

Toekomstvisie Camping Zonneweelde in Nieuwvliet



rapport

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	1
2.	Locatie	2
3.	Productaanbod bedrijf	3
4.	Marktontwikkelingen	4
5.	Bestemmingsplan	16
6.	Swotanalyse	18
7.	Toekomstvisie Camping Zonneweelde	19

15 november 2013
R10811 - RB/ap

Van der Reest Advies
Anklaarseweg 15
7316 MA Apeldoorn
T: 055-5382460
E: info@vanderreestadvies.nl
I: www.vanderreestadvies.nl

Rapportverzoek van: Camping Zonneweelde
Familie Basting

Opgesteld door: Van der Reest Advies
R. Beukers



1. Inleiding

In de kuststrook van Zeeuws-Vlaanderen ligt Camping Zonneweelde in Nieuwvliet. De camping heeft een omvang van circa 10 ha. Het bedrijf kent al een lange historie en is in 2009 overgenomen door de heer en mevrouw Basting die met hun gezin op het park wonen.

De camping bestaat voor een groot deel uit jaarplaatsen voor chalets, stacaravans en toercaravans. Daarnaast is er ook toeristisch aanbod in de vorm van verhuurchalets, trekkershutten en toeristische plaatsen. Bij de entree van het park zijn de centrale voorzieningen van het park gelegen.

Zeeuws-Vlaanderen is volop in ontwikkeling. In Nieuwvliet en Cadzand worden bungalowparken voor Roompot en Landal ontwikkeld. Een ander ambitieus project is Waterdunen dat ook dicht in de buurt van Zonneweelde is gelegen. Daarnaast is op dit moment het ontwerp bestemmingsplan 'Verblijfsterreinen Sluis' in procedure. In dit plan wordt de vaste verhouding tussen vaste plaatsen en toeristische plaatsen losgelaten. Deze veranderende omgeving heeft invloed op Camping Zonneweelde. De heer en mevrouw Basting willen met hun bedrijf inspelen op de kansen die deze ontwikkelingen bieden en hebben daarom behoefte aan het ontwikkelen van een toekomstvisie.

In deze rapportage wordt toegewerkt naar een toekomstvisie. In de eerste plaats wordt gekeken naar de locatie van het bedrijf en het productaanbod. Vervolgens wordt gekeken naar de marktsituatie en wordt een aantal concurrenten in ogenschouw genomen. Bepalend voor de mogelijkheden is het bestemmingsplan. Hiervan wordt een analyse gemaakt. Dit resulteert in een SWOT-analyse. Op basis van deze bevindingen wordt een richting op papier gezet. Deze dient vervolgens als uitgangspunt voor de bespreking op het bedrijf

2. Locatie

Camping Zonneweelde in Nieuwvliet is gelegen in een deel van het land dat voor veel Nederlanders op een behoorlijke afstand ligt. Een van de belangrijkste redenen om naar de camping te gaan is het brede en schone strand, met blauwe vlag, dat op circa 600 meter van het bedrijf ligt. Hiermee heeft het bedrijf een sterke locatiefactor in handen. In de directe omgeving van de camping liggen alleen kleine dorpjes zoals Nieuwvliet, Groede, Cadzand, Oostburg en Sluis. Grote plaatsen als Breskens, Knokke-Heist en Brugge in België liggen op een grotere afstand. Vlissingen is goed te bereiken via de veerverbindingen tussen Breskens en Vlissingen. Dit kan echter alleen met de fiets of te voet. Met de auto moet worden omgedren door de Westerscheldetunnel. Dit kost ongeveer een uur reistijd.



3. Productaanbod bedrijf

3.1 Sterke punten van het bedrijf zijn

- Het mooie buitenzwembad is nog steeds een belangrijke trekker voor de camping. Op de ruime velden er om heen kan heerlijk worden genoten van de zon.
- Het nieuwe sanitairgebouw midden op het terrein, is centraal gelegen en ziet er wat styling betreft goed uit.
- Op het hele terrein is gratis Wifi beschikbaar.
- Er zijn zowel speeltoestellen beschikbaar voor jonge kinderen als voor oudere kinderen. Ook kinderen in de puberleeftijd kunnen zich uitleven op het sportveld om te voetballen of te beachvolleyballen. Hierdoor weet Zonneweelde een brede doelgroep aan te trekken.
- De horeca heeft een luxe uitstraling die hoort bij een hippe strandtent.
- De toeristische comfort plus plaatsen zijn met 130 m² zeer ruim. De voorzieningen op deze plaatsen voldoen prima.
- De nieuwe verhuurchalets op Adornis zijn modern en luxe. De aankleding rondom de chalets ademt een strandsfeer.
- Het animatieprogramma voor jong en oud is uitgebreid. Er worden voor volwassenen uitstapjes georganiseerd.
- Het bedrijf is een familiebedrijf, waardoor de lijnen met de gast kort zijn en gastheerschap hoog en het vaandel staat.
- Aangesloten bij de Kinderkampeerwereld.

3.2 Minder sterke punten zijn

- De milieustraat bij de ingang van het park is geen visitekaartje van het bedrijf.
- De toegangsweg naar de camping loopt om de horeca en winkel heen. Logistiek geeft dit regelmatig problemen.
- De jaarplaatsen zijn relatief klein. Zolang dit voor de eigenaren van de stacaravans geen problemen oplevert is dit prima. Aandachtspunt is wel de minimale afstand in verband met de brandveiligheid.
- Het park bestaat eigenlijk uit twee parken. Zonneweelde aan de ene kant en Adornis aan de andere kant. Adornis is van de ouders van de heer Basting. De familie Basting ontvangt jaarlijks een vergoeding voor het uitvoeren van het beheer. Door deze situatie is er echter sprake van een onderlinge concurrentie die niet wenselijk is.
- De verhuurchalets van Zonneweelde staan achter op het terrein te midden van de jaarplaatsen. Hierdoor zit men vrij ver bij de centrale voorzieningen vandaan. Gunstig is weer dat men dicht bij de uitgang naar het strand zit.
- De toeristische velden zijn vrij recht toe rechtaan opgezet en missen een gezellige uitstraling.
- De speelmogelijkheden op de comfort plus velden zijn vrij beperkt.
- Het plein rondom de winkel en de horeca bestaat uit grindtegels. Dit heeft een ouderwetse uitstraling. Dit komt ook niet ten goede aan de sfeerbeleving.
- De horeca is minder zichtbaar vanaf de weg. Dit nodigt niet uit om op het terras plaats te nemen. Deze situatie is inmiddels al verbeterd, maar dit kan nog beter.
- Een slechtweer accommodatie ontbreekt.
- Het zwembad is vanaf de camping nauwelijks te zien.
- Het water in het zwembad is niet verwarmd. Vooral in het voorjaar kan dit een belangrijk nadeel zijn omdat het water dan nog niet is opgewarmd.
- Het bedrijf mist een bepaalde uitstraling, het valt niet op. Waarin onderscheidt het bedrijf zich van andere campings uit de omgeving?

4. Marktontwikkelingen

4.1 Algemeen

- Toename aantal ouderen (vergrijzing).
- Toename gezinnen met oudere kinderen uit eerste huwelijk en jonge kinderen uit tweede.
- Steeds meer allochtonen.
- Kleinere huishoudens.
- Digitalisering.
- Mobiliteit.
- Duurzaamheid.

Consumententrends

- Blijvende vraag naar gemak, luxe en comfort.
- Groeiende belangstelling voor beleving.
- Toenemend belang van natuur, rust en ruimte als tegenhanger van de dagelijkse hectiek.
- Kwaliteit en service.
- Persoonlijke aandacht.
- Toenemende aandacht voor fysieke en mentale gezondheid.
- Belangstelling voor roots & regio.
- Toenemende belangstelling voor duurzaamheid en milieuvriendelijke producten.

Recreatie & vrije tijd

- Lokale kwaliteiten als onderscheidingsmiddelen.
- Sfeer en beleving, authenticiteit.
- Behoeftes aan kleinschaligheid, knusheid.
- Actieve buitenrecreatie.
- Dalende tendens in het reguliere kamperen.
- Mensen boeken steeds later omdat er voldoende aanbod is en omdat de markt door internet steeds transparanter wordt.
- Toenemende vraag naar verhuuraccommodaties op campings.
- Logiesverschaffing is onderdeel van totaalpakket (eten & drinken, attracties, omgeving).
- Toenemende vraag naar unieke overnachtingaccommodaties.
- Toenemende vraag naar doelgroepgerichte campings en andere logiesaccommodaties.
- Groeiende markt van campergebruikers.
- Agrotourisme blijvende groeimarkt.
- Binnenland steeds meer bestemming voor korte tussendoor vakanties.
- Onderscheidend vermogen in promotie en productaanbod wordt steeds belangrijker.
- Vindbaarheid op internet is van wezenlijk belang.

In het kader van het Continu Vakantie Onderzoek wordt permanent consumentenonderzoek gedaan naar de wensen en voorkeuren van verblijfsrecreanten.

De uitkomsten worden jaarlijks door het CBS gepubliceerd¹. Hieraan ontleen wij het volgende beeld:

- De behoefte aan meer privacy en comfort beperkt zich niet tot de thuissituatie, ook het recreatiemilieu dient hieraan tegemoet te komen.
- Men heeft steeds meer ruimte nodig. Hierdoor worden standplaatsen op campings, bungalows, hotelkamers, boten en dergelijke steeds groter.

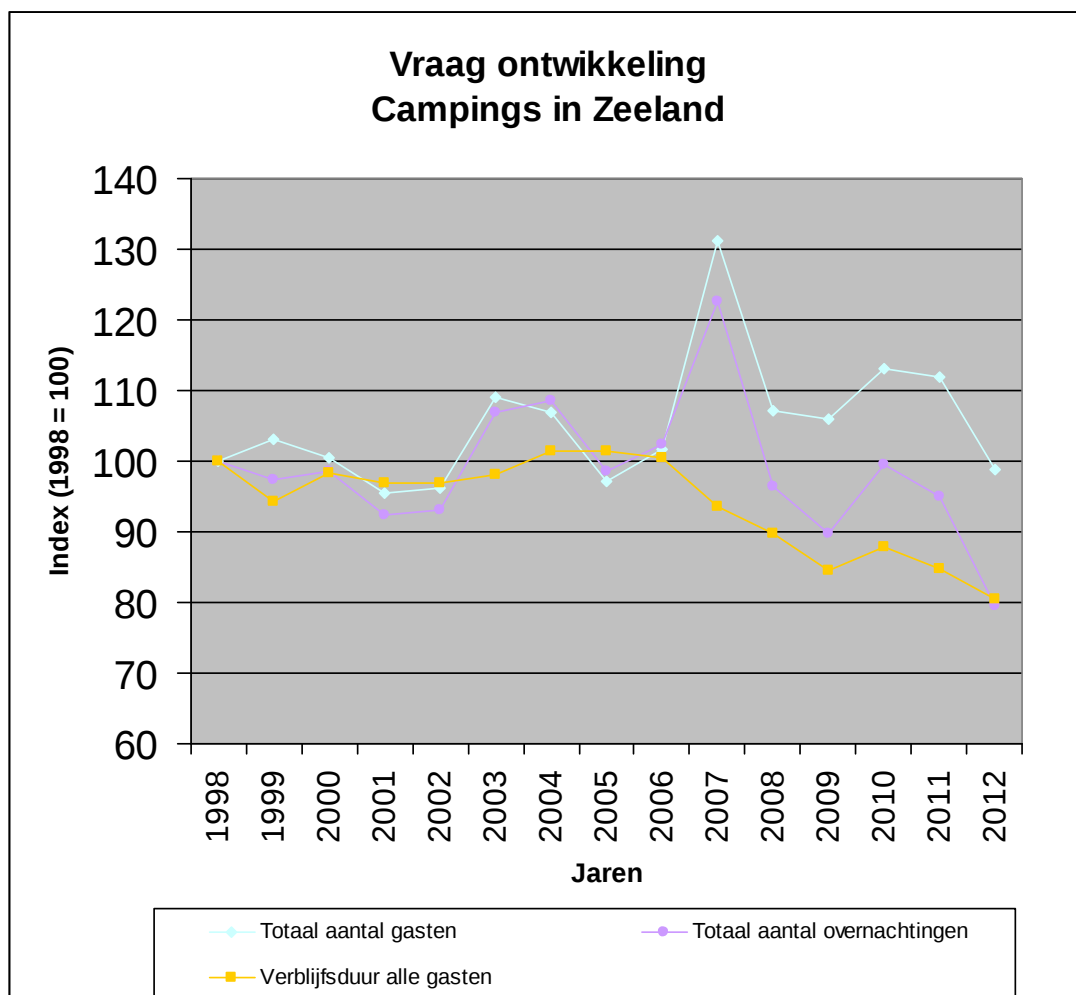
¹ Het gebruik van logiesaccommodaties (CBS).

- De locatie c.q. omgevingsfactor is het belangrijkste criterium bij de keuze van een recreatiebedrijf.
- Kleinschalige campings met veel ruimte en groen, maar zonder grootschalige centrale recreatievoorzieningen aan de ene kant en grote centra met 'alles erop en er aan' aan de andere kant, mogen zich in een ruime en groeiende belangstelling verheugen. Wat hier tussenin zit, heeft het moeilijk.
- Profilerings is van groot belang in het 'internettijdperk' met een almaar toenemende mate van transparantie.
- De toeristische recreanten hechten sterk aan goede informatie over de omgeving van het recreatiebedrijf. Dit hangt samen met het feit dat zij vooral activiteiten buiten het park ondernemen, zoals wandelen en fietsen door de natuur, bezoek van evenementen, attracties en bezienswaardigheden.
- Gezinnen met kinderen richten zich in hun keuze voor een bepaald bedrijf veelal op de recreatieve voorzieningen van het recreatiebedrijf (zwembad, speelvoorzieningen, recreatieactiviteiten, slechtweercfaciliteiten). Zij zijn in hun activiteiten in ruime mate op het bedrijf zelf gericht. Ook de aanwezigheid van toeristische (kinder)attracties in de nabije omgeving speelt voor deze doelgroep een belangrijke rol.
- Aan de kwaliteit van het recreatieverblijf (standplaats, caravan, huisje) worden hoge eisen gesteld.
- 'Kwaliteit bieden' is een must voor elk recreatiebedrijf. Dit geldt zowel voor het fysieke product als voor de immateriële aspecten (dienstverlening, sfeer). Beide onderdelen zijn van even groot belang; het ene kan niet zonder het andere.
- Beleving wordt steeds belangrijker. Men wil met een verhaal thuis kunnen komen.
- De lange vakantie in de zomer wordt in toenemende mate in het buitenland doorgebracht (huidige verhouding 60-40). Hierdoor worden tussendoor vakanties in voor- en najaar voor Nederlandse recreatiebedrijven steeds belangrijker. Het seizoen wordt daarvoor langer, maar de hoogseizoenpiek vlakkt af.
- Vergrijzing: de groep actieve senioren blijft groeien; het aandeel 55+ers groeit van 33% nu naar 40% in 2020. Hierdoor neemt naar verwachting de vraag naar wellness- en gezondheidsvoorzieningen in de vrije tijd toe, evenals de behoefte aan comfort en luxe ('volledige verzorging').
- Toename van groepsactiviteiten: als reactie op de voortschrijdende individualisering in de samenleving, is er in de recreatie een tendens zichtbaar naar steeds meer groepsgerichte activiteiten, zowel in de familiesfeer (3 generaties, familiereünies) als meer informele groepen (vrienden, sport- en hobbyclubs).
- Versnippering van de markt: door het groeiend aantal kleine huishoudens en veranderd consumentengedrag, is de recreant steeds moeilijker in bepaalde groepen in te delen. De ene keer kiest hij voor luxe en verwennerij in topaccommodaties, de andere keer voor de eenvoud van een natuurkampeerterrein. Dit vereist een op maat gesneden productaanbod en een optimale marktkennis.

4.2 Kampeermarkt in Zeeland

- De kampeermarkt in Zeeland staat behoorlijk onder druk. Dit uit zich onder andere in een daling van het aantal kampeerbedrijven. Het aanbod van toeristische plaatsen is ook hard gedaald.
- De daling van het aantal plaatsen in Zeeland is groter dan in de rest van Nederland. Het marktaandeel is hierdoor iets gedaald van 13% in 2011 naar 12,7% in 2012.
- Het totaal aantal gasten liet een daling zien van 16% ten opzichte van 2011. Vooral de buitenlandse gasten lieten een forse daling zien.
- Ook de gemiddelde verblijfsduur staat al jaren onder druk. Mensen gaan steeds korter op vakantie. De daling van het aantal overnachtingen daalde hierdoor nog harder dan het aantal gasten.

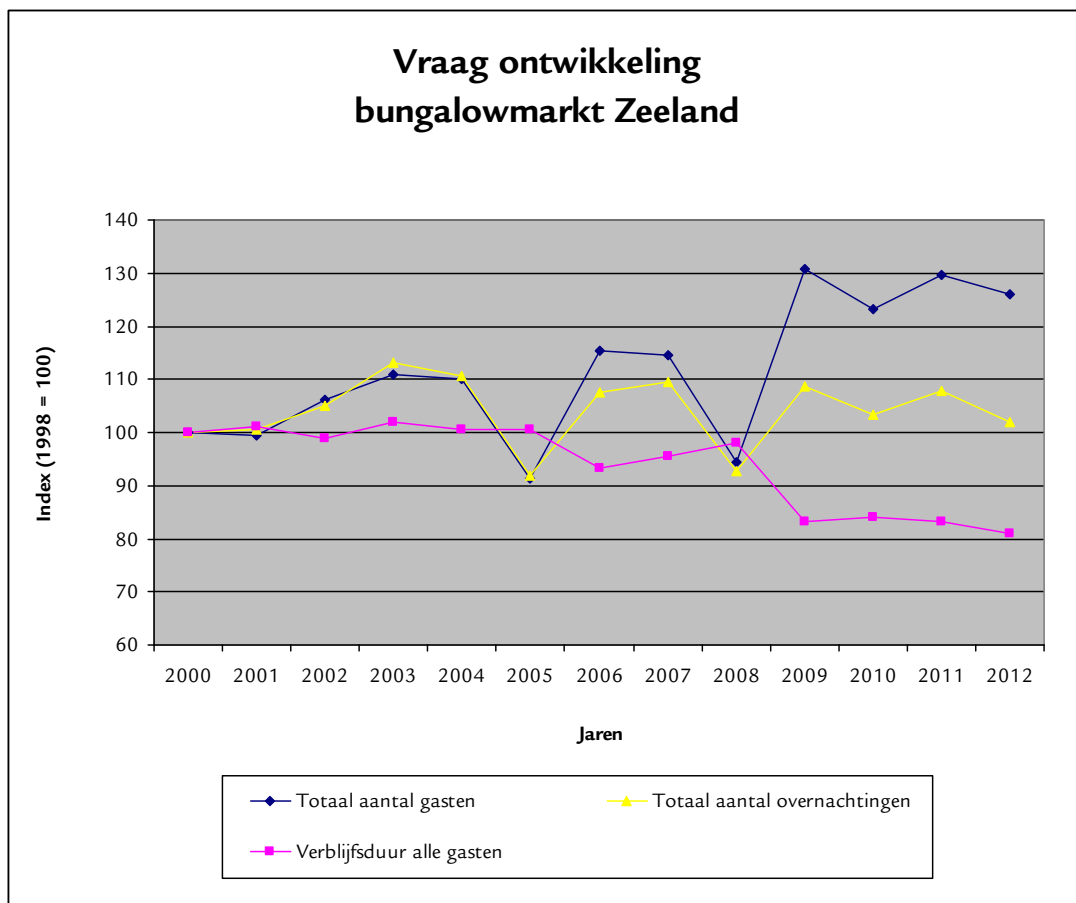
- Door de daling van het aantal overnachtingen, daalde het marktaandeel in de vraag fors van 18,8% in 2011 naar 17% in 2012.
- Hierdoor stond in Zeeland ook de bezetting van de toeristische plaatsen fors onder druk. De bezetting daalde van ruim 60 nachten naar krap 53 nachten. Deze waarde ligt echter nog steeds boven het Nederlandse gemiddelde van 39 nachten in 2012.



4.3 Bungalowmarkt in Zeeland

Om een indruk te krijgen van luxere accommodatievormen is gekeken naar de ontwikkeling van de bungalowmarkt in Zeeland. Een aantal gegevens zijn weergegeven in een grafiek. Uit de cijfers blijkt het volgende:

- Het aantal bungalows is in Zeeland de laatste jaren fors gestegen.
- Het aantal gasten uit Nederland en vooral het aantal gasten uit het buitenland nam enorm toe de laatste jaren.
- De gemiddelde verblijfsduur liet echter een forse daling zien.
- Het aantal overnachtingen bleef hierdoor vrij stabiel.
- Door de toename van het aanbod staat de bezetting van de bungalows onder druk. Over de afgelopen 10 jaar was er sprake van een daling van 10%.
- Dit laat zien dat men steeds vaker en ook korter op vakantie gaat in Zeeland.



4.4 Concurrentie in Zeeuws-Vlaanderen

In Zeeuws-Vlaanderen dicht bij de kust is een groot aantal campings aanwezig. Veelal zijn het kleinschalige campings met veel stacaravans. Om een indruk van de concurrenten van Camping Zonneweelde te krijgen is de website van de betreffende bedrijven bezocht.

Molecaten Park Hoogduin

Het productaanbod bestaat uit toeristische plaatsen, verhuurchalets, seizoenplaatsen en jaarplaatsen.



De centrale voorzieningen bestaan uit

- Binnenspeeltuin (klein).
- Buitenspeeltuin.
- Sportveld.
- Horeca: restaurant, snackbar, bar.
- Supermarkt.
- Betaalde Wifi (KPN Hotspots).
- Camper service station.



Op het terrein staan veel hagen. Dit maakt de camping onoverzichtelijk. Voor oudere jeugd zijn er weinig speelmogelijkheden.

De ligging heel dicht bij het strand is het belangrijkste onderscheidende element. Met uitzondering van de kleine binnenspeeltuin zijn er weinig slechtweer voorzieningen.

Cassandra Bad

De camping verhuurt toeristische plaatsen en chalets



De centrale voorzieningen bestaan uit:

- Internetaansluiting op elke plaats.
- Beachvolleybalveld.
- Voetbalveld.
- Eigen viswater.
- Horeca: snackbar en kantine.
- Speelruimte met flipperkasten, airhockey voetbalspel en videospelen.
- Speeltuin.
- Er worden activiteiten georganiseerd zoals bingo, zeskamp, sterkste man/vrouw en musicaluitvoering.



Algemene indruk van de camping en de voorzieningen is wat gedateerd.

Camping Groede

Het productaanbod van Camping Groede bestaat uit veel toeristische plaatsen en camperplaatsen en de verhuur van stacaravans/chalets. Daarnaast zijn er seizoensplaatsen en jaarplaatsen.



Op het park zijn de volgende voorzieningen aanwezig:

- Winkel/supermarkt.
- Horeca: brasserie, frituur en Strandhuys de Vrijbuyter.
- Voetbalveld, volleybalveld, beachvolleybalveld, panakooi.
- Recreatieruimte waar activiteiten worden georganiseerd voor jonge kinderen en tieners.
- Betaald internet Wifi.





De camping is volledig gericht en gethematiseerd op het strand. Op de standplaatsen en in de verhuuraccommodaties komt die sfeer echter niet terug. Aantal voorzieningen valt tegen. Geen slechtweert voorzieningen.

Ardoercamping Zwinhoeve

Het productaanbod bestaat uit toeristische plaatsen (basis en comfort), verhuur van lodges/chalets.





De centrale voorzieningen bestaan uit:

- Wellnessruimte met massage mogelijkheden.
- Horeca: snackbar en brasserie.
- Een activiteitenweide en 2 speeltuinen.
- Animatie voor jonge- en wat oudere kinderen (niet voor pubers).
- Betaalde Wifi.



Slechtweer voorzieningen ontbreken voor zover we kunnen zien. De camping is gelegen dicht bij het strand achter de duinen. Het bedrijf heeft een luxe uitstraling die zowel in de verhuureenheden als de centrumvoorzieningen is terug te vinden. Alles is redelijk in balans lijkt het.

Camping International (Ardoer)

Het productaanbod van dit bedrijf bestaat uit toeristisch plaatsen (basis en comfort), camperplaatsen, tentplaatsen en de verhuur van 4 en 6 persoons chalets en tenthuisjes.



De centrale voorzieningen bestaan uit:

- Een bakkerij (voor de warme broodjes 's ochtends).
- Horeca: Frituur en kantine (huiskamer is vrij beperkt).
- Buitenspeeltuin, dieren- en speelweide.
- Onoverdekte waterspeeltuin (voor de kleintjes).
- Speelboerderij Pierewiet met binnenspeeltuin en techniekzolder (sterk punt).
- Tennisbaan.

Overdekte speeltuin is onderscheidend. De rest van de camping en de voorzieningen is niet bijzonder.



Camping Pannenschuur (Roompot)

Camping Pannenschuur was vroeger een vooraanstaande camping. Tegenwoordig is het bedrijf van Roompot en ligt de nadruk vooral op de verhuur van bungalows. Gezien de voorzieningen mag het bedrijf toch niet in dit lijstje ontbreken. Het productaanbod van het bedrijf bestaat voor een groot deel uit huisjes. Daarnaast, en dat is vooral van belang voor Zonneweelde, worden toeristische plaatsen, stacaravans en verhuurtenten aangeboden.



De centrale voorzieningen bestaan uit:

- Overdekt zwembad.
- Eetcafé/bar.
- Pannekoekenrestaurant.
- Snackbar.
- Activiteitenhonk/Koos Kids Club.
- Speeltuinen.
- Sport & animatie.



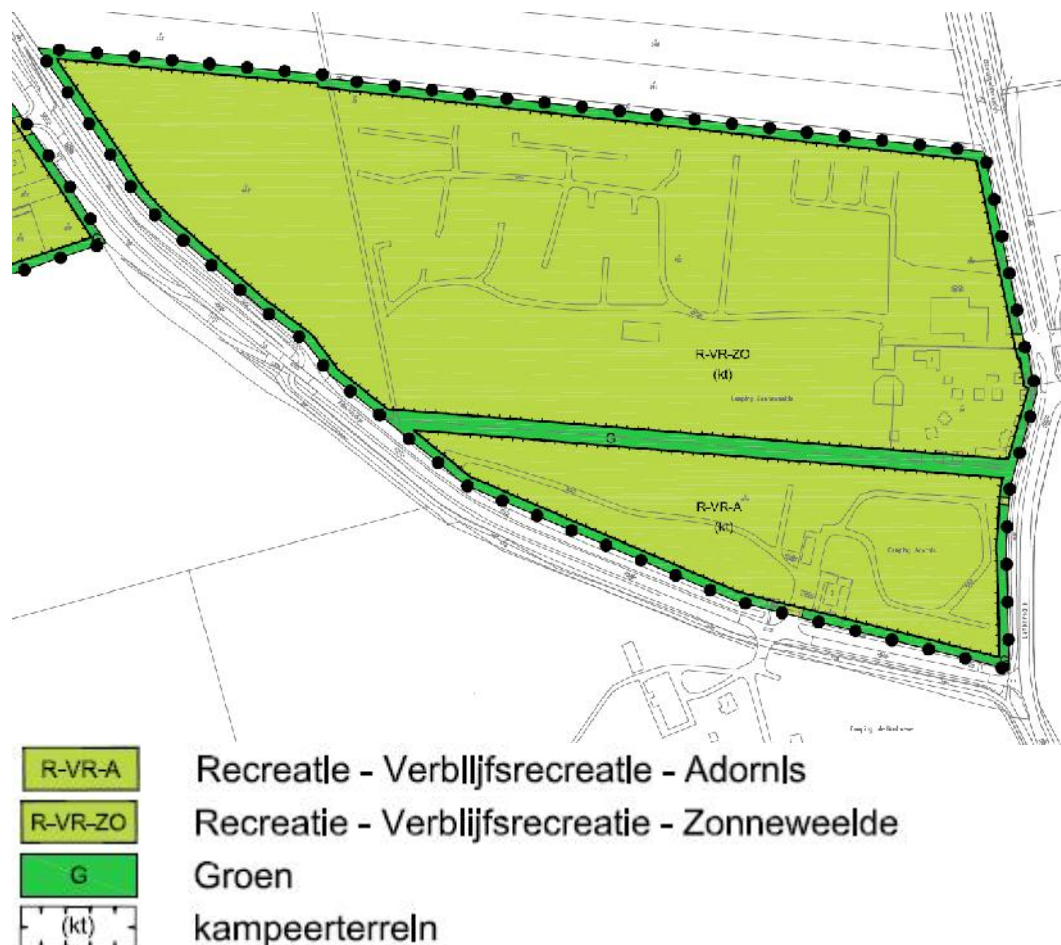
4.5

Conclusie

Op het gebied van toeristische plaatsen is de concurrentie behoorlijk groot. Vrijwel elke camping heeft toeristische basisplaatsen en comfortplaatsen, soms zelfs met privésanitair. Op het gebied van verhuuraccommodaties loopt men achter. Het aanbod bestaat soms uit stacaravans en chalets met weinig uitstraling. Op de camping zelf komen thema's en dus de beleving die soms zijn gekozen voor de camping niet terug op de plaats of verhuureenheid. Camping De Zwinhoeve is hierop een uitzondering. Het aanbod van slecht weervoorzieningen is zeer beperkt. Alleen Camping International biedt een overdekte speeltuin.

5. Bestemmingsplan

Op dit moment is een nieuw bestemmingsplan in procedure. Het gaat hier om het bestemmingsplan 'Verblijfrecreatieterreinen Sluis'. Dit is nog een ontwerpbestemmingsplan waarvan inmiddels de termijn van ter visie legging is afgelopen. Onderstaand wordt de plankaart van Camping Zonneweelde weergegeven.



Uit het bestemmingsplan blijken de volgende mogelijkheden:

- Opvallend is dat het terrein ook planologisch is gescheiden in Camping Zonneweelde en Camping Adornis. Omdat beide terrein los van elkaar worden gezien is het mogelijk om op elke terrein een bedrijfswoning te realiseren.
- Het bouwvlak komt overeen met de grond die is bestemd voor Verblijfrecreatie. Hierdoor is een flexibele inrichting van de terreinen mogelijk.
- Op de terreinen zijn kampeermiddelen en bouwwerken voor recreatief nachtverblijf toegestaan. Naast chalets en stacaravans kunnen dit ook stenen of houten huisjes zijn met een maximaal oppervlak van 70 m². Op Adornis is zelfs 75m² toegestaan. De goothoogte van deze gebouwen mag niet meer bedragen dan 3 meter en de bouwhoogte niet meer dan 5 meter. Op Adornis zijn 100 eenheden toegestaan op Zonneweelde 357.

- Op beide terreinen is lichte horeca toegestaan. Dit wil zeggen dat bijvoorbeeld een restaurant met afhaal en bezorgservice, een bistro en zelfs een hotel zijn toegestaan.
- De gebouwen voor centrale voorzieningen mogen maximaal 15% van het bouwvlak beslaan. De goothoogte van deze gebouwen is maximaal 5 meter en de totale hoogte is maximaal 9 meter.
- Op Zonneweelde is een parkwinkel (max. 300 m²) en een onoverdekt zwembad toegestaan. Uit een gesprek van de ondernemers met RBOI is gebleken dat een overdekt zwembad waarschijnlijk geen problemen op zal leveren. Op Adornis is dit niet toegestaan.
- Spel-, sport- en speelvoorzieningen zijn toegestaan.
- Permanente bewoning is niet toegestaan, wel is het mogelijk om jaarrond recreatief verblijf te bieden.

Conclusie is dat er een concept bestemmingsplan ligt dat flexibel is en veel mogelijkheden biedt.

6. Swotanalyse

Sterk	Minder sterk
▪ Toeristisch aantrekkelijke locatie aan de kust. ▪ Aantrekkelijk buitenzwembad. ▪ Grote toeristische plaatsen. ▪ Gratis Wifi. ▪ Doelgroep is gezinnen met kleine kinderen en gezinnen met pubers. ▪ Luxe horeca met binnen een sfeervolle uitstraling. ▪ Sfeervolle verhuurchalets op het terrein Adornis. ▪ Goed animatie programma voor jong en oud.	▪ Milieustraat bij de ingang is geen visitekaartje. ▪ Toegangsweg geeft logistieke problemen. ▪ Relatief kleine jaarplaatsen, waardoor de brandveiligheidsregels niet worden gehaald (de gemeente heeft een knelpuntenanalyse gemaakt, binnen 5 jaar moeten knelpunten worden opgelost). ▪ Het park bestaat feitelijk uit twee parken, Zonneweelde en Adornis. Dit geeft interne concurrentie. ▪ Verhuurchalets staan achter op het terrein te midden van de jaarplaatsen. ▪ De camping mist sfeerbeleving op de velden en bij de centrale voorzieningen. ▪ Horeca is niet wervend naar buiten. ▪ Het ontbreken van slechtweervoorzieningen. ▪ Het bedrijf heeft geen bijzondere onderscheidende punten die uitnodigen om de camping te boeken.
Kansen	Bedreigingen
▪ Ruimere mogelijkheden in het nieuwe bestemmingsplan. ▪ Behoeft aan meer comfort en luxe. ▪ Behoeft aan slechtweervoorzieningen. ▪ Goed gastheerschap, persoonlijke aandacht kan het onderscheid maken. ▪ Toename van het aantal gasten op bungalowparken. ▪ Het aantal sfeervolle en luxe verhuuraccommodaties op campings in Zeeuws-Vlaanderen is beperkt (alleen de Zwinhoeve heeft sfeervolle chalets). ▪ Verhuurtenten komt men nauwelijks tegen in Zeeuws-Vlaanderen. ▪ Toenemende vraag naar unieke overnachtingsmogelijkheden. ▪ Groeiende markt voor campergebruikers. ▪ Mogelijke uitbreiding pilot met strandhuizen op het strand bij camping Groede.	▪ Structurele afname van het aantal overnachtingen op campings. ▪ Versnippering van de markt. De recreant is steeds moeilijker in groepen in te delen. ▪ Mensen wachten steeds langer met boeken. Dit is vooral ingegeven door het grote aanbod van last-minute boekingen. ▪ Mede door internet wordt de markt steeds transparanter. Het wordt steeds moeilijker om op internet gevonden te worden. ▪ Toename van steeds grotere partijen in de recreatiemarkt, die steeds meer bedrijven opkopen en promotioneel meer slagkracht hebben dan individuele bedrijven. ▪ Sites als vakantievelingen drukken de prijzen en beperken de verdien capaciteit.

7. Toekomstvisie Camping Zonneweelde

7.1 Algemeen

Camping Zonneweelde is op dit moment een camping die niet onderscheidend is van concurrerende campings in de directe omgeving. Gezocht moet worden naar onderscheidend vermogen. Elementen die Zonneweelde wel heeft en andere campings niet hebben. Uiteraard blijft de locatie dicht bij het strand reeds een belangrijk onderscheidt, maar er is meer nodig om echt het verschil te maken. Het creëren van beleving is hierbij van wezenlijk belang. Gezien de locatie ligt een strandsfeer met een bepaald strandthema voor de hand. Hiertoe zijn al een paar eerste stappen gemaakt. De ombouw van de horeca tot een luxe strandtent met lounge-sets en de plaatsing van luxe verhuurchalets in min of meer een strandsfeer op het Adornis terrein. Deze ingeslagen weg moet op het terrein en de centrumvoorzieningen verder worden doorgevoerd. Bij de ontwikkeling worden de volgende uitgangspunten gehanteerd:

1. De bestaande jaarplaatsen zorgen voor een derde deel van de opbrengst op dit moment. Bovendien is dit een vaste bron van inkomsten. Het streven is om deze bron van inkomsten zo lang mogelijk vast te houden. Het is een basisinkomen dat niet gemist kan worden.
2. In tegenstelling tot veel omliggende campings richt Zonneweelde zich steeds meer op een hoger segment. Dit zijn mensen die houden van luxe en comfort, gezelligheid en activiteiten op en om de camping.
3. De camping richt zich op gezinnen met jonge kinderen (tot 12 jaar), maar ook gezinnen met oudere kinderen (pubers) voelen zich thuis omdat er voorzieningen zijn die deze doelgroep aanspreken.
4. Gasten op jaarplaatsen en toeristische gasten zijn zeer verschillend. Als Zonneweelde zich steeds meer gaat richten op een hoger segment toeristische gasten zal het verschil steeds groter worden. Een scheiding van deze doelgroepen is noodzakelijk om de klanttevredenheid van beide doelgroepen hoog te houden.
5. Zonneweelde heeft vorig jaar deelgenomen aan een competitie die betrekking had op het realiseren van strandhuisjes op het strand. Het is jammer genoeg niet gelukt om dit binnen te halen. In de toekomst zijn er wellicht nieuwe mogelijkheden. Het is zaak om de camping in lijn te brengen met deze toekomstige ontwikkeling.

7.2 Accommodaties

De jaarplaatsen die Zonneweelde nu al aanbiedt blijven voorlopig gehandhaafd. Wel kan het nodig zijn om daar waar dat nodig is uit oogpunt van brandweernormen meer ruimte te creëren tussen de stacaravans. Dit zou, indien mogelijk, moeten gebeuren via een natuurlijk verloop.

De jaarplaatsen voor toercaravans zijn feitelijk ook vaste gasten. Het is daarom verstandig om deze groep ook verder naar achteren te verplaatsen en aan de voorzijde van het bedrijf meer ruimte te maken voor toeristisch aanbod.

De toeristische plaatsen van Zonneweelde krijgen veel meer een duinachtige uitstraling. Gedacht kan worden aan kleine duintjes met helmgras.

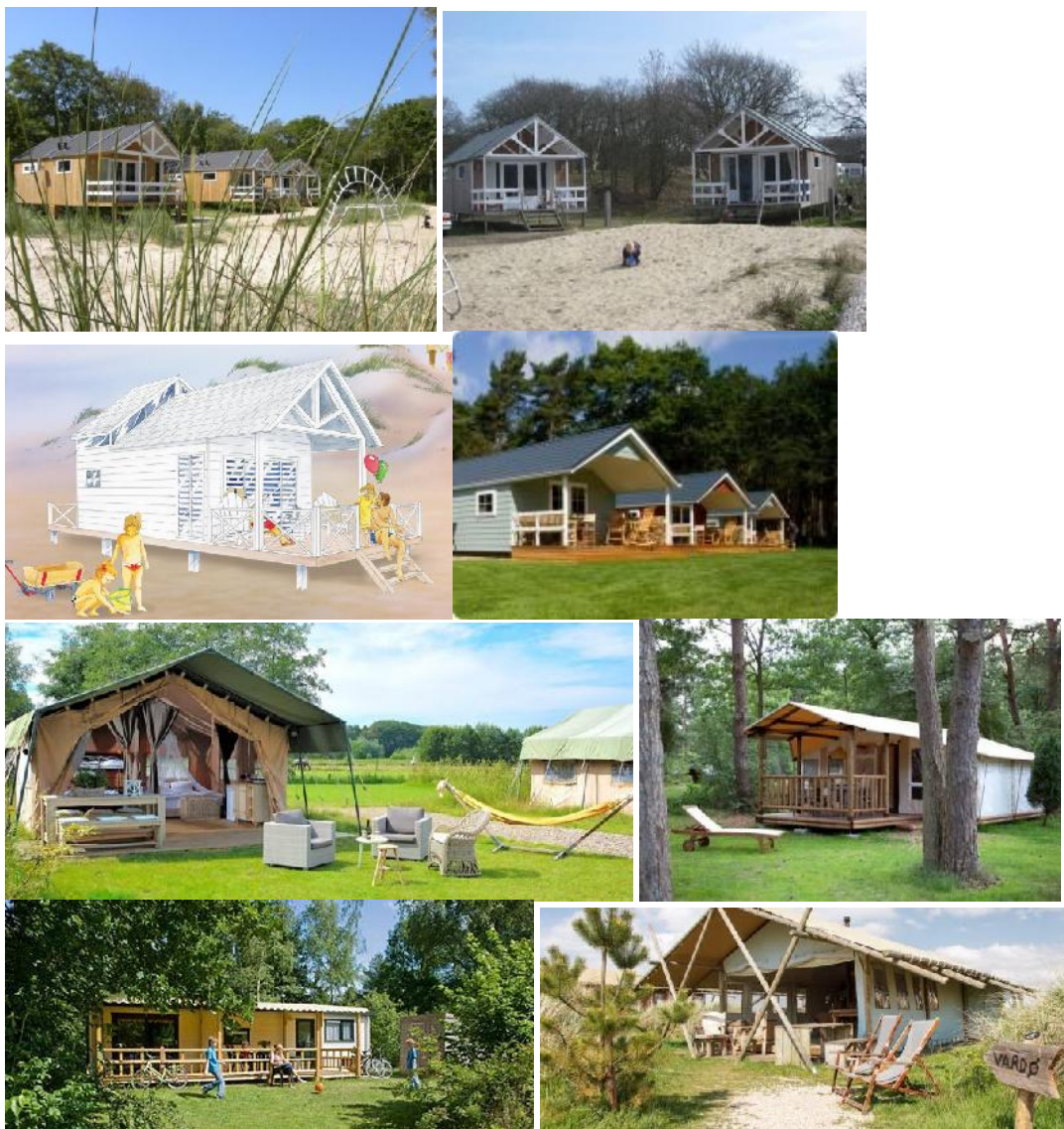


De plaatsen worden aangevuld met extra zaken zoals bijvoorbeeld een picknicktafel, een hangmat, een barbecue of een strandhokje met ligstoelen of een bolderkar. De bestaande trekkershutten worden geschilderd in felle kleuren en krijgen een uitstraling die op een strandhuisje lijkt.



Toeristisch kamperen op een toeristische plaats laat een dalende tendens zien. Het is belangrijk om een aantal toeristische plaatsen over te houden maar het aantal kan beperkt blijven. Bijzondere verhuureenheden hebben veel meer toekomst. Het is goed om niet alleen één soort aan te bieden, maar meerdere soorten zodat men zelf kan kiezen. Onderstaand een collage van mogelijkheden.





De verhuureenheden moeten zich positief onderscheiden van de verhuurchalets die zich nu op Adornis bevinden. Als gasten een verhuureenheid willen boeken, moet de voorkeur liggen bij Zonneweelde.

Niet alles hoeft nieuw te zijn. De huidige verhuurchalets kunnen verplaatst worden naar de voorzijde van het terrein en krijgen door het toevoegen van een veranda een veel betere stranduitstraling.

Een aantal verhuureenheden krijgt een kinderthema en wordt geplaatst op een veld met speeltoestellen. Dit veld ligt dicht bij de grote speeltuin. Ook de verhuureenheden worden voorzien van extra's als een vaste barbecue, een hangmat en bijvoorbeeld een picknicktafel.

7.3 Centrumvoorzieningen

Zonneweelde mist op dit moment een slechtweervoorziening. Er bestaan een aantal mogelijkheden om hierin te voorzien. Het is mogelijk om het bestaande zwembad te overdekken. Mooi is om hierbij te kiezen voor een constructie die ook bij mooie weer kan worden geopend. Bij een overdekt zwembad is het een must dat het ook een verwarmd bad is.



Een andere mogelijkheid is het creëren van een overdekte binnenspeeltuin. Het is mogelijk om hierbij te kiezen voor een volledig nieuw centrumgebouw waarin de horeca, de winkel, de receptie en de overdekte speeltuin worden gevestigd. Inschatting is dat dit een te hoog investeringsniveau vraagt waardoor de ontwikkeling van het bedrijf op andere gebieden wordt geremd omdat er onvoldoende middelen overblijven.

Het meest geschikte bestaande gebouw is de 'schuur' waar nu de winkel en de horeca in zijn gevestigd. Meest voor de hand ligt om de horeca in dit gebouw te handhaven en met de winkel te stoppen, of deze te verhuizen naar het receptiegebouw. Dit hangt af van het belang dat de gast hecht aan de winkel op het terrein en alternatieven voor het doen van de dagelijkse boodschappen.



In het speelparadijs moet het strandthema van het bedrijf weer terugkomen in de speelelementen die worden geplaatst.

Het centrumgebied, dat gevormd wordt door de ruimte tussen de horeca, de receptie en de ruimte rondom het zwembad, wordt het hart van het bedrijf. Het plein tussen de horeca mist nu sfeer. De strandtentachtige sfeer die nu in de horeca is terug te vinden wordt naar buiten gebracht. Het plein wordt omgevormd tot een strandachtige locatie met een mengeling van zand, houten vlonders en steltonplaten die bij elke strandopgang zijn terug te vinden.



Het blijft noodzakelijk om het zwembad min of meer af te schermen van het terras zodat kleine kinderen niet zomaar het water in kunnen lopen.

De buiten speelvoorzieningen voor jonge kinderen worden geconcentreerd in het centrumgebied zodat ouders hun kinderen in het oog kunnen houden terwijl ze op het terras van de horeca genieten van een hapje en een drankje. In het centrumgebied wordt tevens een podium gecreëerd zodat men vanaf het terras kan genieten van allerlei activiteiten en festiviteiten.

De receptie krijgt aan de buitenzijde dezelfde uitstraling als het centrumplein. Hier wordt gewerkt met zand, houten vlonders en helmgras enz.

7.4 Entree

De huidige entree van de camping ademt de verkeerde sfeer. Als men de camping oprijdt valt het eerste de milieustraat op. Dit is niet de sfeer die men wil creëren. Deze milieustraat wordt verplaatst naar een locatie dicht bij de slagboom. Bovendien wordt de milieustraat uitgevoerd als ondergrondse containers.

De entree ligt naast de horeca. De horeca is nu vanaf de weg afgeschermd en weinig uitnodigend. Om ook extern mensen te kunnen werven, worden de houten schuttingen vervangen door een meer open afscheiding. Bovendien moet het mogelijk zijn om aan de voorzijde fietsen te parkeren en direct het terras op te lopen.



De entree naar het park moet een stranduitstraling krijgen, zodat men zich direct op vakantie op het strand voelt. Bij de ingang blijft de parkeerplaats gehandhaafd. Het trekkersveld wordt omgevormd tot camperplaatsen. Campers willen bij voorkeur verblijven buiten de slagboom, zodat ze op hun eigen tijd de volgende ochtend kunnen vertrekken. Bij het camperveld wordt tevens een campersserviceplaats ingericht zodat men vuil water kan lozen en schoon water kan innemen.



7.5 Bedrijfswoning

De huidige bedrijfswoning staat midden op het terrein naast de receptie. Dit is een ongewenste situatie die de familie Basting onvoldoende privacy geeft. Bovendien is het niet handig om in het hart van je activiteiten een woonhuis te hebben staan. Gekeken moet worden naar hergebruik van het woonhuis. De winkel zou hier bijvoorbeeld in gevestigd kunnen worden.

Een geschikte locatie voor het huis is een deel van het huidige tentenveld. Op deze manier staat de woning niet midden op het bedrijf, maar toch ook weer niet te ver weg.

In het centrumgebied naast de receptie staat nu nog een oude houten loods die door de technische dienst wordt gebruikt. Deze loods wordt afgebroken zodat meer ruimte wordt gecreëerd voor de centrumvoorzieningen. Dit geeft een meer ruimtelijk gevoel. De schuur kan achter de bedrijfswoning worden gecreëerd met een ingang naar de parkeerplaats. Op die manier is de loods niet meer prominent aanwezig op de camping, maar wel aanwezig op een efficiënte plaats die niet erg in het oog loopt.

7.6 Animatie, activiteiten, spelen

De animatie en de speelvoorzieningen voor kinderen tot 12 jaar worden geconcentreerd in het centrumgebied. Oudere jeugd/pubers hebben liever een eigen plek. Op het huidige sportveld wordt daarom een jeugdhonk gecreëerd, waar men zich tot in de late uurtjes met elkaar kan vermaken. Op dit veld worden ook voorzieningen gecreëerd voor deze doelgroep. Hierbij kan worden gedacht aan beachvolleybal, voetbal enz. Van belang is om deze locatie zo goed mogelijk gescheiden te houden van de rest van de camping.

Bij het ontwikkelen van het concept voor de strandhuisjes is ook een edutainment programma ontwikkeld op het strand. Dit programma hoeft niet te wachten tot er strandhuisjes op het strand worden geplaatst. Dit programma kan ook nu al in de markt worden gezet door vanuit de camping dit programma aan te bieden. Tijdens het hoogseizoen kan een format worden gemaakt voor kinderen. Voor het voor- en naseizoen kan een format worden gemaakt voor (oudere) volwassenen.



Naast de activiteiten op de camping kunnen voor de oudere jeugd en volwassenen outdoor-achtige activiteiten worden ontwikkeld op het strand. Onderstaand een aantal voorbeelden.





7.7 Programma van eisen

- Wat de toeristische gasten betreft wil Zonneweelde zich richten op gasten die zowel op als buiten de camping actief bezig willen zijn. Het toeristisch productaanbod richt zich daarom vooral op luxe en comfortabele verblijfsvormen met goede voorzieningen en het actief bezig zijn in of bij de centrumvoorzieningen van de camping en op het strand.
- De vaste gasten komen veel meer voor de gezelligheid en het wandelen of zonnen op het strand. Een duidelijke zonering van doelgroepen is belangrijk om conflicten tussen doelgroepen te voorkomen.
- De uitstraling van het park mist nu beleving. Om zich van andere parken te kunnen onderscheiden is beleving noodzakelijk. Voor de hand ligt een strandbeleving, liefst met een bepaald thema. Dit thema moet vervolgens integraal worden doorgevoerd op het bedrijf. Dit betekent dat de centrumvoorzieningen hierin worden betrokken, de uitstraling van de verhuureenheden, de toeristische velden, de activiteiten die worden ontwikkeld enz. Daarmee moet het een geheel vormen. Alles moet kloppen.
- De entree van het park krijgt een stranduitstraling met bijvoorbeeld helmgras, zand, hoogteverschillen.
- De entree wordt verlegd, zodat bij de horeca meer ruimte komt om het terras te vergroten. Dit versterkt de uitstraling naar buiten zodat de aantrekkingskracht vergroot wordt.
- De milieustraat gaat ondergronds en komt bij de slagboom.
- Bij de entree wordt een camperveld gecreëerd waarop tussen de 12 en 15 campers kunnen worden geparkeerd. Op dit veld komen ook voorzieningen om vuilwater te lozen en schoonwater in te nemen. Het camperveld komt voor de slagboom, zodat campers vroeg kunnen vertrekken.
- De bedrijfswoning wordt verplaatst naar de rand van het bedrijf. Rechts van de ingang zoveel mogelijk op de hoek zodat het wel bij het park hoort, maar niet prominent in het midden staat.
- De loods voor de technische dienst komt bij de nieuwe bedrijfswoning, zodat deze niet meer zo prominent in beeld staat als nu.
- Het bestaande buitenzwembad wordt niet overdekt, maar krijgt wel verwarming. Dit zal op een duurzame manier plaatsvinden met zonnecollectoren en eventueel een milieuvriendelijke extra verwarmingsmethode.
- In de schuur waar nu de winkel en de horeca zijn gevestigd wordt ook de receptie gevestigd. Hierdoor kan in rustige periodes het personeel in de receptie ook de boodschappen afrekenen. Hierdoor kan personeel effectiever ingezet worden, waardoor op personeelskosten kan worden bespaard, zonder dat dit ten koste gaat van het serviceniveau.
- Het centrumgebied wordt ruim opgezet en krijgt een overdekte speeltuin gerealiseerd (bij voorkeur in de bestaande schuur). Het is niet de bedoeling om een traditionele ballenbak te creëren, maar bijzondere speelvormen die gekoppeld worden aan de strandbeleving. In het overdekte spelen moet het ook mogelijk zijn om academies te geven, naar het voorbeeld van Hof van Saksen. Hierbij wordt rekening gehouden met verschillende leeftijdscategorieën. Gedacht kan worden aan het bouwen van een strandkar/wagen. Het bouwen van een strandhut, een zelfgemaakte vlieger, het zeven van zand op haaientanden enz. Ook voor de kleinere kinderen zijn academies beschikbaar, maar speelelementen in het zand mogen niet ontbreken. Een aantal academies zijn zowel binnen als buiten op het strand te doen.
- Het plein tussen horeca en zwembad krijgt een strandlook. Dit kan worden bereikt door te werken met houten vlonders en/of Stelcon platen in combinatie met zand.

- De bestaande receptie, het woonhuis en de schuur van de technische dienst verdwijnen van hun huidige locatie. Hierdoor komt er ruimte om een centrumhart te creëren met het bestaande zwembad, met een podium en een beachvolleybalveld. Het hart moet bruisen van activiteiten en gezelligheid. Vanaf het terras is het gehele terrein te overzien zodat genoten kan worden van spelende kinderen in het zwembad, maar ook van het optreden op het podium en een toernooi bij het beachvolleybalveld
- De mogelijke uitbreiding van 1 hectare wordt bij het bedrijf getrokken.
- De jaarplaatsen met stacaravans en toercaravans worden meer naar achteren verplaatst, het toeristisch aanbod krijgt een plaats rondom de centrale voorzieningen.
- Knelpunten bij de jaarplaatsen met het oog op brandveiligheid worden opgelost. De uitbreiding biedt hierbij een uitstekende uitwijkmogelijkheid om mensen op een prettige manier te herplaatsen.
- Het aantal toeristische plaatsen blijft gehandhaafd op 69. De plaatsen zijn minimaal 125 m², zodat hierop ook verhuureenheden kunnen worden geplaatst op termijn.
- Toeristische plaatsen krijgen een stranduitstraling (meer zand, helmgras, strandpalen). Bovendien wordt iets extra's toegevoegd zoals een hangmat, een barbecue of een picknicktafel.
- De verhuuraccommodaties op Zonneweelde krijgen een luxe uitstraling. Hierbij wordt gedacht aan een mix van bijzondere chalets en verhuurtenten met een bijzondere stranduitstraling. In totaal worden ruim 30 verhuureenheden neergezet.
- Op het centrumplein komt een buitenspeeltuin, die dicht bij het terras van de horeca ligt zodat de kinderen kunnen spelen, terwijl de ouders worden geconcentreerd bij de horeca.
- De puberdoelgroep krijgt een eigen honk en veld, dat goed wordt afgeschermd van de rest van de camping zodat hinder tot een minimum wordt beperkt. De uitvoering moet hufterproof zijn.
- De horeca is vanaf de weg goed zichtbaar en bereikbaar, er is ruimte om de fiets te parkeren zoals dat bij elke strandopgang gebeurt, met hekken in het zand, waar de fietsen tegen kunnen worden neergezet.
- De horeca heeft een uitstraling van een luxe strandtent, dat is nu al zo, maar kan nog verder worden uitgewerkt door houten vlonders als terras neer te leggen en schuttingen met glas, zodat men uit de wind in de luwte zit.
- Men houdt de vinger aan de pols ten aanzien van de ontwikkelingen rond de pilot van de strandhuisjes op het strand van Nieuw Vliet.

Apeldoorn, 15 november 2013
Van der Reest Advies