

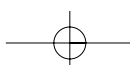
Camping Callassande in Groote Keeten

In het bollengebied langs de Noord-Hollandse kust begonnen Tom en Aart de Graaf in 1986 een camping. Om voorin de campingsgidsen te komen kozen ze een naam met een letter die vooraan staat in het alfabet: Callassande. Anno 2008 is het uitgegroeid tot een mooi bedrijf met vijfhonderd plaatsen en voldoende uitbreidingsmogelijkheden. Toch is het aantal overnachtingen afgelopen jaar met 8 procent gedaald. Tijd voor een bedrijfsanalyse door HTC Horeca en Catering Adviescentrum en Recreatie.



Tom de Graaf

Actief werken aan na



Profiel

Naam	Camping Callassande
Plaats	Groote Keeten
Directie	Tom en Wilma de Graaf
Juridische vorm	BV
Geopend sinds	1986
Medewerkers	3 fulltime medewerkers 25 oproepkrachten in hoogseizoen
Verkoopcapaciteit	74 vaste plaatsen 371 toeristische plaatsen 59 plaatsen op trekkersveld
Oppervlakte	11,5 ha
Openingstijden 2008	15 maart t/m 26 oktober
Website	www.callassande.nl
E-mail	info@callassande.nl

BEDRIJFSANALYSE

Camping Callassande krijgt niet voor niets een 9,0 van de ANWB. Opmerkelijk is de volledig gratis afwasmachine. Tom: "Mooi hè? En geloof het of niet, maar ook die bespaart een heleboel water. Moet je al die mannen en kinderen hier eens zien spoelen, bij de afwas. Dat blijft maar doorgaan, vaak zelfs zonder teiltje. Deze machine vinden die mannen helemaal te gek. Hij is heel snel klaar en een volledige wasbeurt kost maar drie liter water! Daarom heb ik het gebruik ook gratis gemaakt."

Aartje Twinkel

Het recreatieprogramma is een element waar Callassande door de jaren heen veel aandacht aan heeft besteed. Dat begon al in 1987, toen Recreatiewerk Noord-Holland de animatie voor zijn rekening nam. Jarenlang kwamen er twee vrijwilligers als recreatiwerkers, later kwam er een betaalde kracht. "Zeker de eerste tien jaar hebben we ons daar heel goed mee kunnen onderscheiden, maar ook nu hebben we nog erg goed recreatiewerk", vertelt Tom. "Twee jaar geleden hebben we ons aangesloten bij Kinderkampeerwereld. Hun typetje Aartje Twinkel is sindsdien een regelmatigte gast in onze programmering.

Doordat we hier voorbij zijn gegaan aan de grote mode van de thematisering, past Aartje Twinkel prima

bij ons bedrijf. De kinderen zijn dol op hem en we merken ook echt dat het werkt. Mensen die het ene jaar in Limburg hebben gekampeerd bij een bedrijf van Kinderkampeerwereld, komen het volgende jaar naar ons bedrijf."

Tom heeft thematisering nooit nodig gevonden voor zijn bedrijf. "Zoiets als de Sprookjes-camping is mooi hoor, maar voor ons hoeft dat niet zo. Wij hebben natuurlijk de kust, en daarbij heel goede voorzieningen en een heel goed recreatieprogramma. Dat moet toch voldoende zijn?"

Maar terwijl hij het zegt geeft Tom direct ook zijn twijfels aan. Want misschien is het niet voldoende: in 2007 boekte het bedrijf 8 pro- →

"Toeristisch kamperen brengt leven op je bedrijf"

Maarten Bokslag

Callassande ligt in Groote Keeten, in de gemeente Zijpe. Tom is opgegroeid in dit kleine dorp, waar zijn vader een boerderij had met een kleine camping van 1,2 hectare erbij. De broers werkten jarenlang in de zomer op de campng, om in de winter voor een baas aan het werk te gaan.

Midden jaren tachtig besloot de gemeente dat de kleine camping moest verdwijnen. Gelukkig bezat vader De Graaf nog meer landerijen. Op één daarvan konden de twee broers een camping van 8,5 hectare realiseren. Daarbij waren zij verplicht om een kleine 75 stacaravans van vaste gasten mee te nemen, maar voor het overige wilden de broers volledig inzetten op toeristisch kamperen.

Tom: "Toeristisch kamperen brengt leven op je bedrijf. En als het eenmaal goed draait haal je er ook een hogere omzet mee dan met seizoensplaatsen. Ik heb zo'n angstvisioen van een vaste gastencommissie die precies bepaalt wat er op een bedrijf moet gebeuren. Ik blijf liever zelf de baas. Hier hebben we elk weekend 150 nieuwe gezinnen op het bedrijf. Da's veel uitdagender. En veel beter voor je voorzieningen, zoals de horeca. Het loont dan ook echt de moeite om goede voorzieningen te maken."

Tom en Aart hebben zich dan ook met veel enthousiasme op die voorzieningen geworpen. Al heel snel kwam er een zwembad, dat in 1990 overdekt werd. Daarbij kozen zij voor een unieke constructie: wanneer de tempera-

tuur het toelaat schuift het dak volautomatisch open. Zonnepanelen zorgen voor de verwarming. Tom: "In die tijd was de omzet echt nog laag. we hebben heel veel zelf gebouwd om de kosten in de hand te houden." Maar het loonde de moeite, want het overdekte zwembad zorgde voor een enorme boost in de ontwikkeling van het bedrijf. In 1995 werd het oorspronkelijke zwembad onder de overkapping vervangen door een nieuw bad, met glijbaan en diverse speelmogelijkheden.

Zonnecollectoren en grijswater

De zonnecollectoren op het dak van het zwembad geven het al aan: Callassande draagt duurzaamheid en milieu hoog in het vaandel. Zo gebruikt het bedrijf al twintig jaar een separaat grijswatersysteem voor het spoelen van de toiletten. Dat grijswater komt van de douches en het regenwater en wordt aangevuld met grondwater. Callassande had ook jarenlang een Gouden Milieubarometer, maar daar is De Graaf van afgestapt: "Het is natuurlijk wel heel mooi enzo, maar brengt ook veel bureaucratie met zich mee. Na een aantal jaren had ik daar geen zin meer in. Op deze manier ben ik ook milieuvriendelijk. Dan maar zonder certificaat."

Overigens zijn Tom en zijn vrouw Wilma sinds 2001 volledig eigenaar van de camping. Aart besloot te emigreren naar Duitsland en deed daarbij zijn aandeel in het bedrijf van de hand. De sanitaire gebouwen op het terrein zijn van alle gemakken voorzien. Kindersanitair en familiebadkamers zijn langzamerhand gemeengoed voor de betere campings;

naamsbekendheid



STERKE PUNTEN

- De camping beschikt over veel faciliteiten, is relatief onafhankelijk van het weer.
- De camping speelt in op trends en ontwikkelingen, bijvoorbeeld met WiFi.
- Mogelijkheden voor online reserveren.
- Aangesloten bij meerdere samenwerkingsverbanden.
- Professioneel recreatieprogramma, deels uitbesteed.
- Voorzieningen in eigen beheer, zoals een vuilniswagen.
- Omzetgroei afgelopen jaar hoger dan het landelijk gemiddelde.

ZWAKKE PUNTEN

- Daling van het aantal toeristische overnachtingen.
- Stagnatie van de omzetgroei.
- De website is verouderd.
- Een aantal faciliteiten is verouderd, zoals de skatebaan.
- Personeelskosten relatief hoog ten opzichte van het branchegemiddelde.

KANSEN

- Het verruimen van het horeca-aanbod op de camping, eventueel ook voor gasten uit de omgeving.
- Gemeente wil toerisme stimuleren.
- Mogelijke uitbreiding op eigen terrein.
- Inspeken op trends in de recreatiebranche, zoals het plaatsen van chalets voor verhuur en verkoop.

BEDREIGINGEN

- Steeds meer gezinnen gaan naar het buitenland op vakantie.
- Uitbreidingsmogelijkheden zijn afhankelijk van het bestemmingsplan.
- Bezwaren vanuit de omgeving voor uitbreidingen.

Conclusie

Camping Callassande ligt op loopafstand van het Noordzeestrand. Daarbij is de ondernemer zeer actief om de markt te bewerken. Tom de Graaf houdt trends en ontwikkelingen scherp in de gaten en speelt daar innovatief op in. Zo houdt hij zich al jaren bezig met duurzaam ondernemen en is hij aangesloten bij diverse samenwerkingsverbanden. Het deels in eigen beheer houden van bijvoorbeeld de vuilnisafvoer, zorgt ervoor dat het comfort op de camping uitstekend is.

De geboden faciliteiten zijn speciaal bedoeld voor gezinnen. Kinderen staan centraal op de camping. In principe kan men de gehele vakantie op het park verblijven, maar de ondernemer wil zijn gasten ook alternatieven in de omgeving aanbieden. Activiteiten en bezienswaardigheden in de omgeving worden zelfs op de website gepromoot. De huidige campinggast verwacht meer van het horeca-aanbod op een camping dan hetgeen Camping Callassande momenteel biedt. De ondernemer merkt dat de gasten van zijn camping daar ook behoefte aan hebben. Naar verwachting kan er meer omzet gehaald worden uit de horecavoorzieningen, bijvoorbeeld door een uitgebreider assortiment. Tom de Graaf onderzoekt momenteel de mogelijkheden om dit op een eenvoudige manier te realiseren.

De ondernemer realiseert zich dat de recreatiebranche een moeilijke tijd doormaakt. Vooral de keuze van veel gezinnen om naar het buitenland op vakantie te gaan laat zijn sporen achter. Het bedrijfsresultaat was de afgelopen jaren positief. De cijfers van het afgelopen jaar laten echter zien dat dit resultaat afneemt. Dit komt voornamelijk door de slechte zomer van het afgelopen jaar, maar daar wil de ondernemer zich niet achter verschuilen. Tijd om in te grijpen voor de ondernemer, die door middel van een uitgebalanceerd promotieplan meer naamsbekendheid op wil bouwen. Met deze plannen kan Camping Callassande de toekomst met goede moed tegemoet zien.



cent minder overnachtingen dan het jaar ervoor. "Natuurlijk kan ik me dan verschuilen achter het mindere weer, maar dat wil ik niet. Er is landelijk echt iets aan de hand. Ik heb geen zin om te wachten tot het te laat is. Natuurlijk hebben we de samenwerking met KinderKampeerWereld en regionaal met Holland Camps. Maar nu hebben we besloten om ook daarbuiten actief te gaan werken aan de naamsbekendheid van het bedrijf. Wij gaan investeren in een marketingplan om het bedrijf duidelijker onder de aandacht te brengen. Mensen die hier een keer geweest zijn komen graag terug. Ik moet er dus voor zorgen dat meer mensen kennismaken met Camping Callassande."

Horeca

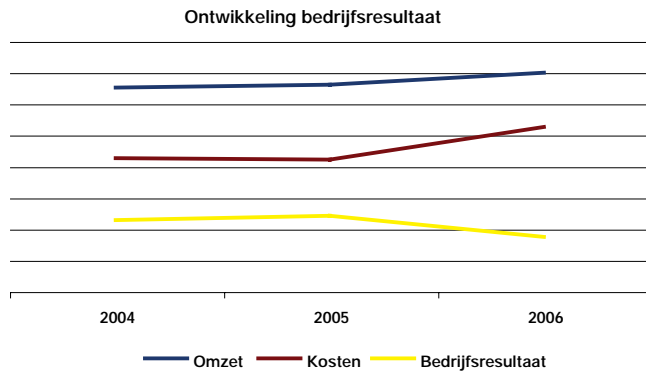
Het bedrijf is in de ruim twintig jaar van zijn bestaan eenmaal vergroot met drie hectare. In 1995 werd het aantal plaatsen met 150 uitgebreid. In 2005 kocht De Graaf bovendien een aangrenzend terrein van 5,5 hectare, waarop hij graag 110 chalets en recreatienatuur wil ontwikkelen. Tegen de tijd dat hij de vergunning daarvoor rond heeft – hij hoopt in de loop van 2009 – moet ook de horeca eens flink worden aangepakt.

De Graaf: "We hebben hier een restaurant met een kleine kaart en een goede snack-bar. Dat restaurant is tegelijkertijd een soort kroeg: als er op een avond disco is moet het om half acht dicht. Dat is niet ideaal, al ben ik er best trots op dat onze horeca winst maakt."

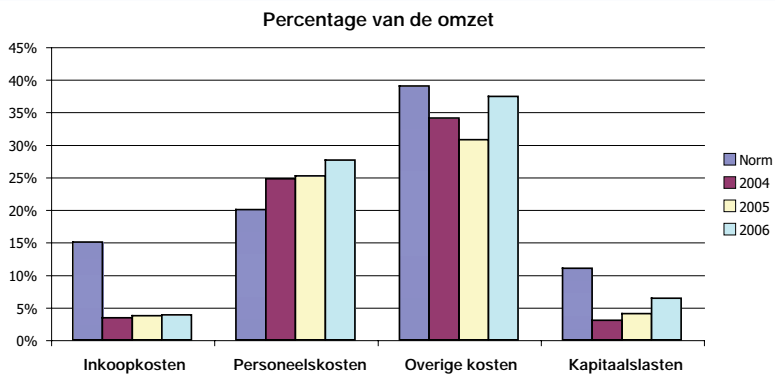


BEDRIJFSANALYSE

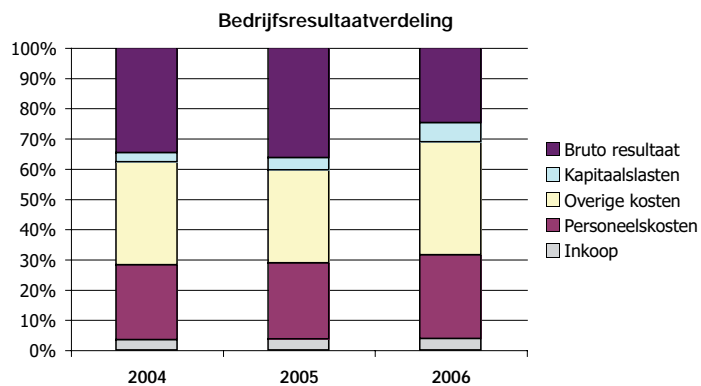
Het bedrijfsresultaat van Camping Callassande is positief. In 2006 is het resultaat echter afgenomen ten opzichte van 2005. De verwachting is dat in 2007 het resultaat verder terug zal lopen. De daling van het resultaat in 2006, ondanks de omzetsijging, kan worden geweten aan een toename in de personeelskosten en in de overige bedrijfskosten. Daarnaast heeft de branche te kampen met een terugloop van recreanten.



Het bedrijf is goed in staat de kosten te beheersen. Zowel de inkoopkosten, de overige kosten als de kapitaalslasten liggen onder de norm. De percentages zijn echter wel aan het stijgen. De personeelskosten laten zien dat er nog ruimte voor verbetering is. In 2006 zijn deze beduidend hoger dan in 2005.



De omzetgroei is de afgelopen jaren gestagneerd, terwijl de kosten bleven groeien. Hierdoor is het bedrijfsresultaat in 2006 lager uitgekomen dan in voorgaande jaren. De verwachting voor 2007 is dat dit in 2007 verder zal afnemen. Het resultaat blijft echter positief en daarom kan men zeggen dat de afgelopen jaren goed zijn verlopen voor de camping. De kosten zijn stabiel gebleven, waarbij er in 2005 een beter bruto bedrijfsresultaat is gegenereerd. In 2006 is dit afgenomen en de prognose voor 2007 laat een verdere lichte daling in het bedrijfsresultaat zien.



Toch wil hij iets meer met de horeca. "Zeker als we die chalets erbij bouwen. Nu blijkt uit ons onderzoek al dat de gasten naar een betere keuken vragen. Tot nog toe hebben we heel bewust geen kok in dienst: ik kan die toch maar een paar maanden per jaar een positie garanderen. Ik zou wel meer met de horeca willen, maar dan wél met hetzelfde trouwe ploegje mensen waar we het nu mee doen. Misschien moet ik het voorlopig zoeken in zaken die we gewoon zo in de oven kunnen zetten. En als die chalets er staan kunnen we wellicht een echt restaurantje openen." ■

Deze bedrijfsanalyse werd uitgevoerd door Marlies van Eekeren en Flip Verschoor van HTC Horeca & Catering Adviescentrum.

Postbus 92
1620 AB Hoorn
T: (0229) 24 50 85
I: www.htcadvies.nl



Sinds 1978 onderscheidt HTC Horeca & Catering Adviescentrum zich door middel van professionele, objectieve en praktijkgerichte advisering op het gebied van recreatie, horeca & catering. Al meer dan 3500 organisaties profiteerden van de adviezen en implementatie daarvan. Leden van RECRON krijgen een korting van 10% op de werkzaamheden van HTC.