



Trenddocument

Marveld Recreatie

Pleasureworld
De Enk 5A | 6661 KK | Elst
T. 0481-353470
E. info@pleasureworld.nl
Datum: augustus 2016

Voorwoord

De bungalowvakantie is een concept in ontwikkeling dat bestaande doelgroepen weet te binden en nog telkens nieuwe doelgroepen weet aan te trekken. De belangrijkste groep gasten komt uit Nederland zelf, maar ook Duitsers, Belgen en Luxemburgers zijn veel geziene gasten. Het van oorsprong Nederlandse vakantieconcept kende zijn eerste vorm in Sporthuis Centrum, wat later CenterParcs zou worden. Het succes bestond in hoofdzaak uit een combinatie van een luxe huisje met recreatieve voorzieningen in een natuurlijke omgeving en kende in de loop der jaren diverse volgers, waaronder Landal, Roompot en Molecaten.

Veranderende eisen van de consument

Toch zijn de wensen en eisen van de bungalowvakantie boeker langzaam aan het veranderen. Zo verwacht de consument meer luxe en comfort wanneer hij een vakantie plant. Is het niet echt bijzonder, dan boekt hij zomaar voor hetzelfde geld een ticket naar het buitenland. De consument wil alleen een meerprijs betalen voor een uniek product dat een bijzondere herinnering creëert.

Bovendien zien we dat er naast veranderend reisgedrag ook sprake is van andere gezelschappen en nieuwe doelgroepen. Wat te denken van de groeiende groep vitale senioren of de ontwikkeling van traditionele gezinnen naar extended families? Daarnaast zien we een groei in het aantal buitenlandse gasten dat op Nederlandse bungalowparken verblijft (voornamelijk Duitsers, Belgen en Britten). Ze vragen allen een andere benadering.

Gezonde exploitatie op termijn

Onlangs ontvingen wij het verzoek van Marveld Recreatie om als recreatie-expert mee te denken in de wijze waarop men zou kunnen inspelen op alle ontwikkelingen in de bungalowmarkt met als gevolg een gezonde exploitatie voor de midden- en langere termijn. In dit trenddocument beschrijven we de belangrijkste ontwikkelingen in de markt en geven we tevens onze visie op een mogelijk toekomstperspectief waarbij rekening wordt gehouden met de wensen van de verander(en)de consument.

Hans van Leeuwen, *trendwatcher & adviseur in leisure*
Susanne Giesbers, *recreatieadviseur & marketingexpert*

Inhoud

1. Trends en ontwikkelingen in de bungalowmarkt	4
2. Concurrentieanalyse voor grote woningen	6
3. Benchmark met andere parken	7
4. Cijfers van diverse type bungalows	10
5. Conclusie	11
Over Pleasureworld	12
Literatuurlijst	13
Bijlage I – Bijzondere opbrengsten.....	14

1. Trends en ontwikkelingen in de bungalowmarkt

De vrijetijdsmarkt is aan continue verandering onderhevig. In een markt van overaanbod waarin de consument keuze te over heeft als het gaat om zijn vakantiebesteding, is het zaak om goed te anticiperen op de behoeften van de consument. Alleen door in te spelen op zijn wensen nu en in de nabije toekomst is het mogelijk om als bedrijf het hoofd boven water te houden. Wij schetsen enkele belangrijke trends op een rij.

1.1 Multigeneratievakanties en samengestelde gezinnen

Sinds enkele jaren zien we de opkomst van multigeneratievakanties. Vakanties met de hele familie: kleinkinderen, ouders en grootouders en soms zelfs overgrootouders. Grootouders hebben tegenwoordig een goede gezondheid, zijn reislustig, hebben tijd en energie én betalen meestal de rekening (Aan de Stegge, 2014).

Het samenzijn op vakantie is vaak een compensatie voor het gebrek aan contact gedurende de rest van het jaar. Tegelijkertijd kan iedereen alleen of samen zijn 'eigen ding' doen. De laatste jaren zien we ook dat neefjes, nichtjes, ooms en tantes steeds vaker mee gaan op deze familievakantie. Een andere, vergelijkbare trend is dat meerdere gezinnen (ook geen familie) met elkaar op pad gaan.

Ook uit boekingscijfers van Bookit (o.a. eigenaar van Bungalows.nl) blijkt in een interview met NRITMedia (2016) dat gezellig 'samen' vakantie vieren nog steeds toeneemt. Onderzoeksbureau MarketingOost (2015) voegt daaraan toe dat het vaak om families gaat die naar een bestemming zoeken dicht bij huis en in een gebied waar voor iedereen wat te doen is. De rust, natuur, cultuur en mogelijkheden voor buitenspelen voor alle leeftijden zijn hierbij belangrijke factoren.

Daarnaast zien we dat er sprake is van een toename van het aantal gezinnen met kinderen dat uit elkaar gaat. In 2010 liep meer dan 1 op de 3 huwelijken uit op een scheiding (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2010). Tegelijkertijd zijn er allerlei mogelijkheden om weer een nieuwe partner te vinden, bijvoorbeeld middels dating sites. Dit heeft als gevolg dat er een explosieve groei is ontstaan in het aantal samengestelde gezinnen: gezinnen waarbij een of beide ouders een kind hebben uit een vorige relatie. Vaak zijn deze gezinnen daardoor groter en als men samen op vakantie gaat, is er een toenemende behoefte aan grotere vakantiehuizen. Op dit moment is zo'n 10 procent van alle gezinnen een samengesteld gezin. Het Nederlands Instituut voor de Jeugd verwacht dat het aantal in de toekomst nog verder zal toenemen (NJI, 2014).

Veranderend reisgedrag en gezelschappen in allerlei soorten en maten vragen een andere benadering. Door de toegenomen diversiteit van gebruikers verandert ook de vraag naar het type recreatiewoning. Grotere woningen met meerdere badkamers nemen aan populariteit toe. En ook de vraag naar appartementen en gelijkvloerse woningen neemt toe (NVM, 2016). De markt speelt in op de trend van multigeneratie vakanties door het aanbieden van groepsvakantiewoningen en hotelkamers met meerpersoonkamers die vaak bovengemiddeld bezet zijn. In combinatie met de vaak hogere prijs, is het een interessante markt voor bungalowparken (Pleisureworld, 2016).

1.2 Groter wordende groep ouderen met zorgbehoefte

Al in 2012 werd door Pleasureworld signaleerd dat er een groeiende groep ouderen is die behoefte heeft aan zorg en werd de eerste publicatie over zorg en toegankelijkheid gelanceerd. Het aantal ouderen (65+) is sterk toegenomen naar 3,4 miljoen in 2020, een stijging van 26% ten opzichte van 2012. Het aantal 80-plussers binnen deze groep is gestegen van 686.000 in 2012 tot circa 900.000 (In voor zorg, 2012).

Deze grote doelgroep ouderen blijft langer gezond en wil blijven participeren in de maatschappij; ook 'gewoon' op vakantie gaan hoort daarbij. Uit onderzoek van de NVM (2016) blijkt dat met name de 'empty nesters' een voorkeur hebben voor een bungalowvakantie- of verblijf. Het is daarbij belangrijk dat er gedacht wordt aan toegankelijkheid en 'zorg' mogelijkheden. Wel is het essentieel dat de extra voorzieningen niet duidelijk zichtbaar zijn. De doelgroep wil niet gestigmatiseerd worden en wil zo lang mogelijk 'gewoon' op vakantie kunnen gaan (Pleisureworld, 2012).

In Vlaanderen wordt momenteel door de overheid volop geïnvesteerd om vakantieverblijven toegankelijk te maken voor een breed publiek. Aanpassingen bestaan bijvoorbeeld uit liften, grote

slaapvertrekken op de begane grond en het toegankelijk maken van sanitair ruimtes voor rolstoelers (NRITMedia, 2016).

De overweging van de Vlaamse regering dient twee doelen; enerzijds ontstaat een ruimer verblijfaanbod in eigen land, wat een meerdaagse vakantie voor meer mensen betaalbaar en haalbaar maakt; anderzijds krijgen toeristische ondernemers de kans om op termijn een bredere markt te bedienen, wat de toeristische sector meer toekomst geeft. Ook in de Nederlandse markt zien we dat ondernemers zich bewust worden van het belang van toegankelijkheid en langzaam stappen ondernemen ter aanpassing.

1.3 Behoeftte aan meer luxe, privacy en comfort

Consumenten zijn allemaal op zoek naar de ultieme belevenis. Het duurt niet lang meer of we boeken een retourtje naar de maan. De markt van de vakantiegangers wordt mondialer en men is op zoek naar meer afwisseling en aansluiting op specifieke interesses, hobby's of een passie. Zo zien we bij Hof van Saksen de mogelijkheid voor het boeken van een culinaire bungalow, inclusief kok en villa's met een inpandig zwembad bij Parc Ganuenta in Zeeland.

De consument wil alleen een meerprijs betalen voor een uniek product dat een bijzondere herinnering creëert. Ontsnappen aan de drukte is een van de meest gehoorde uitlatingen wanneer men voor een locatie kiest van een bungalowvakantie. De uniciteit kan zitten in de ligging, het concept of bijzondere voorzieningen. Denk bijvoorbeeld aan een grote woonkamer, buitenkeuken, luxe buitenterras, inpandige sauna, wellness voorzieningen en slaapkamers met eigen badkamers. In het verlengde hiervan zien we een toenemende integratie van verblijfsrecreatie met dagrecreatie en vice versa. Vakantieparken bieden wellness, dagattracties of grootschalige horeca.

2. Concurrentieanalyse voor grote woningen

Vanwege het belang aan grote(re) vakantiewoningen, hebben we gekeken naar de aanwezigheid van grote accommodatievormen in de omgeving van Groenlo. In onze concurrentieanalyse hebben we gekeken naar de grootste accommodatievorm per aanbieder op maximaal 15 km afstand van Groenlo. Opvallend is dat we maar weinig vakantiehuizen of -woningen aantreffen die geschikt voor meer dan acht personen. Enkel particuliere verhuurders vormen hierop een uitzondering. Veelal zijn dit oude boerderijen met maar een beperkt voorzieningenniveau op de accommodatie zelf.

De diverse hotels voorzien veelal in 2-persoonskamers, en een enkele keer in een 3-persoonskamer. Uitzondering is Hotel Havezate, gelegen op Marveld Recreatie. Daarnaast biedt alleen vakantiepark De Twee Bruggen een groepsaccommodatie voor gelijk 42-persoon en is er sinds kort een 20-pers. Villa te huur (overigens ligt deze niet op het vakantiepark). Ook campings gaan vaak niet verder dan 4- of 6-persoonschalets.

Op basis van deze analyse lijkt er voor Marveld Recreatie nog een grote markt voor het aanbieden van grote woningen in en rondom Groenlo. Door middel van het bestaande aanbod aan activiteiten kan men gelijk kan voorzien in de behoefte aan een divers voorzieningenniveau met vermaak voor diverse groepleden.

Tabel 1: concurrentieanalyse in regio Groenlo (max. 15 km)

Naam	Type	Plaats	Grootste kamer
Drenthelschoppe	Particulier	Aalten	28-pers. huis
De Spannevogel	Particulier	Eibergen	18-pers. huis
Het Reirinck	Particulier	Oost-Gelre	16-90 pers. huis
Herberg Erve Kots	Particulier	Lievelde	2-pers. kamer
Logement			
Recreatie Kraanswijk	Particulier	-	7-22-pers. huis
Fletcher Hotel Frerikshof	Hotel	Winterswijk	2-pers. kamer
Havezate Marveld	Hotel	-	4-pers. kamer
Hotel de Lindeboom	Hotel	Winterswijk	3-pers. kamer
Hampshire Hotel – Avenarius	Hotel	Ruurlo	8-pers. appartement
Hotel Restaurant 't Zwaantje	Hotel	Lichtenvoorde	2-pers. kamer
Hotel en B&B Erve Bruggert	Hotel	Haaksbergen	4-pers. kamer
In de Groene Jager	Hotel	Barchem	2-pers. kamer
Stad Munster	Hotel	Winterswijk	2-pers. kamer
Résidence Lichtenvoorde - TopParken	Vakantiepark	Lichtenvoorde	5-pers. bungalow
Vakantiepark de Twee Bruggen	Vakantiepark	Winterswijk	42-pers. Groepsaccommodatie 8-pers. bungalow *Nieuw: Landgoed 't Clooster 20pers. villa
Camping de Goede Hoop	Camping	Eibergen	6-pers. chalet
Camping Vreehorst	Camping	Winterswijk	6-pers. chalet

3. Benchmark met andere parken

Diverse bungalowaanbieders hebben de laatste jaren al trucjes uitgehaald om in te spelen op de veranderende behoefte van de consument. Denk aan vernieuwde interieurs, aangepaste tuinterrassen, smart tv's, jacuzzi's en regendouches. Mede hierdoor kan men de bestaande verhuurtarieven handhaven en soms zelfs iets naar boven bijstellen.

Daarnaast is er de laatste jaren een ontwikkeling op gang gekomen met een totaal nieuwe kijk op de volgende generatie bungalows. Geen kille stenen huizen of ongezellige groepsbungalows maar ultra luxe gethematiseerde villa's, landhuizen en boerderijen. Met permanent hogere tariefstellingen. In bijlage I staat een overzicht van bijzondere opbrengsten. In deze benchmark een kort overzicht van vergelijkbare parken die al volop bezig zijn met de nieuwe generatie.

3.1 Parc Ganuenta

Een weekendje reserveren voor € 1.850 exclusief eventuele extra's zoals de eindschoonmaak is geen uitzondering meer. "Wij houden het voorlopig bij drie twaalfpersoons luxe vakantievilla's met in pandig zwembad om het product exclusief te houden en schaarste te creëren op het aanbod," aldus Evert van de Beek, ontwikkelaar en eigenaar van Parc Ganuenta: een kleinschalig resort aan de voet van de Zeelandbrug en gelegen in het plaatsje Colijnsplaat.

Een nieuwe ontwikkeling van een kleinschalig bungalowpark maar dan opgezet met meer luxe dan thuis en dan nog even wat groter en beter. Waar vind je nu zulke traditioneel gebouwde vakantie villa's die in alle opzichten meer luxe en comfort kan bieden dan thuis? De villa's bestaan uit grote zes slaapkamers met ieder een eigen douche en toilet en voldoende ruimte voor rolstoel, rollator of buggy. De woning is tevens voorzien van een grote leef keuken en living op de eerste verdieping met dakterras, te bereiken met in pandige lift. In de tuin treffen we (vanzelfsprekend) een privé speeltuin met trampoline voor de kids, een ruime buitenkeuken en meerdere verwarmde terrassen. Het park is gebouwd vanwege een toenemende vraag aan grote en luxe woningen. Parc Ganuenta kent een hoge bezetting en de doelgroep gebruikers bestaat voornamelijk uit driegeratie huurders.



3.2 Hof van Saksen

Ook bij Hof van Saksen zijn de groepsbungalows een populaire accommodatievorm en is het geen uitzondering ruim vooraf te moeten boeken. Zo kent men 12- tot maar liefst 24-persoons boerderijen. Laatstgenoemde wordt niet voor minder dan € 2.999 per weekend verhuurd in het hoogseizoen. Binnen de groepsbungalows is er ook een gethematiseerde culinaire bungalow. Lifecooking is mogelijk: je huurt gewoon een kok die voor jouw gezelschap gaat koken. Afgelopen jaar werd nog een nieuwe achttienpersoons boerderij beschikbaar gesteld om tegemoet te komen aan de groeiende vraag naar familie- en vriendenverblijven. Momenteel zijn er plannen voor de ontwikkeling van een meegroeibungalow.

Naast groepsbungalows doen ook thema boerderijen het goed. De zogenaamde Newborn boerderij en de Wellness boerderij kennen veel belangstelling. Het management heeft daarom besloten om ook dit type boerderijen verder uit te breiden. De extra investeringen in voorzieningen zoals jacuzzi of babyspeelgoed en schoonmaakuren wegen ruimschoots op tegen de hogere bezettingscijfers in het laagseizoen.

Op het hele park werkt men actief aan de hand van co-branding; bedden worden bijvoorbeeld geleverd door Koninklijke Auping. Naast brand awareness bij de consument speelt men hiermee in op de behoefte aan luxe en comfort.



3.3 Punt-West

Het nieuwe concept Punt-West Hotel & Beachresort van architect Matthijs Zeelenberg (eerder o.a. Buitenpark Duynhille, Buitenhof Domburg) sluit aan op de groeiende vraag naar meer luxe resorts en biedt een geheel nieuw perspectief op vakantie in eigen land. De huizen hebben allemaal een eigen strand, ruime veranda's, twee tot vier slaapkamers met eigen badkamers en een eigen ligplaats voor de boot. De consument waant zich er in één van de mondaine badplaatsen als Monaco of Saint-Tropez.

Zeelenberg ziet dat er veel vraag is naar deze nieuwe vorm van tweede huizen. Dat zijn ontwerpen aanslaan blijkt wel uit de eerste verkoopcijfers, die vrijwel zonder marketinginspanningen tot stand kwamen. Wij zien dat de nieuwe generatie luxe vakantieresorts steeds meer trekken vertoont van wat bij de hotelsector al gemeengoed is: veel comfort en een hoog serviceniveau. Een zespersoons strandvilla is te huur vanaf € 2.295 per week in het hoogseizoen.

3.4 Landal Miggelenberg

Op Landal Miggelenberg zullen binnenkort 51 bungalows plaats maken voor 51 gloednieuwe en duurzaam gebouwde 8-, 10- en 12-persoons recreatiewoningen. Met de bouw geeft Landal GreenParks gehoor aan de vraag naar zowel luxere als en ruimere recreatiewoningen voor grotere families en vriendengroepen op de Veluwe.

Recent werd er tevens het nieuwe boomhuthuis geopend. Bouwer Van Wijnen Recreatie: "Een bijzondere gastbeleving is gewild. Dat hebben we ook gezien aan de strandhuisjes. Met dit huis brengen we weer iets nieuws en bijzonders op de markt." De grotere woningen kennen volgens de parkmanager van Miggelenberg dan ook een uitstekende bezetting. Het nieuwe boomhuis is tot en met november 2016 volgeboekt en een weekverblijf met de kerst bedraagt € 1.445. '



3.5 Nieuwe ontwikkeling Noord-Nederland

Ook in Noord-Nederland zijn plannen voor de ontwikkeling van een totaal nieuw ultra luxe bungalowpark met hotelservice. We zien grotere vakantievilla's op ruime open kavels met alle denkbare luxe, wellness en duurzame bouw. Ook is er rekening gehouden met de optie voor een privé zwembad, inpandige fitnessruimte en/of een wellness voorziening. Een eigen speeltuin is standaard evenals een buitenkeuken en verwarmde terrassen. Van het totaal aantal te bouwen vakantievilla's van 180 eenheden is slechts twintig procent voor vier personen.



3.6 Beerze Bulten

Als we wat verder kijken zien we dat ook de eerste campingbedrijven plannen aan het maken zijn om in de markt van luxere en grotere verblijven te stappen. Onlangs heeft de Beerze Bulten een eerste groepswoning gebouwd. Een proefballon, gezien het gegeven dat dit een oude privéwoning was. Toch heeft men al zonder enige vorm van advertenties of promotie al meer dan een jaar vooruit gereserveerd. Het tarief bedraagt € 1.746 per week in het hoogseizoen. Dit heeft er voor gezorgd dat men intern nieuwe plannen aan het ontwikkelen is gegaan.



4. Cijfers van diverse type bungalows

Uit onderstaand overzicht blijkt wel duidelijk dat er bij Marveld Recreatie een verschuiving plaatsvindt van “standaard” 4-persoons bungalows naar luxe 6-persoons bungalows. Op basis van de eerdere trends en ontwikkelingen in de markt en bij vergelijkbare parken, kunnen we constateren dat deze trend zich de komende jaren zal doorzetten.

Tabel 2: Overzicht bezettingsgraad naar type accommodatie Marveld Recreatie

Standaard BR50 4persoons	Standaard A75 6persoons	Luxe VWL8 6persoons	Jaar
66.23%	54.18%	50.99%	2007
56.47%	49.59%	63.03%	2009
47.07%	45.98%	63.04%	2012
34.96%	38.41%	66.53%	2015

5. Conclusie

De bungalowmarkt is in beweging. Aan de aanbodzijde zien we dat er sprake is van een overaanbod in hetzelfde segment en dat bedrijven elkaar hier slechts nog kunnen beconcurreren op prijs. Wil men uit deze negatieve spiraal blijven, dan is het zaak om zo snel mogelijk in te spelen op een ander type consument, namelijk één die nog wel bereid is te betalen voor een bungalowvakantie.

Wensen van de consument

De betaalbaarheid heeft alles te maken met de mate waarin men in weet te spelen op de wensen en behoeften van de consument. We hebben gezien dat er drie belangrijke ontwikkelingen zijn als het gaat om de vraagzijde. Vakantiegezelschappen worden groter en meer divers, er is een toenemende behoefte aan zorg en toegankelijkheid en luxe, privacy en comfort staan ten alle tijden centraal.

Huidig voorzieningenniveau in de omgeving

Op basis van desk research en onze ervaringen hebben we onderzocht in hoeverre de huidige bungalowmarkt inspeelt op voornoemde trends. Kijken we naar het aanbod grote vakantiehuizen in de omgeving van Groenlo, dan zien we dat deze beperkt zijn. Het zijn veelal (voormalig) agrarische bedrijven die niet inspelen op de behoefte aan vermaak voor iedereen. Ook de NVM (2016) bevestigt onze bevinding door te stellen dat er te weinig aanbod is om de toegenomen diversiteit te bedienen.

Voorbeeld bedrijven in de Nederlandse markt

In onze benchmark hebben we gekeken naar een aantal voorbeeld bedrijven in de Nederlandse markt die al wel volop inspelen op de genoemde trends. We zien dat deze parken fors hogere tarieven hanteren dan gemiddeld en bovendien blijkt dat ook de bezetting boven het landelijk gemiddelde presteert, met name in de schouderseizoenen. Daarnaast zijn ook de bijzondere opbrengsten uit additionele activiteiten vaak hoger (voor een impressie van de tarieven, zie bijlage I). We kunnen stellen dat deze parken in het luxe segment een doelgroep weten aan te spreken met een hoger bestedingspatroon.

Ontwikkelingen bij Marveld Recreatie zelf

Tot slot blijkt uit eigen cijfers van Marveld Recreatie dat er in de afgelopen jaren een groeiende behoefte is aan luxere en grotere verblijfsaccommodaties. Op basis van de algemene ontwikkelingen, is de verwachting dat deze vraag in de komende jaren verder zal toenemen.

Toekomstperspectief

Kijken we naar het toekomstperspectief voor Marveld Recreatie, dan kunnen we vaststellen dat men idealiter het beste inspeelt op alle drie genoemde ontwikkelingen door woningen te bouwen die zowel 1) in grootte aansluiten op de nieuwe samenstelling 2) kunnen voorzien in toegankelijkheid en daarnaast 3) zijn voorzien van de nodige comfort, privacy en luxe.

Grote en luxe bungalows vormen de basis om daarmee de diverse doelgroepen aan te kunnen spreken. Meerdere slaapkamers met voldoende ruimte voor privacy bieden ruimte voor de extended families en samengestelde gezinnen. Een of meerdere slaapkamers op de begane grond bieden plek voor senioren, al dan niet aangevuld met extra voorzieningen in toegankelijkheid. Tot slot kan men de bungalows of villa's uitbreiden in allerlei thema's waardoor men nog beter op diverse nichemarkten kan inspelen, zoals het voorbeeld van Hof van Saksen (newborn of wellness villa's).

Marveld is bij uitstek een locatie die kan aansluiten op de genoemde doelgroepen, niet in de laatste plaats omdat het een bestaand voorzieningenniveau heeft dat aansluit op de diversiteitswens van de grote gezelschappen. Bovendien is er een reeds bestaande doelgroep gasten aanwezig die aangeven behoefte te hebben aan grotere accommodaties. Een uitbreiding voor Marveld Recreatie in het luxere segment zou tevens betekenen dat het park beter aansluit op het onlangs gebouwde en succesvolle hotel Havezate. Tot slot kan men relatief eenvoudig in hoteldiensten voorzien, omdat de voorzieningen reeds aanwezig zijn.

Over Pleasureworld

Pleasureworld is de inspiratiebron voor bedrijven, organisaties en overheden in recreatie en vrije tijd. Met de reputatie van openheid, eerlijkheid en aanpakken versterkt het de innovatiekracht van ondernemers door het delen van kennis en het opzetten van ondernemende netwerken. Wij baseren onze expertise op meer dan dertig jaar ervaring in de vrijetijdssector en zijn regelmatig betrokken bij het schrijven van bedrijfsplannen waarin een gezonde exploitatie centraal staat.

Pleasureworld biedt ondernemers de tools in handen om op efficiënte wijze een rol van betekenis te kunnen spelen in de voortdurende veranderende marktomstandigheden. Wij houden ons bezig met:

- Trends en innovatie;
- Leisure, recreatie en vrije tijd;
- Toerisme, vakanties, weekendjes weg en dagjes uit;
- Sport als recreatie en vrijetijdsbesteding;
- Funshoppen, winkelen (retail) als recreatie en vrijetijdsbesteding;
- Stads- en gebiedsontwikkeling voor recreatie en vrije tijd;
- Cross sectorale recreatie- en vrijetijdsconcepten;
- Marketing innovatie.

Wat doen wij?

- Wij zien en zoeken de trends en ontwikkelingen in recreatie en vrije tijd. In Nederland, Europa en wereldwijd;
- Wij vertalen deze internationale, nationale en regionale trends en ontwikkelingen naar concrete inzichten en marktkansen;
- Wij helpen bedrijven, organisaties en overheden om deze inzichten en marktkansen te vertalen naar concrete visies, strategieën en innovatie concepten;
- Wij brengen bedrijven, organisaties en overheden samen voor inspiratie, kennisdeling en samenwerking.

Wij zijn auteur van diverse kennisdocumenten en publicaties, waaronder het Handboek Kansen in de Bungalowsector en het Trendrapport Toegankelijkheid & Zorg in Recreatie & Toerisme.

Enkele referenties

Hof van Saksen – Landal Greenparks, Roompot Vakanties, Largo Villas, CenterParcs, Kontour Vastgoed, Beerze Bulten, Julianahoeve, Landal Domaine De Schatberg & RaboBank

Literatuurlijst

Aan de Stegge (2014). Vijf vakantietrends voor 2014. Geraadpleegd op 29 juli 2016, van <http://www.marketingonline.nl/artikel/vijf-vakantietrends-voor-2014>

Centraal Bureau voor de Statistiek (2010). Huwelijksontbindingen; door echtscheiding en door overlijden. Geraadpleegd van [http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37425ned&D1=3-9&D2=\(I-11\)-I&HD=100526-0713&STB=G1,T](http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37425ned&D1=3-9&D2=(I-11)-I&HD=100526-0713&STB=G1,T)

In voor Zorg (2012). De langdurende zorg in 2020: trends cliënten. Geraadpleegd op 29 juli 2016, van <http://www.invoorzorg.nl/ivz/informatie-de-langdurende-zorg-in-2020-trends-clienten.html>

MarketingOost (2016). Trends in de vakantiemarkt voor 2016. Geraadpleegd op 29 juli 2016, van <http://www.marketingoost.nl/nl/blogs/trends-in-de-vakantiemarkt-voor-2016/>

NJI (2014). Info samengestelde gezinnen. Geraadpleegd op 29 juli 2016, van <http://www.nji.nl/nl/Download-NJi/Info-Samengestelde-gezinnen.pdf>

NRITMedia (2016). Trends in de bungalowsector voor 2016. Geraadpleegd op 29 juli 2016, van <http://www.nritmedia.nl/kennisbank/35622/trends-in-de-bungalowsector-voor-2016/?topicsid=>

NRITMedia (2016). Vlaanderen investeert 1,3 miljoen euro in 44 vakantieverblijven. Geraadpleegd op 29 juli 2016, van http://www.nritmedia.nl/kennisbank/36669/Vlaanderen_investeert_1,3_miljoen_euro_in_44_vakantieverblijven/?zoekhash=f8c2ed5ad742943e3c0a8de412badc2e

NVM (2016). Nederlandse markt voor recreatiewoningen 2016. Nieuwegein, Nederland: Nederlandse Vereniging van Makelaars.

Pleasureworld (2012). Zorg en Toegankelijkheid in recreatie & toerisme. Elst, Nederland: Pleasureworld

Pleasureworld (2016). 111 Wereldtrends, Reizen & Slapen. Elst, Nederland: Pleasureworld

Overig

www.pleasureworld.nl/blogs

Pleasureworld (2010). Handboek Kansen in de bungalowsector. Elst, Nederland: Pleasureworld

Pleasureworld (2012). 132 Trends in Camping & Bungalow sector. Elst, Nederland: Pleasureworld

Bijlage I – Bijzondere opbrengsten

	Parc Ganuenta	Hof van Saksen	Punt-West	Landal Miggelenberg	Beerze Bulten
Algemene extra's					
Reserveringskosten	-	€ 24,50	€ 29,50	€ 24,50	€ 7,50
Uitzicht op het meer			€ 100		
Babybad	€ 3 p.d.	Gratis		€ 2,25 p.b.	
Babybox	€ 3 p.d.	Gratis			
Kinderstoel	€ 3 p.d.	Gratis	€ 4 p.d.	€ 4,95 p.b.	
Schoonmaak					€ 160
Wifi					€ 2 p.d.
Bedlinnen en handdoeken					
Badjas	€ 12,50	-		€ 16	
Dekbed en laken babybed	€ 7,75	Gratis		€ 7,75	€ 11
Handdoekenpakket	€ 5,50	Gratis		€ 5,75	€ 4,50
Keukendoekenpakket	€ 5	Gratis		€ 4,75 p.b.	€ 3,50
Hotelservice schoonmaak			€ 75 p.n.		
Opgemaakt bed bij aankomst				€ 3,95	
Kindermeubilair					
Babybed	€ 3 p.n.	Gratis	€ 6 p.n.		
Sportief					
Fietsen - per dag	€ 12	€ 11			
Fietsverhuur week	€ 48	€ 44		€ 33	
Horeca					
	-	<i>Grand Cafe</i>	<i>Werelds aan het strand</i>	<i>Timbers brasserie</i>	
Voorgerecht	-	€ 4,25 – 12,50	€ 5,70 – 11,90	€ 4 - 15	
Hoofdgerecht	-	€ 16,00 – 22,50	€ 16,70 – 23,80	€ 14,50 – 20	
Nagerecht	-	€ 5,50 – 12,50	€ 6,70 – 10,80	€ 5,50 – 7,50	
Ontbijt volwassene			€ 13,50 p.d.	€ 7,50	
Ontbijt kind			€ 8,50 p.d.	€ 3,75	
Halfpension volwassene				€ 26	
Halfpension kind				€ 10	
Boodschappenpakket klein				€ 24,95	
Boodschappenpakket groot				€ 49,50	

p.b. = per boeking

p.n. = per nacht

p.d. = per dag