

De Bonte Haan

Van groepsaccommodatie naar buitenhof

1. Inleiding

De familie Mourmans exploiteert sinds 2008 Herberg de Bonte Haan. Inkomsten worden vooral gegenereerd uit de groepsaccommodatie, de vakantiewoning en (dag)horeca. De doelgroepen van de groepsaccommodatie passen in steeds mindere mate bij de ondernemers: men wil zich richten op het meer luxere segment en streeft een hoge mate van duurzaamheid in de bedrijfsvoering na. Dit strookt niet bij de huidige gebruikers van de groepsaccommodatie: groepen, jongeren, vriendengroepen, voetbalclubs en andere huurders die vooral voor een zo laag mogelijke prijs op de locatie willen overnachten. Er is geen directe relatie met de natuurlijke omgeving van de herberg: veel groepen komen om te 'feesten' in Valkenburg en gebruiken de Bonte Haan alleen als slaapplek.

Mede door de Covid-19 pandemie heeft de Bonte Haan als groepsaccommodatie stil gelegen. Ondernemers hebben deze periode gebruikt om hun bedrijfsvoering te heroriënteren. Hierbij gaat de gedachte vooral naar het transformeren van de groepsaccommodatie naar een andere gebruiksfunctie.

Tijdens twee bedrijfsbezoeken heeft de familie Mourmans haar gedachten toegelicht aan de vitaliteitsmanager verblijfsrecreatie Zuid-Limburg.

De groepsaccommodatie bestaat uit twee slaapgedeelten die beide voorzien zijn van een eenvoudig sanitair. In slaapplekken wordt voorzien door in totaal 42 (stapel)bedden. De accommodatie is eenvoudig van opzet. Dit past prima bij de low-budgetdoelgroepen die momenteel vaak van de accommodatie gebruik maken.

De vakantiewoning telt 10 slaapplekken. De woning is karakteristiek en wordt goed bezet. Boeking vinden plaats via intermediairs zoals natuurhuisje.nl.

De daghoreca / het terras richt zich vooral op passerende wandelaars en fietsers.

De feestzaal wordt vooral gebruikt als gemeenschappelijke ruimte voor groepen en voor feesten en partijen.

Er is weinig tot geen samenhang tussen de verschillende bedrijfsonderdelen. De groepsaccommodatie is qua ligging 'ingeklemd' tussen de vakantiewoning en de horeca. Het gebouw laat in pandige verbouwingen niet of nauwelijks toe.

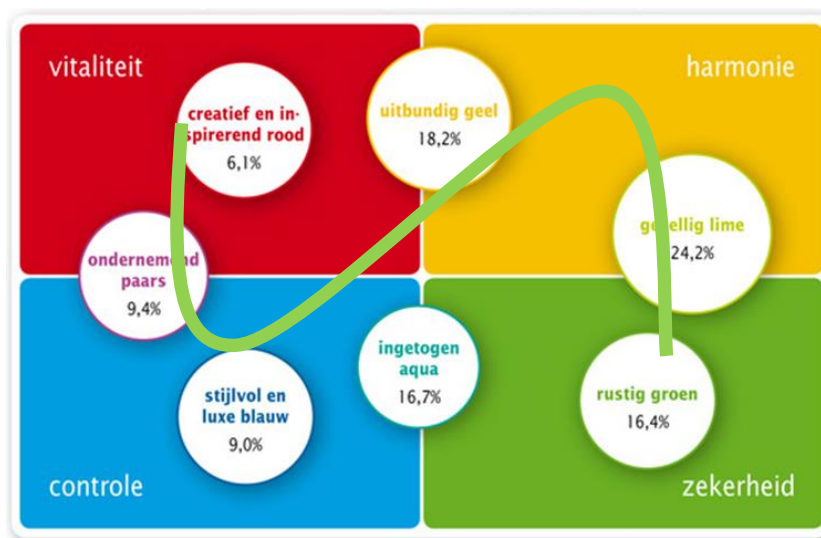
De familie Mourmans stelt zich de vraag hoe ze met het bedrijf verder moeten gaan. Hierover hebben ze van gedachten gewisseld met de vitaliteitsmanager en de ruimtelijk adviseur van Bureau Aelmans. In dit gesprek hebben ze aangegeven ook graag iets te willen doen met het buitenterrein, door er bijvoorbeeld aanvullende verblijfseenheden te plaatsen.

2. Nieuwe doelgroepen

De vraag hoe een bedrijf zich in de toekomst verder moet ontwikkelen wordt allereerst bepaald door de gewenste doelgroep(en): wie passen er bij jou als ondernemer?

Welke gasten of klanten wil je binnen halen en waar wil je afscheid van nemen?

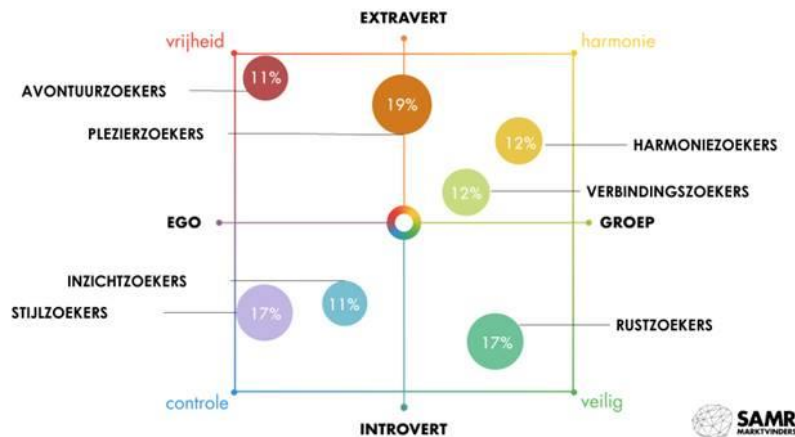
Onderstaand model geeft inzicht in de verschillende typen doelgroepen voor vakantieparken. De huidige doelgroep de Bonte Haan is waarschijnlijk samen te vatten als een mix van rustig groen en gezellig lime.



(Overzicht leefstijlen in relatie tot product levens cyclus)

De curve in het model geeft aan dat bedrijven niet statisch zijn in hun doelgroepen. Afhankelijk van de productlevenscyclus van een recreatiebedrijf kunnen doelgroepen veranderen. Veel recreatiebedrijven richten zich bij de start op een bepaalde doelgroep, maar schuiven, bijvoorbeeld als gevolg van een gebrek aan investering, langzaam op naar de rechter- en onderkant van het model.

Echter veel bedrijven op het einde van de product levens cyclus richten zich op de leefstijl 'rustig groen', 'ingetogen aqua' en 'gezellig lime'. Inmiddels heeft de sector gekozen voor een iets andere indeling in doelgroepen. Deze is hieronder weergegeven. Zie voor een volledige beschrijving van alle doelgroepen <https://leefstijlvinder.nl/>.



(vernieuwd leefstijlenmodel)

Op basis van de gesprekken komen wij tot het volgende advies.

Neem volledig afscheid van de doelgroep 'grote groepen'. Kies voor nieuw doelgroepen die meer te besteden hebben en die komen voor de rust en de natuur. Denk hierbij aan kleine groepen, sportieve gasten, vitale senioren en meergeneratiefamilies.

Zet in op kleine groepen die het prima vinden om in de buurt van Valkenburg te vertoeven, maar liever niet te dichtbij of zelfs in Valkenburg zijn. Prima om er te eten en er door heen te wandelen, maar niet om er te slapen. Liever natuur dan vertier!

3. Naar een nieuwe bedrijfsformule

Pas op de bovenstaande doelgroepen de bedrijfsformule aan. Naar onze mening kan dit het beste worden gedaan door volledig afscheid te nemen van de groepsaccommodatie en veel meer de natuurlijk omgeving als USP in te zetten. De groepsaccommodatie aanpassen / verbouwen heeft geen zin. Daar leent het pand zich niet voor (onder andere omdat de groepsaccommodatie ligt ingeklemd tussen de recreatiewoning en de horeca).

Qua concept denken we aan meerdere, kleinschalige, maar luxe accommodaties die geschikt is zijn voor gezinnen, kleine gezelschappen en wat grotere groepen (10 – 14 personen) die gezamenlijk een paar dagen op pad willen zijn, en hiervoor een luxe maar betaalbare, rustige locatie zoeken waar ze als groep hun 'eigen ding' kunnen doen.

Ze willen de accommodatie deels of volledig afhuren en vinden het niet erg als er links of rechts wat bedden leeg liggen. Ze betalen een stevige overnachtingsprijs maar deze betalen ze graag vanwege het comfort, de uitstraling en de luxe. Ze nemen zelf ontbijt mee maar maken graag gebruik van de cateringmogelijkheden die worden aangeboden.

Op het buitenterrein kunnen ze bij goed weer een barbecue gebruiken en de grote, mooi omzoomde tuin naar eigen inzichten gebruiken.

Het concept slaat naar alle waarschijnlijkheid vooral in de weekenden bij diverse doelgroepen aan, denk hierbij aan meergeneratiefamilies, meerdere gezinnen die samen op pad gaan, vriendenstellen

en sportgezelschappen zoals mountainbikers of wielrenners die een eenvoudige accommodatie ontgroeid zijn.

Om bovenstaande formule te realiseren is ons advies de beide slaapzalen te veranderen in twee ruime en comfortabele familiekamers voor 4 en 6 personen en het bestaande (basic) sanitair te vervangen door twee luxe badkamers. Van de 42 bedden verdwijnen er op deze manier 32.

Deze 32 bedden hoeven niet 'in z'n geheel' weer terug te komen. Dit zou het concept niet ten goede komen.

De vakantiewoning kan wat ons betreft prima blijven staan, evenals de daghoreca. De 'feestzaal, dient veel meer als gezamenlijke ruimte gepositioneerd te worden. Niet als feestzaal positioneren.

Om toch voldoende omzet te generen om een rendabele bedrijfsvoering uit te kunnen oefenen, adviseren we bestaande vakantiewoning en de twee ruime familiekamers, aan te vullen met een viertal ecolodges op het buitenterrein. Ons advies is in te zetten op 2 4-persoonslodges en 2 6-persoonslodges.

Op deze manier ontstaat er een flexibel in te zetten accommodatie voor maximaal 40 personen. Dit zou nog aangevuld kunnen worden door het huidige woonhuis van de familie Mourmans als groepswoning aan te bieden voor 8 personen. Voorwaarde hierbij is wel dat de familie Mourmans elders op het terrein kan gaan wonen (nieuwbouw).

Op deze manier ontstaat er het volgende aanbod

Huidige situatie	Accommodatievorm	Aantal bedden
	Vakantiewoning	10
	Groepsaccommodatie	42
		52
Nieuwe situatie	1 Vakantiewoning	10
	2 familiekamers	10
	1 Groepswoning	8
	4 Ecolodges	20
		48

4. Nadere uitwerking van de plannen

In de nadere uitwerking van de plannen moet een duidelijke doelgroep gekozen worden. Wij zien die meer aan de linkerkant van het model.

Zet hiervoor in op meer luxe en comfort in de gemeenschappelijke ruimte en hou de accommodaties eenvoudig van opzet en inrichting (niet te veel opsmuk, wel op elke kamer een eigen televisie, een sanitaire ruimte met een wasbak, toilet en douche en, indien de ruimte dit toelaat, een klein zitje).

Realiseer bij elke accommodatie iets van een buitenruimte / klein terras. Probeer de zakelijke markt in de regio aan te boren en verhuur de gemeenschappelijke ruimte ook als vergaderruimte met catering, met een buitenactiviteit en slaapmogelijkheden.

Werk de komende tijd aan het verder verfijnen van de plannen. Hou hierbij de gewenste doelgroep in de gaten, zorg voor een goede ruimtelijke onderbouwing en landschappelijke inpassing. Creëer op locatie een 'wauw' gevoel door gasten een unieke ervaring te bieden. Stap af van het gemiddelde, ga voor het hoogst haalbare! De locatie leent er zich voor. Ga voor kwaliteit in plaats van kwantiteit.