Ontwikkeling overnachtingen toeristisch kamperen (2008=100)



Figuur 2.8. laat geen ontwikkeling van de binnenlandse overnachtingen op vaste standplaatsen zien⁵. In Limburg steeg het aantal overnachtingen op vaste standplaatsen afgelopen jaar (t.o.v. 2015) met 7%, maar het absolute aantal bleef nog achter ten opzichte van het niveau van 2008. Landelijk zette de dalende trend zich door (-1%).

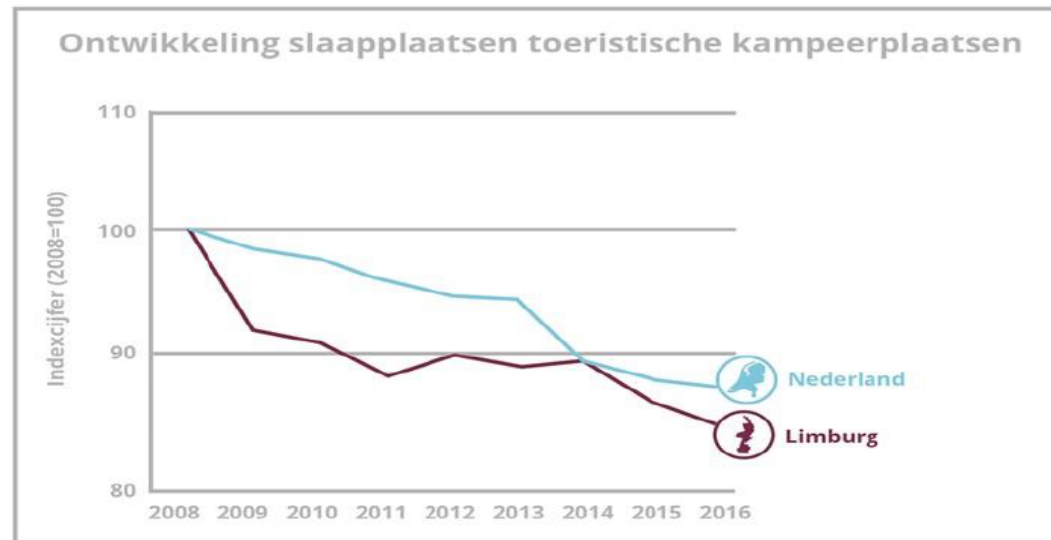
→ Kans voor la Dolce Vita:
Duitse (NRW) en Belgische (VI) markt!

Aanbod Limburgse kampeerplaatsen daalt

Kampeerterreinen

Het aantal slaapplekken op toeristische kampeerplekken (dus geen seizoens- of jaarplaatsen) daalde in 2016 met 2%. In Limburg en Nederland is sinds 2008 sprake van een vergelijkbare (dalende) trend.

Figuur 2.3. Ontwikkeling aanbod toeristisch kamperen



Bron: CBS Logiesaccommodaties, bewerking ZKA

Bron: Toeristische Trend Rapportage Limburg 2016-2017

Campings

Het aantal slaapplekken op campings daalde in de drie regio's ongeveer even sterk.

Tabel 2.1. Aantal slaapplekken in Limburg in 2016

Logies-vorm	Regio	Aantal kamers	Aantal slaapplekken	Ontwikkeling t.o.v. 2015
Hotels	Noord	1.545	3.317	+5%
	Midden	941	2.055	+4%
	Zuid	7.217	15.556	-1%
	Limburg	9.703	20.928	+1%
Vakantie-Woningen	Noord		21.416	-7%
	Midden		10.487	+7%
	Zuid		10.451	-1%
	Limburg		42.354	-2%
Campings	Noord		24.040	-3%
	Midden		15.188	-1%
	Zuid		26.702	-2%
	Limburg		65.930	-2%

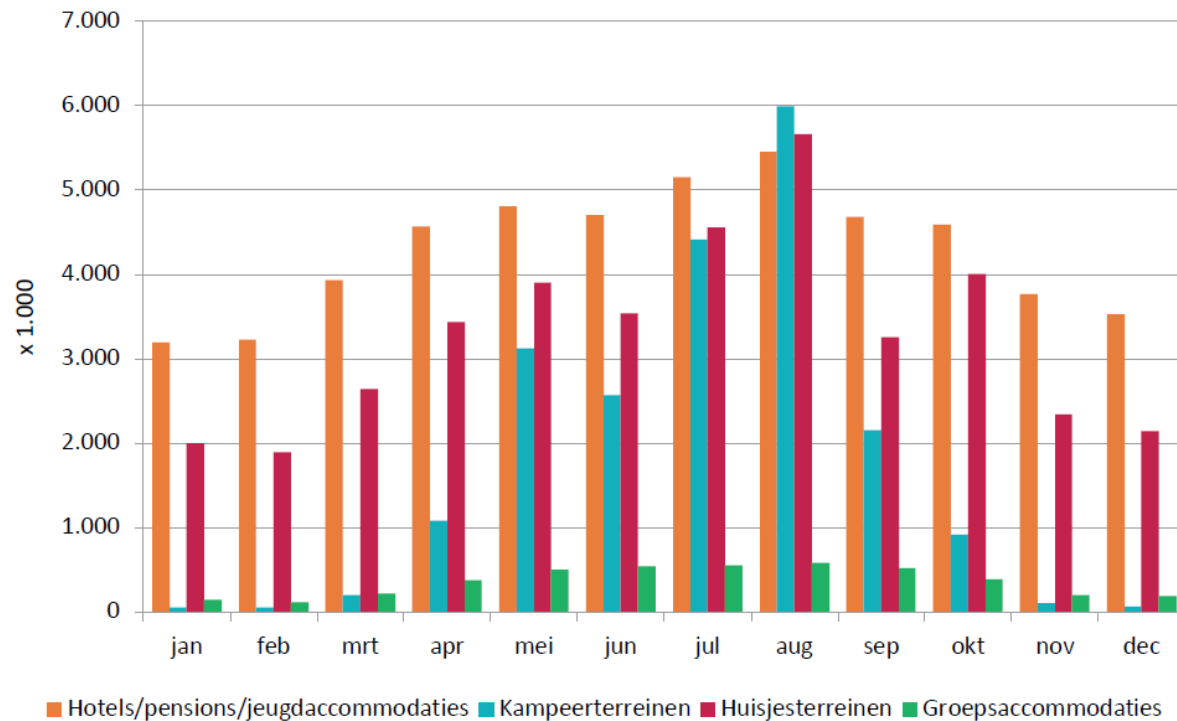
Bron: Statistiek Logiesaccommodaties (CBS)

Huisjes populair

Onder Nederlandse toeristen zijn huisjesterreinen het populairst.

Overnachtingen in logiesaccommodaties naar maand en type accommodatie, 2018

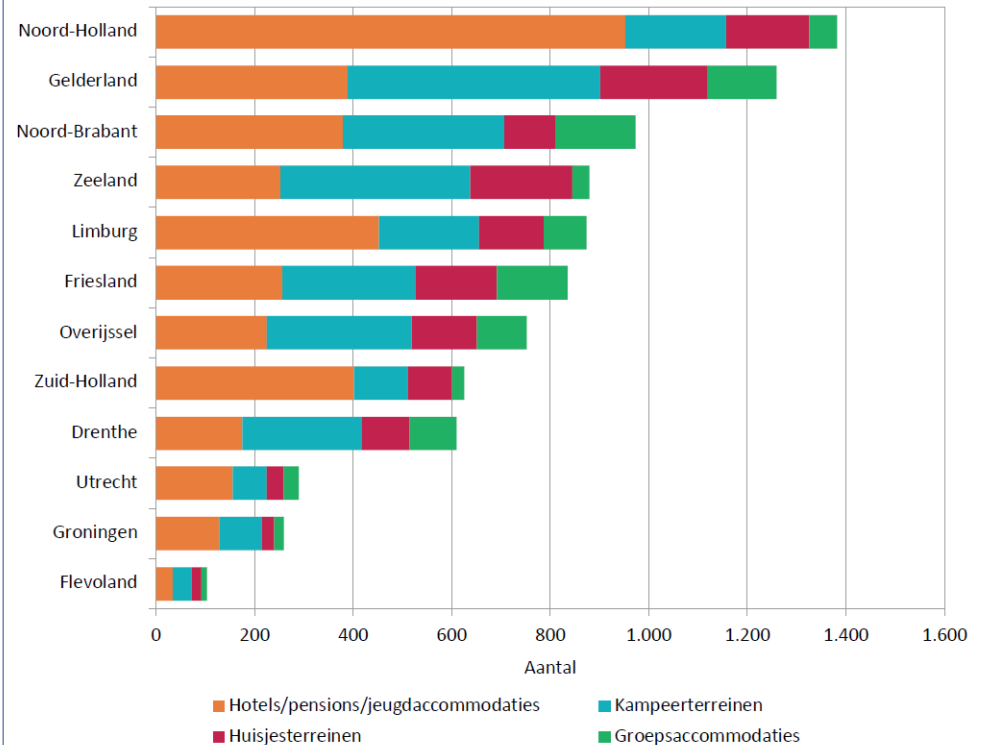
Figuur 7.14



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

Aanbod logiesaccommodaties per provincie naar type accommodatie, 2019

Figuur 7.3

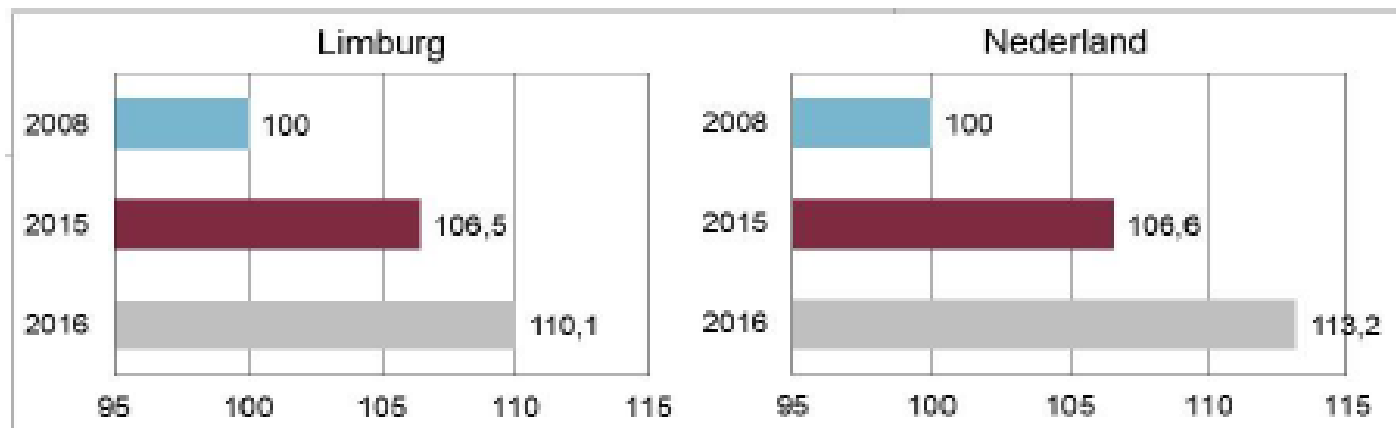


Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

Bron: CBS Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2019

Groei in overnachtingen huisjes gaat door

Figuur 2.7. **Ontwikkeling overnachtingen vakantiewoningen (2008=100)**



Kans voor nieuwe concept La Dolce Vita:
Hybride vorm tussen kamperen en verblijf in huisje
spreekt ander deel van de markt aan.

Bezettingsgraad stijgt

Tabel 2.4. Positie Limburg in landelijk aantal overnachtingen 2016

Logiesvorm	Aandeel Limburg in Nederland	Positie Limburg in Nederland
Hotels	8%	3
Vakantiewoningen	15%	1
Kampeerterreinen	7%	8

Bezettingsgraden verbeterd

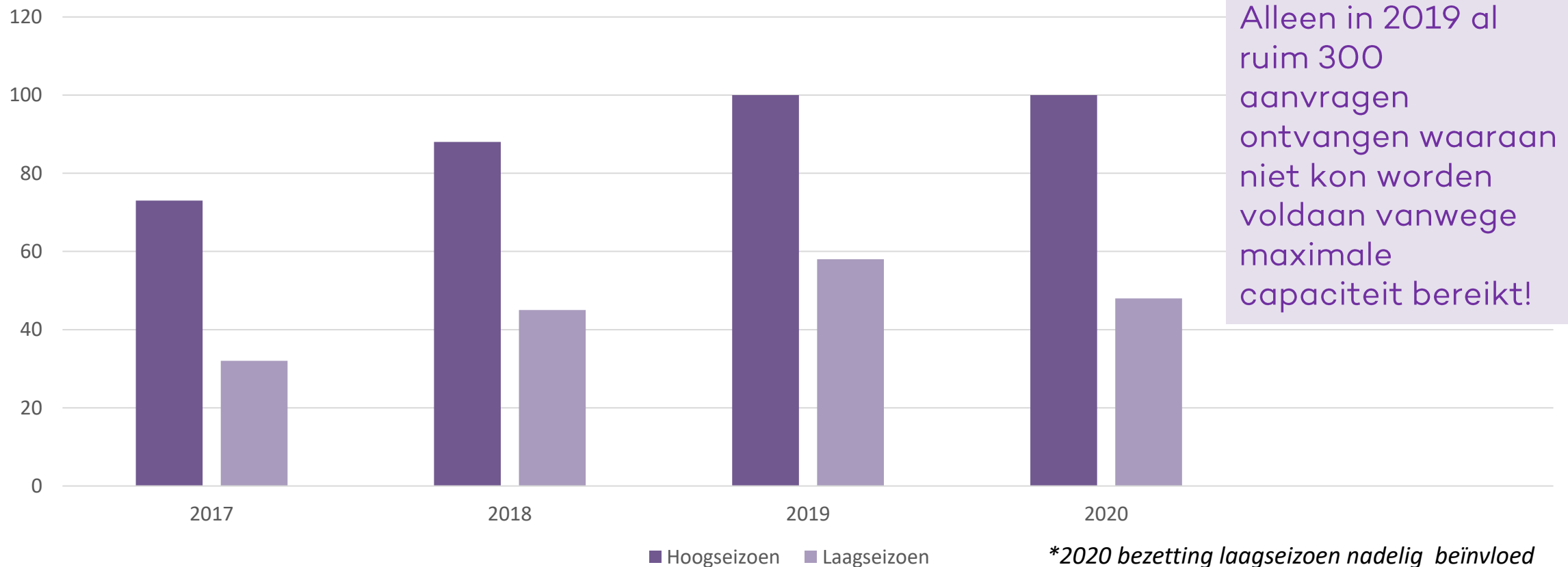
Op basis van gegevens over het aantal slaapplekken en overnachtingen kan een bezettingsgraad per logiesvorm worden berekend. In 2016 zijn alle bezettingsgraden verbeterd ten opzichte van 2015. De bezetting van de hotelsector nam bijvoorbeeld toe naar circa 66%. De bezettingsgraad van vakantiewoningen en toeristische kampeerplekken verbeterde naar respectievelijk 61% en 16%.

Tabel 2.5. Bezettingsgraad per logiesvorm

Logiesvorm	Bezettingsgraad
Hotels	66%
Vakantiewoningen	61%
Kampeerterreinen	16%
<i>Opm.:</i> de hier gemelde bezettingsgraden zijn respectievelijk de kamerbezetting, huisjesbezetting, en kampeerplaatsbezetting.	

Bezettingsgraad La Dolce Vita

Gemiddelde bezetting per jaar (obv standplaatsen)



Alleen in 2019 al
ruim 300
aanvragen
ontvangen waaraan
niet kon worden
voldaan vanwege
maximale
capaciteit bereikt!

**2020 bezetting laagseizoen nadelig beïnvloed door coronamaatregelen*

Sinds juli 2020 pilot:

Inzet 2 luxe safaritenten, vraagprijs ca € 90 per nacht

Bezetting sinds start:

- Juli: 80%
 - Augustus: 93%
 - September: 47%
-
- Goede indicatie voor vraag naar meer luxueus kamperen!

De kampeerder van nu, karakteristieken

Typen kampeers



Traditionele kampeers: **Piet & Ria**

- Zijn 60+;
- Kamperen is voor hen een way-of-life;
- Hebben eigen kampeermiddel;
- Gaan vaak in laagseizoen op vakantie;
- Houden veelal van kleinschalige campings;
- Stippelen graag zelf hun vakantie uit;
- Wandelen en fietsen en bekijken een stadje.



Gezinskampeers: **Esther & Edwin met kinderen Meike en Ruben**

- Zijn 35+ met kinderen onder de 10 jaar;
- Kunnen zich vinden in de uitspraak 'als de kinderen het naar hun zin hebben, hebben wij dat ook';
- Hebben soms een eigen kampeermiddel, maar huren ook graag een accommodatie op de camping;
- Gaan in hoogseizoen op vakantie, in de schoolvakanties;
- Houden van luxere comfortabele campings.



Ondernemende kampeers: **Robert & Linda**

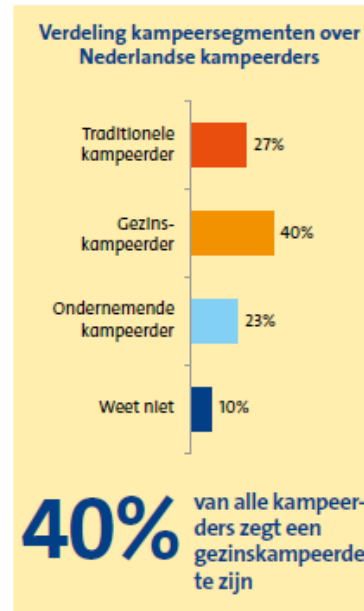
- Zijn 30+ zonder kinderen;
- Gelegenheidskampeers: kamperen wanneer het hen uitkomt, kiezen ook voor andere vormen van vakantie vieren;
- Kamperen is leuk, maar het gaat vooral om wat er in de buurt te doen is;
- Gaan in hoogseizoen op vakantie vanwege de gezelligheid die een camping dan biedt;
- Houden van 4 sterrencampings en charme-campings.



La Dolce Vita
focust met nieuwe
concept primair op
gezinskampeers
en ondernemende
kampeers

Typen kampeerders

Type kampeerder	Aantal kampeerders	Gemiddeld aantal kampeervakanties	Aantal kampeervakanties ³²
Traditionele kampeerders 1	725.000	2,22	1.611.000
Gezinskampeerders 2	1.379.000	1,36	1.869.000
Ondernemende kampeerders 3	706.000	1,36	961.000
Overige kampeerders 4	616.000	1,31	804.000
Totaal kampeerders	3.426.000	1,53	5.245.000



Boekingscriteria

2 Gezinskampeerder

1. Kwaliteit van de basisvoorzieningen
2. Activiteiten/voorzieningen op camping
3. Sfeer van de camping
4. Activiteiten/bezienswaardigheden in de omgeving
5. Weer (onzekerheid)

In tegenstelling tot de traditionele en ondernemende kampeerder staan de activiteiten/voorzieningen op de camping in de top 5. De gezinskampeerder brengt veel tijd door op een camping. De voorzieningen, zoals een zwembad, wordt door het gehele gezin gebruikt en is daarom bij de keuze van de camping een belangrijk gegeven.



3 Ondernemende kampeerder

1. Kwaliteit van de basisvoorzieningen
2. Activiteiten/bezienswaardigheden in de omgeving
3. Sfeer van de camping
4. Weer (onzekerheid)
5. Grootte van de staanplaatsen

Ondernemende kampeers zijn, zoals de naam van de type kampeerder al doet vermoeden, op vakantie actief en ondernemend. Vandaar dat activiteiten en bezienswaardigheden in de omgeving zwaar wegen bij de keuze voor een camping.



La Dolce Vita speelt in op de behoefte van gezinskampeers en de ondernemende kampeerder door een **gevarieerd aanbod aan activiteiten** te presenteren, zoals de Natuursafari voor kinderen, maar ook maatwerk-arrangementen. De kalktrulli en de styling van de camping creëren een **unieke sfeer en beleving**.

Consumententrends

3 belangrijke trends

- Meer luxe: van camping naar glamping
- Kamperen in de natuur: beperkt aantal standplaatsen, meer ruimte en rust
- Buitenlandse gast komt naar Limburg: aandeel blijft beperkt, maar aantal gasten in absolute zin stijgt

Bron: Toeristische Trend Rapportage Limburg 2016-2017

Kampeertrends 2018

1. Verdergaande specialisatie
2. Kamperen wordt ecologische vakantie
3. Kampeervideo's als inspiratiebron
4. Kamperen is genieten én beleven
5. Kamperen is delen
6. Compleet offline of juist online
7. Invloed online beoordelingen neemt toe
8. Kamperen is familievakantie
9. Flexkampeerders

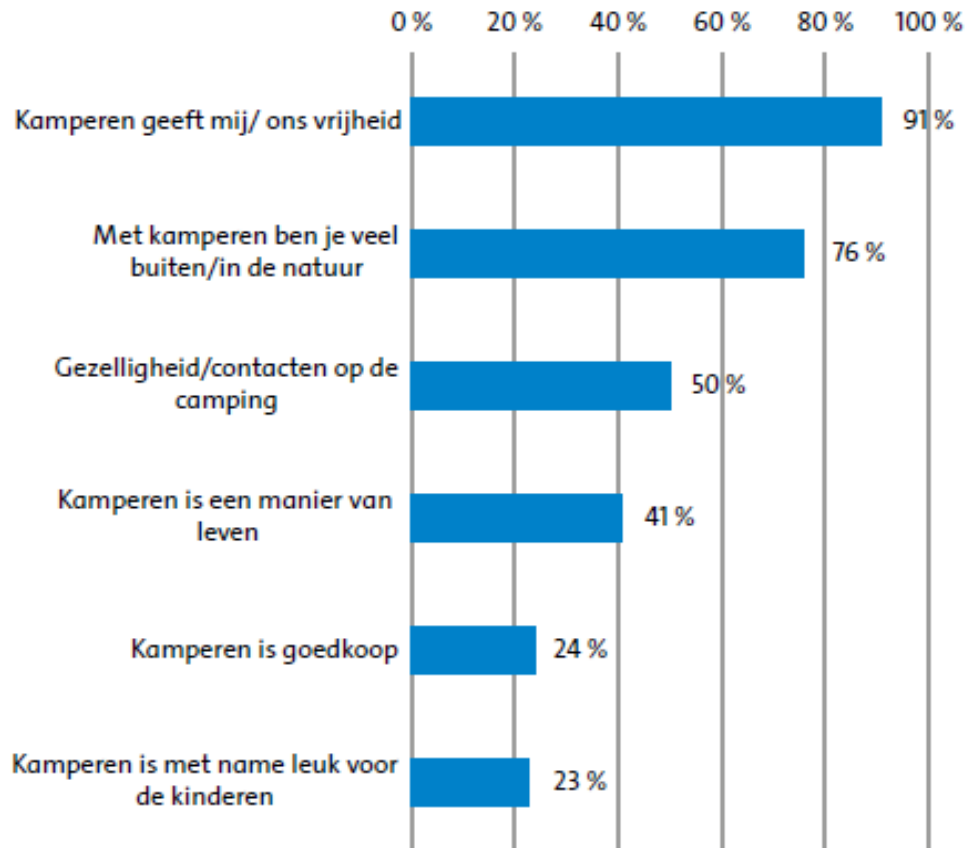
Op glampinggebied variëren de accommodaties van luxe safaritent tot boomhutten met jacuzzi's. De Glampingtrend is nog altijd in ontwikkeling.

Bron: ANWB Trendrapport 'Nederland kampeert', april 2018

Ontwikkelingen in Zuid-Limburg

- Grotendeels traditionele campings met vrij veel standplaatsen, aangevuld met minicampings en kamperen bij de boer
- Steeds meer transformatie naar recreatiepark (combinatie met luxe stacaravans en vakantiehuisjes)
- Aanbod natuurcampings eveneens zeer beperkt (voorbeeld Hoeve Krekelberg)
- Glamping komt mondjesmaat op, veelal met standaard oplossingen (blokhutten, safaritenten), **geen eigen uniek concept**
- Bijzondere vormen van kamperen/glamping zijn vrij zeldzaam:
 - Camping de Cauberg (overnachten in een wijnavat)
 - Camping Gulperberg (Air lodges)
 - Camping de Watertoren (Safaritenten en lodges)

Het kampeergevoel blijft belangrijk: vrijheid en buiten zijn



La Dolce Vita blijft inspelen op de behoefte aan het vrije buitenleven-gevoel, maar met meer comfort en faciliteiten/activiteiten en meer beleving.

Bron: ANWB Trendrapport 'Nederland kampeert', april 2018

Andere unieke concepten in Nederland

Hayemaheerd (Oldehove, Groningen)

- 2-persoons/4- persoons Stro-iglo
- Ca € 735 per week voor 4 p
- Geen eigen sanitair, wel eigen koelkastje
- Sinds 2018 succesvol operationeel



De Vreemde Vogel Buitenhotel (Vlaardingen)

- 10 'buitenkamers' met privé sanitair
- Prijzen variëren van € 410 tot 770 voor 5 nachten
- Sinds 2016 succesvol operationeel



D'olde Kamp (Ansen, Drenthe)

- Plaggenhutten en andere regionale huisjes met minicamping
- Prijzen van 350 tot 465 per week (2-5 p)
- Meerdere jaren succesvol



Bedrijfsontwikkelingsplan

Fasering

2021:

- Doorlopen procedure bestemmingswijziging en vergunning bouw trulli
- Verbouwen interieur koestal
 - kleine horeca inpandig + streekproductenwinkeltje
 - Recreatieruimte
 - Groepsaccommodatie met bedstee (ca 8 plekken)
- 2 extra safaritenten (1 x 6 p, 2 x 4 p)

2023:

- Realisatie 4 kalktrulli (2 x 2 p., 2 x 4 p.)
- Doorontwikkeling en finetuning bestaande faciliteiten/plekken

Q4 '20:

- Uitwerking design kalktrulli en tekeningen totale terrein
- Meerjarenbegroting
- Aanleg moestuin en pluktuin

2022:

- 6 kalktrulli realiseren (3 x 2 p, 3 x 4 p)
- 2 extra safaritenten (1 x 6 p, 2 x 4 p)
- Introductie nieuwe concept mbv nieuwe website en fotografie

