

Camping Klein Zwitserland bij Zuidwolde

Tien jaar geleden kochten Paul en Els Kinwel de volledig verpauperde Camping Klein Zwitserland bij Zuidwolde. Zij haalden de bezem door het klantenbestand, rekenden af met permanente bewoning en investeerden elk jaar in het bedrijf.

De jaarplaatsen kregen zij behoorlijk gevuld, de kantine loopt goed en is één en al gezelligheid.

Maar waarom blijft het aantal toeristisch kampeersers zo ver achter? Tijd voor een Bedrijfsanalyse door Recreatie en HTC Advies.



Profiel

Naam	Camping Klein Zwitserland
Adres	De Stuw 12 7921 VJ Zuidwolde Paul en Els Kinwel
Directie	V.O.F
Juridische vorm	1966 gestart, in 2001 overgenomen door huidige eigenaren
Geopend sinds	2 FTE eigenaren
Medewerkers	Vier gasten van de camping die helpen met: - schoonmaak toiletgebouwen - schoonmaak huurcaravans - animatie kinderen in hoogseizoen - knutselen en timmeren met kinderen
Verkoopcapaciteit	50 jaarplaatsen met stacaravans 20 toeristische plaatsen
Openingstijden	1 april tot 1 november
Website	www.campingkleinzwitserland.nl

Maarten Bokslag

Paul (47) en Els (51) Kinwel besloten twaalf jaar geleden hun leven een andere wending te geven. Paul werkte in de installatietechniek en bracht hele dagen als tekenaar op kantoor door. Els was wetenschappelijk onderzoeker bij TNO en wilde ook weleens wat anders. Zelf gingen ze er graag met de caravan op uit, dus een camping, dat leek ze wel wat. Eerst probeerden ze het als huurder van een groepsaccommodatie met camping in Limburg, maar dat bleek niet het soort bedrijf dat ze voor ogen stond. Ze zochten verder en vonden uiteindelijk Camping Klein Zwitserland.

Dit bedrijf van 3,5 hectare in het Drentse Zuidwolde was na de oorlog gaandeweg gegroeid. Van een bedrijf waarbij toeristen konden slapen in de hooischuur werd het een heuse camping. De eerste inschrijving bij de Kamer van Koophandel dateert van 1966, hebben Paul en Els nagezocht. Toen zij het bedrijf in

2001 kochten, was het totaal verwaarloosd. In totaal stonden er 65 stacaravans op het bedrijf, dat vergunning had voor vijftig plaatsen. Een derde deel van de caravans werd permanent bewoond. Zelfs een deel van het achterliggende bos was illegaal gekapt en werd gebruikt om in te wonen.

Mooi en afwisselend

Paul: "Wij liepen over het bedrijf en keken door al die vervallen stacaravans heen. Wat we zagen was een mooie camping, schitterend gelegen tussen de bomen. Geen starre rijen met caravans, maar een mooi afwisselend terrein. Daarbij komt dat de aanschafprijs voor ons te financieren was."

De eerste stap was het verwijderen van de permanente bewoners, die er soms bijliepen als zwervers. Els: "Samen met de gemeente hebben we actie ondernomen. Iedereen heeft een brief gehad, dat we na twee jaar het



BEDRIJFSANALYSE

bedrijf in de winter gingen sluiten. We gingen strak de regels handhaven en dat viel natuurlijk niet in de smaak. We kregen wel veel gemor, maar toen we voet bij stuk hielden zagen we de grootste lastposten toch al snel vertrekken. Na een jaar was de helft van de permanente bewoners weg, na 2,5 jaar vertrok de laatste. Sindsdien gaat het bedrijf dicht voor de winter."

In die periode werden dertig stacaravans van het terrein verwijderd. Daarbij bleek het niet makkelijk om de vrijgekomen plaatsen weer te vullen. Paul: "Wij

zijn selectief op onze klanten. Het moeten nette en gezellige mensen zijn, die hier passen in de sfeer. Maar de camping had natuurlijk een verschrikkelijk slechte naam. En als er dan iemand kwam kijken, werd er altijd wel een caravan gesloopt of liep er zo'n zwerver over het terrein."

Pas toen alle permanente bewoners weg waren, zat het mee. Aan de zuidkant van Zuidwolde ging Camping Ekelenberg sluiten en af en toe kwam er eens iemand bij Klein Zwitserland kijken voor een jaarplaats. Zo werd bekend dat de nieuwe eigenaars er een keurig bedrijf van hadden gemaakt. Uiteindelijk zijn bijna vijftien bewoners van Camping Ekelenberg naar Klein Zwitserland gekomen, een echte opsteker voor de nieuwe eigenaars.

Investerings

De eerste jaren is er heel veel vernieuwd. Samen met de gasten werd de speeltuin aangepakt. Al snel volgden elektra, waterleiding en het sanitairgebouw. Belangrijk voor de toeristisch kampeersers, waar Paul en Els hun pijlen op hadden gericht. De keuken werd gemoderniseerd en de kantine van een kale hal met tl-armaturen omgetoverd in een gezellig restaurantje, met eethoekjes, een houten interieur en veel antieke voorwerpen. Sindsdien speelt de kantine een sleutelrol op het bedrijf. Er wordt veel georganiseerd, zoals klaverjassen op vrijdag en de bingo op zaterdag. Na afloop wordt er dan samen geborrelt, de gasten nemen graag een snack erbij. "De kantine loopt dan ook heel goed", vindt Els. Ook voor het avondmaal weten de gasten de kantine te vinden. Dan serveren Paul en Els eenvoudige gerechten uit de vriezer, die in de →

Dertig permanente bewoners werden verwijderd

Een schitterend bedrijf, dus waar blijven de toeristen?



Els en Paul Kinwel



STERKE PUNTEN

- Natuurlijke ligging in glooiend natuurgebied
- Sterke familiesfeer met de gasten van de vaste staanplaatsen
- Goedlopende en sfeervolle kantine
- Zwembad waar zowel gezinnen met kinderen als ouderen gebruik van maken.

ZWAKKE PUNTEN

- De nabijgelegen provinciale weg zorgt voor geluidsoverlast
- De ambiance en het functioneren van de camping is sterk afhankelijk van de twee ondernemers
- Door de familiale sfeer met de vaste gasten kunnen toeristisch kampeersders zich buitengesloten voelen
- Woonhuis en receptie zijn oud en bepalen de eerste indruk van de gast.

KANSEN

- Meer marketingactiviteiten ondernemen om de bezetting van de toeristische plaatsen te verhogen
- Uitbreiding van het aantal standplaatsen op extra grond in het bos
- Toenemende vergrijzing, waar de camping met de familiale sfeer en het voorzieningenniveau goed op kan inspelen.

BEDREIGINGEN

- De streek rondom Zuidwolde heeft weinig naamsbekendheid
- Meer gezinnen plannen dit jaar weer de zomervakantie naar het buitenland
- Veel concurrentie van natuur- en boscampings in de directe omgeving
- Gemeente De Wolden heeft een laag voorzieningenniveau en weinig toeristische attracties.

Conclusie

Camping Klein Zwitserland is een gezellige boscamping in een mooi natuurgebied. Ondanks aantrekkelijke voorzieningen heeft de camping een lage bezetting van toeristisch kampeersders. Door gerichte marketingacties die de sterke punten benadrukken kan de bezetting verhoogd worden.

Gasten komen jaar na jaar graag naar dit bedrijf. Dit komt mede door de inzet van de eigenaren zelf, er wordt een echte familiesfeer gecreëerd. Deze sfeer is het unieke verkooppunt waarmee ook de toeristische gasten aangetrokken kunnen worden. Daarbij is een aandachtspunt dat de toeristische gasten zich door de familiale sfeer ook buitengesloten kunnen voelen. De ondernemers moeten er dan ook voor zorgen dat de toeristisch kampeersders betrokken worden in deze sfeer, mede door de inzet van de vaste gasten.

De camping ligt nabij een provinciale weg, vaste gasten hebben hier geen last van maar de tijdelijke kampeersders wel. Hier moeten de ondernemers rekening mee houden. Zorg dat de weg uit het zicht ligt van de toerplaatsen en dat het geluid gedempt wordt door begroeiing en stacaravans.

Er zijn voldoende mogelijkheden om de bezetting van de toeristische plekken te verhogen. Dit kan met een goed promotieplan en door de gasten via nieuwe wegen (social media) te benaderen. Denk ook aan arrangementen en samenwerking met bedrijven uit de regio.

De ondernemers moeten zich bewust worden van hun eigen sterke punten om deze vervolgens bewust in de markt te zetten. De familiale sfeer is een kracht en dient in de communicatie van het bedrijf terug te komen. Met de juiste inspanningen kan de bezetting aanzienlijk verhoogd worden.

magnetron worden bereid. Op deze manier weten zij zelfs entrecote op tafel te zetten. En dat smaakt heel goed, vinden de ondernemers en hun gasten. Een andere investering was het zwembad. Toen Paul en Els de camping kochten was er een peuterbadje, dat al snel werd gerevoerd. In 2007 kwam daar een echt zwembad naast te liggen, tot grote vreugde van de campinggasten. Maar extra toeristisch kampeersders kwamen er niet. "Misschien doordat we de toeristische plaatsen te dicht bij de N48 hadden liggen", denkt Paul. "Of gewoon omdat dit deel van Drenthe niet erg in trek is bij toeristen, dat kan ook. Onbekend maakt onbemind en dat is jammer, want het is hier een schitterend glooiend terrein. Maar hoe wijzen we de mensen daarop?"

De kantine speelt een sleutelrol op het bedrijf

Gastvrij Nederland

Met die vraag namen Paul en Els deel aan het RECRON-project Gastvrij Nederland. De adviseur van Hanze Connect die op bezoek kwam deed enkele aanbevelingen, maar op zich was de boodschap dat ze het voor de gekozen doelgroepen – jonge gezinnen en senioren – prima deden. Dus gaan de ondernemers rustig door met hun bedrijf, dat er inmiddels bijligt om door een ringetje te halen. De nieuwe uitdaging is de uitbreiding van het bedrijf met 0,7 hectare in zuidelijke richting. Daar ligt de strook bosgrond, die deels al illegaal gekapt is door de vorige eigenaar. Paul: "Een deel van die grond valt in de EHS. Wij namen deel aan een pilot van het project Natuurlijke Recreatie Drenthe en zo is in goed overleg besloten wat we konden ontwikkelen, met goedkeuring van de Milieufederatie en de

provincie. In de loop van het komend jaar geeft de gemeente ons vrijwel zeker toestemming voor een stuk of twintig extra plaatsen. Elf toeristische plaatsen die al vele jaren werden gedoogd kunnen dan eindelijk in de vergunning worden opgenomen.

Om die nieuwe plaatsen goed in de passen en de rest van het bedrijf nog natuurlijker te maken, pakken we nu de beplanting op het terrein aan. Overal staan coniferen; die vervangen we door inheemse planten en bomen. Dat

"De coniferen weg? Maar wat komt er dan?"

riep wel weer vragen op bij onze gasten", lacht hij. "Toen ik vertelde dat we de coniferen weg gingen halen om iets anders te planten, zeiden ze: maar wat dan? Die kunnen zich nu nog niet voorstellen hoe mooi het straks wordt!" ■

Deze bedrijfsanalyse werd uitgevoerd door Puck Wilbers van HTC Advies.

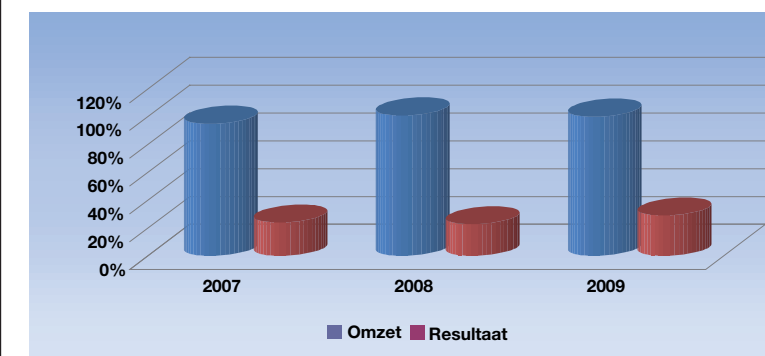


Sinds 1978 onderscheidt HTC Advies zich door middel van professionele, objectieve en praktijkgerichte advisering op het gebied van recreatie, horeca en catering. Al ruim 4.000 organisaties profiteerden van de adviezen en implementatie daarvan. Leden van RECRON krijgen een korting van 10 procent op de werkzaamheden van HTC Advies.

BEDRIJFSANALYSE

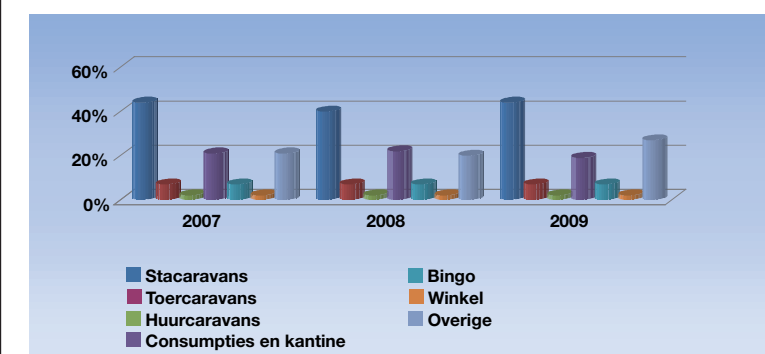
Omzet

Sinds 2007 is de omzet met 5 procent gestegen. Er zijn veel vaste inkomsten door de stacaravans. In 2009 is het resultaat gestegen. Dit komt door een subsidie (KITS 2000) voor de aanleg van het nieuwe zwembad.



Opbrengsten

De belangrijkste omzet voor de camping wordt gegeneerd met de stacaravans. Deze was in 2008 lager door enkele wanbetalers. Ook worden veel opbrengsten uit de consumptie en de kantine gegeneerd. Overige opbrengsten zijn onder andere de schoonmaakopbrengsten uit de huurcaravans, de douchemunten, gas, water en elektra. Opvallend is dat de omzet van de bingo net zo hoog is als die van de verhuur van de toeristische plaatsen.



Bedrijfskosten en vaste lasten

De inkoopkosten zijn in 2008 gestegen, door de hogere prijs van propaangas, water en elektriciteit. De camping heeft geen personeelskosten. De overige exploitatiekosten bestaan uit huisvestingskosten, verkoopkosten en algemene kosten.

