

RET Magazine



Tips,
inspiratie
& tools
voor
recreatief
Drenthe



4 Met Agnes & Sylvia
Project terugblik



7 Werken aan je bedrijf
Top 10 Tips



28 Bedrijfsbezoek
Sprookjeshof

Voorwoord

Ondernemers willen zich blijven ontwikkelen

Het Recreatie Expert Team (RET) is al zo'n acht jaar actief in Drenthe. En met succes. 52 bedrijven in de recreatiesector hebben hun strategische en beleidsmatige vraagstukken aan het team voorgelegd. Ze ontvingen ondersteuning en advies over uiteenlopende onderwerpen: van het creëren van een betere positionering tot de verkenning van de mogelijkheden voor een doorstart of het meekijken naar investeringsplannen. Als provincie zijn we blij dat er zo veel Drentse bedrijven zijn die hun vertrouwen aan het RET hebben geschonken. Het resultaat zijn sterke(re) bedrijven en een positieve invloed op de werkgelegenheid, de economie én het vrijetijdsproduct van Drenthe.

Bij de start van het project zaten we middenin een economische crisis, daarna beleefden wij hoogtijdagen en nu speelt de coronacrisis. De situatie van de deelnemende bedrijven was dus veranderlijk, zo ook hun vragen aan het team. Maar er bleef steeds één stabiele factor, namelijk het feit dat ondernemers zichzelf altijd willen blijven ontwikkelen. Ze bewogen mee en werden sterker door kennis in hun organisatie te halen.

Dit magazine ontsluit een deel van de kennis die het team en de deelnemende bedrijven hebben opgedaan met het RET. Zo kunnen nog meer Drentse ondernemers er hun voordeel mee doen.



Henk Brink

gedeputeerde vrijetijdseconomie
provincie Drenthe

Voorwoord

Ondernemen is topsport

Ondernemen in de recreatiesector is topsport. Waar het in de topsport normaal is om een heel team om je heen te hebben, is dat in deze sector zeker nog niet het geval. Toch kun je als recreatieondernemer niet alles alleen. Dat is geen zwakte, dat is normaal!

Daarom vind ik het zo waardevol dat we de afgelopen jaren een fantastisch team aan het werk hadden dat recreatieondernemers bijstond met raad en daad. Dat met hen meekeek naar vraagstukken en hen hielp bij het behalen van hun doelen. Zo konden de ondernemers laagdrempelig ervaren dat ze het niet alleen hoefden te doen. Je wordt nog sterker als je kennis in je organisatie haalt.

Petje af voor de ondernemers die het RET hebben ingeschakeld. Want spannend is het wel, een heel team mee laten kijken in je bedrijf. Extra stoer zijn de ondernemers die in dit magazine hun verhaal doen en daarmee ook ons nog een kijkje in hun keuken geven. Dank jullie wel voor het vertrouwen!

Grote waardering voor de tomeloze inzet en betrokkenheid van alle experts en coaches, de voorzitter en de projectleider. Samen hebben we een fantastisch impuls gegeven aan individuele bedrijven én de vrijetijdssector in Drenthe.

De afgelopen jaren is er al veel kennis gedeeld, en dat doen we in dit magazine nog een keer. Doe er je voordeel mee, zou ik zeggen!

PS. Vakantieparken kunnen natuurlijk nog steeds gebruikmaken van het Recreatie Expert Team via Vitale Vakantieparken!



Dick Dijkstra

Recreatieschap Drenthe

In dit magazine

- 4 Recreatie Expert Team** Terugblik op 8 jaar RET
- 7 Top 10 Tips** De 10 meest gegeven tips door het RET
- 8 Ondernemerschap** Klankborden en gestructureerd werken
- 11 Rabobank** Betrek de bank in een vroeg stadium bij je plannen
- 12 Marketing** Durf te kiezen
- 15 Regelingen & Tools** Programma's, regelingen en mogelijkheden die je verder helpen
- 16 Camping Padjelanta** Als je echt iets wilt, ga er dan voor!

- 20 Investeren in duurzaamheid** Laat verduurzamen voor je werken
- 23 HISWA-RECRON** Investeer in kennis in je bedrijf
- 24 Concepting** Op zoek naar de ziel van je bedrijf
- 28 Sprookjeshof** Nostalgische beleving voor drie generaties
- 32 Horeca & Gastvrijheid** Doorleef de gastvrijheid in je bedrijf
- 34 Financieel** Inzicht geeft uitzicht
- 36 Hotel Het Wapen van Drenthe** Elk bedrijf heeft een visie nodig
- 39 Colofon** Deze mensen werkten mee aan dit magazine

Recreatie Expert Team - Terugblik & Ervaringen

Van idee tot landelijk succes

Met Agnes Holtjer & Sylvia Jansen

In juli 2013 fietsen Dick Dijkstra en Hans Hartog langs een aantal recreatiebedrijven. Op initiatief van Hans en Dick buigt een multidisciplinair team zich enkele dagen later over een vraagstuk van een van de bezochte vakantieparken. De ondernemers gaan samen met een coach aan de slag met de bevindingen van het team. Het park maakt een prachtige ontwikkeling door, wat leidt tot een fors hogere bezetting en resultaat. Een succesverhaal! Als deze ondernemers baat hebben bij de inzet van een multidisciplinair expertteam, dan zijn er vast meer bedrijven. Niet wetende dat het er maar liefst 52 zouden worden!

Het team

Provincie Drenthe en Recreatieschap Drenthe stellen geld beschikbaar en een team wordt samengesteld. Dick en Hans hebben het RET niet zelf geleid. Daarvoor hebben ze Agnes Holtjer en Sylvia Jansen in de arm genomen. Twee bevlogen zelfstandig ondernemers die de recreatiesector goed kennen. "De mannen hadden Agnes al vaak zien voorzitten, en haar daarom benaderd voor de rol als voorzitter tijdens de expertsessies", vertelt Sylvia.

Sylvia is zelf gevraagd als projectcoördinator. Zij is van A tot Z verantwoordelijk voor de uitvoering van het project, waaronder intakegesprekken met de ondernemers afnemen, contacten onderhouden met de experts en de coaches, en de ondernemers begeleiden tijdens het traject.

De twee vrouwen worden bijgestaan door een team van circa 25 experts en coaches, van accountants tot architecten. "Ze hebben hun sporen verdiend binnen hun vakgebied en veel kennis van de recreatiesector", licht Sylvia toe. "Voor elke expertsessie stellen Agnes en ik een team op maat samen."

"Een begeleidingsgroep, bestaande uit een vertegenwoordiger van Recreatieschap Drenthe, Provincie Drenthe, HISWA-RECRON en Gastvrij Drenthe, kijken mee of het project wordt uitgevoerd volgens de gestelde kaders. Tevens zijn

zij het aanspreekpunt voor Sylvia en mij", geeft Agnes aan.

Multidisciplinair

De grote kracht van het RET is het multidisciplinaire karakter. "Natuurlijk praten ondernemers met hun accountant, juridisch adviseur of marketeer, maar ze worden eigenlijk nooit bij elkaar aan tafel gezet. Door dat wel te doen, krijg je zaken snel helder en kom je tot nieuwe invalshoeken en inzichten.

De expertsessie is eigenlijk een soort nulmeting die inzicht geeft in de huidige situatie van het bedrijf. Wat gaat goed en wat kan beter? Waar liggen kansen? Wat zijn mogelijke scenario's richting de toekomst?", legt Agnes uit. "Het is mijn taak om de bevindingen van het team aan de ondernemers over te brengen. Een week later krijgen de ondernemers een uitgebreid verslag van de sessie. Zodat ze alles nog eens rustig kunnen nalezen."

Coachen en sparren

Na de expertsessie start de coaching. "Waar de expertsessie vooral inzicht geeft, wordt tijdens de coaching de stappen gezet", vertelt Sylvia. "De coaches helpen de ondernemers door hen letterlijk of figuurlijk afstand van het bedrijf te laten nemen, plannen te maken en stappen te zetten om beoogde doelen te realiseren. Deze stok achter de deur helpt om los te komen van

”

We hebben mensen zien groeien en dromen realiteit zien worden



de waan van de dag en tijd te maken om te werken aan je bedrijf.”

De bedrijven

In totaal hebben 52 bedrijven, zoals campings, bungalowparken, hotels, horeca en dagrecreatie verspreid over heel Drenthe, gebruikgemaakt van het RET. “We hebben een grote diversiteit aan vragen gezien”, zegt Agnes. “Toen we in 2013 startten, zaten we in een economische crisis met alle uitdagingen van dien. Sommige ondernemers vielen onder intensief beheer bij de bank, anderen zagen hun reserves verdampen en vroegen zich af hoe ze konden voorkomen in een negatieve spiraal te raken.”

“Na de crisis waren er bedrijven waar het herstel uitbleef”, gaat Sylvia verder. “Zij vroegen zich af aan welke knoppen ze moesten gaan draaien om weer een goed lopend bedrijf te krijgen.”

Vervolgens kwamen de hoogtij jaren. Ondernemers wilden investeren en vroegen het team mee te kijken naar hun plannen. “Als team kijken we naar: wat is kansrijk? Hoe kunnen de plannen sterker gemaakt worden? Maar ook: wat past bij de ondernemer?”, gaat ze verder.

Minder tijdsgebonden waren vragen rondom marketing, duurzaamheid en bedrijfsverdracht, die in alle jaren terugkwamen.

Terugblik

Het expertteam heeft een goede naam opgebouwd in de sector. Niet alleen bij ondernemers,

maar ook bij gemeenten en banken. “Ook dit helpt bij het bereiken van resultaten”, vertelt Agnes. “Ondernemers krijgen zaken net iets sneller voor elkaar met een team van experts achter zich.”

De succesverhalen gingen de provinciegrenzen over. “Naar aanleiding van dit project hebben meerdere provincies, waaronder Limburg, Veluwe en Noord-Holland, gelijksoortige projecten opgericht. Het RET voorziet duidelijk in een behoefte en kreeg daarom navolging. Dat is leuk om te zien en een mooi compliment voor Drenthe!”, glundert Sylvia.

Bijzonder vinden de twee vrouwen de hoge betrokkenheid van de experts. “Door de interactie tussen de verschillende disciplines én met de ondernemers is elke sessie leerzaam voor alle deelnemers, niet alleen voor de ondernemers”, legt Agnes uit. “Ook buiten de expertsessies weten experts elkaar nu te vinden om te klankborden of samen te werken. Ook dat versterkt de sector”, aldus Sylvia.

“Voor de ondernemers hebben we veel bewondering”, sluit Sylvia af. “Zij hebben moed en lef getoond om een team binnen te halen en ons een stukje mee te laten lopen op hun pad.” “We hebben mensen zien groeien en dromen realiteit zien worden. Dat was anders misschien ook wel gelukt, maar nu sneller en gericht”, zegt Agnes dankbaar.

Waar een rondje fietsen al niet goed voor is. ■

top
10

Tips

van
het **Recreatie Expert Team**

- 1 Ga lekker dromen**
Een visie is jouw toekomstdroom voor je bedrijf. Heb jij jouw droom helder voor ogen? Vertaal deze dan in doelen en bepaal hoe je deze wilt bereiken.
- 2 Verras**
Zorg voor een helder en eenvoudig bedrijfsconcept; je kunt het in twee zinnen uitleggen. Het concept moet consistent te gebruiken zijn, onderscheidend zijn én verrassen.
- 3 Onderbouw en stuur**
Onderbouw jouw gedroomde toekomstplan met een financieel plan. Maak een investerings-, exploitatie- en kasstroombegroting voor de komende paar jaar en stuur hier actief op.
- 4 Laat je website voor je werken**
Controleer of jouw website doet wat hij moet doen. Sluit deze goed aan bij de gewenste doelgroep en de beleving op je bedrijf? Is de website goed vindbaar? Worden bezoekers aangezet tot boeken?
- 5 Laat weten dat je er bent**
Krijg je voldoende bezoekers op je website om je doelen te halen? Maak een promotieplan om meer mensen te laten weten dat je er bent. Hierbij geldt: beter een paar zaken heel goed optuigen, dan van alles een beetje.
- 6 Werk aan je bedrijf**
Maak bewuste keuzes in wat je als ondernemer zelf doet. Creëer tijd om te werken aan je bedrijf: om te evalueren, andere bedrijven te bezoeken, te sparren, te leren, samen te werken, etc.
- 7 Binden & Boeien**
Voer een aantrekkelijk personeelsbeleid om goed personeel aan te trekken en aan je te binden. Benut de kwaliteiten en ambities van medewerkers en verdiep je in hun behoeftes.
- 8 Neem afstand**
Plan ook je eigen vrije tijd! Neem regelmatig letterlijk en figuurlijk afstand om weer op te laden.
- 9 Bestuur actief**
Indien een VvE op het park aanwezig is, moet het bestuur actief zijn voor een gezonde en duurzame exploitatie. Selecteer bestuursleden op kennis, competenties en beschikbare tijd. Zorg waar nodig voor scholing of koop kennis in.
- 10 Haal kennis in je organisatie**
Profiteer bijvoorbeeld van de kennis die is verzameld door het Recreatie Expert Team. Lees meer tips op de website van Recreatieschap Drenthe. www.recreatieschapdrenthe.nl/projecten/recreatie-expert-team



Recreatie Expert Team - Ondernemerschap

Structureren, controleren, excelleren

Met Paul Wijers, Hans Stikkelbroeck en Nemi van der Reest

“Ook al is de operatie tijdrovend, zorg dat je je als ondernemer regelmatig tijd vrij maakt om naar de toekomst van je bedrijf te kijken én naar wat er om je heen gebeurt.”, vertelt Paul Wijers. Paul is, evenals Hans Stikkelbroeck en Nemi van der Reest, binnen het expertteam gespecialiseerd op het gebied van ondernemerschap in de recreatiesector. De mannen zijn alle drie al meer dan dertig jaar werkzaam in de recreatiesector. Ze helpen ondernemers de stip op de horizon te zetten en de route daarnaartoe te bepalen.

Weet wat er speelt

Door internet is the sky the limit geworden. De gast vergelijkt en komt tot een keuze. “Jouw gasten weten vaak veel beter dan jijzelf wat er te koop is in de markt en tegen welke prijs”, aldus Nemi. “Het is belangrijk goed te weten wat collega's aanbieden, welke kwaliteit er wordt geboden en tegen welke prijs. Dit helpt om nog scherper te krijgen waar je zelf goed in bent of wat een gast wellicht elders beter kan krijgen.”

“Als je de strategie voor de komende paar jaar gaat bepalen, wil je goed weten wat je concurrenten doen, ook buiten Drenthe en Nederland. Blijf steeds goed om je heen kijken en de ontwikkelingen in de branche volgen”, tipt Hans.

Gestructureerd werken

Ondernemen is een uitdagend vak. “Recreatie-ondernemers zijn dag en nacht aan het werk”, zegt Hans. “Aan plannen meestal geen gebrek”, gaat Nemi verder. “Ze zijn creatief en volgen hun intuïtie. De keerzijde hiervan is, dat er vaak ad hoc wordt gewerkt. Als ondernemer helpt het om gestructureerd te werken. Ik probeer te een rode draad aan te geven. Ze bewust te maken. Dan kan je daar ook naar handelen.”

“Ik noem ze ook wel het schaap met de drieëntwintig poten”, vertelt Paul. “Er zijn weinig

mensen die zo veelzijdig in het bedrijfsleven staan. Ze kunnen alles: grasmaaien, schoonmaken, technisch onderhoud, gasten bedienen en de administratie van boekingen. Alles kunnen is een grote kracht, maar het kan ook een valkuil zijn. Ik daag ze uit om juist keuzes te maken en niet meer alles zelf te doen. Als ze hebben gezien dat dat rendeert en daar structuur in krijgen, dan zie je dat ook de bedrijfsvoering in zijn totaliteit excelleert.”

Schakel hulp in van experts

“Ondernemers zijn niet snel geneigd om hulp te vragen”, vertelt Nemi. “Vaak gebeurt dit pas als zich een probleem voordoet.” “En dat is eigenlijk te laat, dan kan je nog maar weinig bijsturen of alleen snelle interventies plegen”, vult Paul aan.

De mannen adviseren ondernemers om structureel hulp in te schakelen. “Zoek mensen die je echt verder helpen met je bedrijf”, zegt Hans. “Bijvoorbeeld iemand die lange termijn denkt, samen met jou vooruit kijkt en helpt met het opstellen van een strategisch plan. Een onafhankelijke blik, waardoor je ideeën kunt versterken of je op een ander spoor kunt laten zetten. Het is een manier om als ondernemer het hele jaar door scherp te blijven.”

”

Weet van jezelf: wie ben ik en wat zijn mijn skills



"Maak hiervoor structureel afspraken die je in de agenda zet. Prik bijvoorbeeld twee keer per jaar een moment om te sparren. Kijk samen naar de (jaar)cijfers en laat beide partijen onderwerpen aanreiken die spelen", reageert Paul. "Het ideale moment is direct na het hoofdseizoen, zodat je de actiepunten voor het nieuwe seizoen kunt uitvoeren. Of laten uitvoeren."

Relatie met de overheid

Ondernemen is ook relaties onderhouden en een netwerk opbouwen. De relatie met de overheid is daar een belangrijk onderdeel van. Ambtenaren en ondernemers spreken niet altijd dezelfde taal. "Als coaches voor het expertteam hebben we meerdere malen een nuttige rol kunnen vervullen door onderling begrip en samenwerking tussen beide partijen te bevorderen", zegt Hans.

Leren delegeren

Als er iets is wat je als ondernemer goed moet kunnen, dan zou dat volgens Nemi delegeren zijn. "Weet van jezelf: wie ben ik en wat zijn mijn skills? Wat heb ik niet wat toch nodig is? Misschien omdat je de tijd er niet voor hebt, of omdat je de vaardigheden mist. Daar moet je anderen voor hebben binnen je organisatie of in je flexibele schil rond je organisatie. Door de touwtjes wat losser te laten en zaken binnen je bedrijf aan een ander over te laten, kom je verder."

Hans voegt toe: "Bij delegeren hoort controleren." Als voorbeeld noemt hij het uitbesteden van het toiletgebouw aan een schoonmaakbedrijf. "Vergeet deze niet te controleren. Als het niet in orde is, dan krijg je het van jouw gasten te horen, bijvoorbeeld via een negatieve review. En dan ben je een stap te laat."

Investeer in jezelf

Paul heeft nog een tip, namelijk blijven investeren in je eigen ontwikkeling. "Ik zie ondernemers die al twintig jaar ondernemen met de kennis en ervaring die zij zelf ooit hebben opgebouwd, terwijl de markt zich blijft ontwikkelen. Volg in het laagseizoen een cursus of coaching. Investeer in jezelf en in je medewerkers. Zorg dat jullie blijven. Met name als het goed gaat, ga je meer achterover zitten. Dat moet je voorkomen. Juist dan heb je geld om te investeren en moet je nadenken over hoe je moet handelen in eventueel slechtere jaren. Blijf vooruitkijken!"

Kansen

Over vooruitkijken gesproken: Waar moeten ondernemers de komende vijf jaar rekening mee houden? Zijn er kansen? "Jazeker, zijn er kansen", zegt Paul. "Ik verwacht dat de concurrentie van met name de grotere ketens groter wordt. Bij deze bedrijven ontbreekt vaak het écht persoonlijke contact met de gast. Dat is wat veel mensen juist heel prettig vinden en waar de zelfstandige bedrijven vaak extra goed in zijn." ■

Recreatie Expert Team - Rabobank

Passievolle mensen die leven voor hun bedrijf

Met Roel Klomp

Via een klant kwam Roel Klomp van Rabobank Het Drentse Land voor het eerst met het Recreatie Expert Team in aanraking. De klant had het team in de arm genomen en werd gecoacht door Paul Wijers. Als zakelijk adviseur van de bank beoordeelde hij het plan. Een ambitieus plan dat, mede door de bank in een vroegtijdig stadium bij de plannen te betrekken én een goede samenwerking tussen klant, Paul en de bank, ook daadwerkelijk is gerealiseerd. Naar aanleiding van die ervaring hoefde hij jaren later niet lang na te denken toen hij namens de Rabobank als expert deel mocht nemen.

Wat ik mooi vind om te zien, is dat ondernemers zich kwetsbaar op durven te stellen. Het zijn allemaal passievolle mensen die leven voor hun bedrijf. Dat maakt de gesprekken soms ook wel emotioneel. Je vliegt als ondernemer een team in, bestaande uit mensen met verschillende disciplines die allen ergens iets van vinden. En je geeft inzage in alles. Je gaat 'met de billen bloot'. Dan krijg je feedback, die niet alleen maar positief is. Dat moet je aan durven gaan.

Er waren projecten waar we perspectief in zagen, maar waar het harde werken soms ten koste ging van de ondernemer. Sommige ondernemers doen echt alles zelf. Is het dan misschien beter om juist te specialiseren? Sommige dingen niet meer doen? Of andere investeringen te doen?"

Jaarlijks investeren

"Als recreatieondernemer moet je jaarlijks investeren", raadt Roel aan. "Betrek je bank in een vroegtijdig stadium bij jouw plannen. Ze denken graag met je mee. Als het concept en de ondernemerscapaciteiten goed zijn, dan is er vaak meer mogelijk dan wordt gedacht."

” **Betrek de bank in een vroegtijdig stadium bij jouw plannen, ze denken graag met je mee.**



Rabobank

De Rabobank heeft bij de start van RET meteen toegezegd te willen participeren in dit project door expertise ter beschikking te stellen. "Wij zien in de praktijk dat ondernemers, die zich omringen met deskundigen en hun bedrijf regelmatig kritisch onder de loep nemen, betere resultaten halen. Dat komt omdat ze bijvoorbeeld durven te focussen op een bepaalde doelgroep, beter sturen op cijfers of andere ondernemersvaardigheden verder ontwikkelen. Het project helpt ondernemers hierbij. Dat heeft een positief effect op het bedrijf, maar uiteindelijk ook op de hele sector, de werkgelegenheid en de economie", aldus de zakelijk adviseur. ■

Recreatie Expert Team - Marketing en doelgroepgericht werken

Durf te kiezen!

Met Edwin van der Woude, Sylvia Jansen en Jan Jaap Thijs

Marketing kent veel uitdagingen. Maar als er iets is dat veel ondernemers spannend vinden, dan is dat het durven kiezen voor een specifieke doelgroep. Vanuit je gastvrijheid wil je er eigenlijk voor iedereen zijn. De experts Jan Jaap Thijs, Edwin van der Woude en Sylvia Jansen hebben veel ondernemers hiermee zien worstelen. "Wie een keuze heeft gemaakt, zie je succesvoller worden in wie ze zijn en in wat ze bieden", zegt Edwin. Daarnaast zorgt een goede match voor meer plezier in het ondernemerschap.

"Een doelgroep durven kiezen geeft veel duidelijkheid. Je hebt veel helderder voor ogen voor wie je aan het werk bent. Dat maakt het makkelijker om te bepalen waarin je gaat investeren en welke producten je gaat ontwikkelen. Door te focussen op wat je wel wilt, valt er automatisch ook heel veel af", zegt Sylvia.

"Door te kiezen voor één of enkele specifieke doelgroepen en hier op in te spelen met product, promotie en fotografie zullen deze mensen zich sneller tot jouw bedrijf aangetrokken voelen. Het gevaar van niet kiezen is dat je iedereen probeert aan te spreken en daardoor net niemand aanspreekt", vult Edwin aan.

"Het is zo belangrijk om de doelgroep te trekken die bij je onderneming en bij jou past", zegt Jan Jaap. "Zodat er geen mismatch ontstaat tussen jou en de gasten, of tussen gasten onderling. Dat draagt bij aan een goede totaalbeleving!"

Digitaliseringsslag

Kon je vroeger volstaan met een advertentie in de krant, tegenwoordig heb je veel kennis nodig om je bedrijf te promoten. Van website-onderhoud tot online adverteren en sociale media. "Vaak moet je het er als ondernemer allemaal 'even' bij doen", vertelt Jan Jaap. Dan kan het voorkomen dat er iets heel goeds is neergezet op het park, maar men vergeet erover te vertellen of het wordt niet breed genoeg gecommuniceerd."

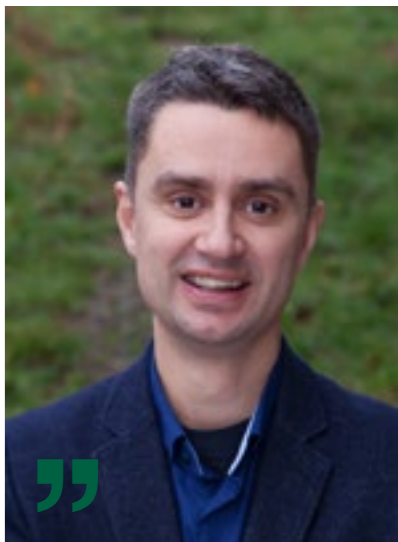
Edwin erkent dat ondernemers meer enthousiast raken als ze hebben ervaren wat het doet. "Als het duidelijk resultaat oplevert, dan is het niet erg om promotiegeld uit te geven. Dat verdient zichzelf weer terug."

Met de tools van tegenwoordig kun je heel goed zien waar online boekingen vandaan zijn gekomen, en welke acties dus succes hebben gehad en welke minder. "En zo kun je je promotiebudget steeds preciezer besteden", vult Sylvia aan. "Bij jongere ondernemers zie je vaak dat online marketing veel meer leeft. Je ziet dat ze over meer basiskennis beschikken en er ook plezier in hebben. Dat is mooi, want je kunt niet meer zonder."

Inspringen op trends

Marketing gaat natuurlijk niet alleen over doelgroepen en promotie, maar ook over je product. "Sommige ondernemers zijn enorm creatief in het bedenken van nieuwe concepten", merkt Edwin op.

"Een inspirerende, maar voor sommige ondernemers ook 'gevaarlijke' plek is de recreatiebeurs in Hardenberg", zegt Jan Jaap met een kwinkslag. "Daar staan allemaal prachtige nieuwe tenten, boomhuisjes, speeltoestellen en meer. Logisch dat je daar enthousiast van wordt en mogelijk in een impuls iets koopt. Maar verstandiger is wat langer te bezinnen: hoe past dit binnen mijn concept? Welk verhaal wil ik hiermee vertellen? Waarom past het bij mij?"



**Het wordt
steeds
uitdagender
om op online
veranderingen
in te spelen**



Marketing trends

Met welke trends op het gebied van marketing moeten ondernemers rekening houden? Edwin denkt dat een strategisch plan over een paar jaar een soort richtlijn wordt, die je van jaar tot jaar moet bekijken. "De technologie en communicatie verandert in een rap tempo. Het is bijna niet meer te doen om dat langer vooraf goed te overzien en op in te spelen."

Sylvia adviseert om serieus op zoek te gaan naar een goede partner voor je website. "Kies een partij die begrijpt wat Google aan het doen is en de ontwikkelingen bijhoudt. Onder invloed van Google gaan de veranderingen online heel snel. Het wordt steeds uitdagender om daarop in te spelen." Jan Jaap vult aan: "Misschien moet je wel een partij zoeken die ervaring heeft in de recreatiesector en weet hoe je een boekingsmodule goed in de website moet integreren. De brancheorganisatie weet wel welke bureaus gespecialiseerd zijn."

"Een website is nooit af", legt Edwin uit. "Een goede partij zal je helpen de resultaten doorlopend te analyseren en de website steeds verder te verbeteren. Met als doel goed vindbaar te zijn in Google op voor jouw relevante zoekwoorden. Maar ook om bezoekers zo smooth mogelijk door te leiden naar de boeking."

Gericht bezoekers benaderen

"Ook je gastenbestand wordt steeds belangrijker", geeft Sylvia aan. "Zorg ervoor dat je de gegevens van de gasten die bij je zijn geweest op orde hebt, zodat je hen later weer kunt bereiken. Dat is straks echt key om nog marketing uit te kunnen voeren. Omtrent de cookiewetgeving gaan zaken veranderen. Als je in ieder geval eigenaar bent van alle data die je hebt verzameld, kun je gebruik blijven maken van diverse tools."

Als laatste wil Sylvia nog als tip meegeven dat social media niet de oplossing voor alles is. "Social media zijn mooie kanalen, maar ze worden te vaak als zaligmakend gezien. Om in beeld te blijven bij je gasten en voor je imago en branding is het goed. Maar als je nieuwe bezoekers wilt aantrekken, dan zijn er kanalen, zoals Google Ads, waarmee je je marketingbudget veel gericht inzet. Het voordeel van Google Ads is, dat mensen die een zoekopdracht in Google typen echt op zoek zijn naar hetgeen jij aanbiedt. Bij de mensen op sociale media weet je dat niet zeker." ■

Regelingen & Tools

Programma's, regelingen en mogelijkheden die je kunnen helpen met het vitaliseren, excelleren, verduurzamen of extra promoten van jouw recreatiebedrijf.

✓ Ik Ben Drents Ondernemer

'Ik Ben Drents Ondernemer' biedt kosteloos advies en begeleiding aan ondernemers met groei- en innovatievraagstukken. ikbendrentsondernemer.nl

✓ Kennisvouchers

Deze voucherregeling betreft een financiële ondersteuning van maximaal €1.000,-, €2.000,- en €5.000,- voor het inhuren van een kennisleverancier. Je kunt bij 'Ik Ben Drents Ondernemer' terecht voor hulp bij het aanvragen van een kennisvoucher. provinciedrenthe.nl/@125418/voucherregeling

✓ RET.VVP

Ambitieuze ondernemers of bestuursleden van vakantieparken kunnen binnen RET.VVP hun (ondernemers)vraagstukken in de richting van toeristisch-recreatief gebruik voorleggen aan RET.VVP. De unieke kracht van RET.VVP is het op maat samengestelde, multidisciplinaire team van experts. Zij kijken onafhankelijk en met een frisse blik mee naar jouw bedrijf en de vraagstukken die je hen voorlegt. vitalevakantieparkendrenthe.nl/wat-we-bieden/ret

✓ Recreatie Excellentieprogramma (REX)

Heb je de ambitie om naar de top binnen jouw segment te klimmen? Met het REX-programma van Vitale Vakantieparken wordt middels een financiële bijdrage van maximaal € 100.000,- een impuls gegeven aan ondernemersplannen gericht op kwaliteitsverbetering, innovatie en duurzaamheid voor bestaande vakantieparken en nieuw te starten projecten. vitalevakantieparkendrenthe.nl/wat-we-bieden/rex

✓ Marketing Drenthe

Marketing Drenthe is specialist op het gebied van marketing, communicatie en marktonderzoek. Met een mix van promotiemiddelen brengt Marketing Drenthe de provincie Drenthe onder de aandacht bij relevante doelgroepen. Samen met ondernemers laten zij zien hoe aantrekkelijk Drenthe is. Bekijk de mogelijkheden voor promotie en samenwerking op de website van Marketing Drenthe. marketingdrenthe.nl

✓ Investeren in Duurzaamheid

Provincie Drenthe wil een bijdrage leveren aan een beter klimaat. Hiervoor is (onder andere) het Energiefonds Drenthe opgericht. Middels het aanbieden van laagdrempelige financieringen met gunstige voorwaarden worden energiebesparende investeringen, zoals isolatie, waterstofauto's en groene daken, en/of duurzame energieopwekkende investeringen, waaronder zonnepanelen, een warmtepomp en kleine windmolens, door ondernemers mede mogelijk gemaakt. drentseenergieorganisatie.nl/energiefonds-drenthe

Wil je eerst weten welke duurzame oplossingen het beste bij jouw bedrijf passen? 'Ik Ben Drents Ondernemer' stelt een aantal hulpmiddelen beschikbaar, die jou helpen bij duurzaam ondernemen, zoals een energiescan, advies en ondersteuning bij uitvoering. ikbendrentsondernemer.nl/vergroenen



 RET on tour

**Als je echt
iets wilt,
streef het
na**

Ronald Bosma



RET on tour

Als je echt iets wilt, streef het na

Met Ronald Bosma

Gekscherend noemen ze hem wel 'de man van de drie dromen'. Hij wilde profvoetballer worden. Dat is gelukt. Hij speelde op zijn zestiende twee jaar bij SC Heerenveen. Hij wilde samen met zijn vrouw Digna een boerderij met wat land. Die hebben ze in Zandhuizen gehad. Samen wilden ze graag een camping runnen. Sinds 8 juli van dit jaar zijn Ronald en Digna Bosma trotse eigenaren van camping Padjelanta in Vledder.

“We hadden een droom om een camping over te nemen. Eigenlijk mijn droom”, zo begint Ronald enthousiast te vertellen. “In 2016 waren we in Paronella Park in Australië. Daar heeft een Spaanse immigrant zijn droompaleis gebouwd. Hij daagde ons uit onze droom op een kaart te schrijven. De kinderen wilden een tractor en wij een camping.

Hoe het begon

Toen ik op een ochtend in oktober 2018 knik-bollend in de auto naar mijn werk in Amsterdam reed, besloot ik mijn baan op te zeggen. Diezelfde middag nog belde ik mijn baas. Ik vond mijn werk bij Kenniscentrum voor Zorg, Welzijn en Sport heel leuk. Maar niet ten koste van mijn leven. Ik besloot een training te volgen om te ontdekken wat ik nu wilde gaan doen. Weer kwam die camping naar voren.

Uiteindelijk heb ik de stoute schoenen aange-trokken en de eigenaar van camping Padjelanta gebeld om te vragen wat hun toekomstplannen waren. Als ik een camping wilde, dan was het deze. Ik kom oorspronkelijk uit Vledder en kwam hier als klein jongetje. Met de oprichter van de camping was ik nog naar Zweden geweest om 120 kilometer te wandelen in Padjelanta. Ik heb altijd iets met deze camping gehad.

Droom wordt werkelijkheid

De eigenaren wisten nog niet precies wanneer zij de camping wilden verkopen. Ik mocht wel één à twee dagen in de week meelopen op de camping. Om te ervaren of het iets voor ons zou zijn. Dat werden er steeds meer, want ik vond het heerlijk. Vorig jaar zijn we begonnen met de onderhandelingen voor de overname. Leuk en pittig tegelijk. Ons huis in Zandhuizen hebben we voor deze stap moeten verkopen. Een prachtig, energieneutraal huis, midden in de bossen, dat we zelf hadden gebouwd. We hebben er nu wel vrede mee.”

Scandinavisch concept

De eerste eigenaar van de camping had een voorliefde voor Scandinavië, met name de regio Padjelanta. Het Scandinavisch concept komt van zijn hand. Ronald en Digna willen dat concept verder uitwerken. Dat is onder andere te zien aan de kleuren van alle gebouwen die zijn geleverd in de kleur Jotun rood. Onlangs is FinnColors nog op bezoek geweest. Ze vonden het bijzonder dat er zo veel van deze verf werd gekocht in Nederland.

Goede seizoenstart

Het eerste seizoen is goed bevallen. “We zijn zeer tevreden”, zegt Ronald. “Als we naar de cijfers kijken dan hebben we een verdubbeling

van het aantal overnachtingen en vijftwintig procent meer omzet dan geprognostiseerd. Dat geeft weer wat lucht en ruimte. Nu moeten we doorpakken. De investeringen komen eraan.

Stapsgewijs zijn we alles opnieuw aan het opbouwen, zodat de camping over vijf jaar weer up to date is. RET-coach Tonique Hollander begeleidt ons hierbij. We hebben een boekings-systeem aangeschaft. De boekingen hielden we nog bij in Excel. Daarnaast komt er een nieuwe website waarop we ons verhaal goed moeten vertellen, en we hebben net vier chalets en twee glamping tenten erbij gekocht voor de verhuur. In totaal hebben we nu vijf chalets en vijf tenten. En natuurlijk hebben de kinderen een tractor gekregen.”

Gluren bij de burens

De ondernemers worstelen nog een beetje met wie hun doelgroep is, en wat zij willen uitstralen als camping. Van Tonique kregen ze het advies om eens bij andere campings te kijken. Dat hebben Ronald en Digna gedaan. “We hebben verhalen van ondernemers gehoord. Heel leuk en verrassend. Eigenlijk moeten we dat meer doen.

Bij De Wiltzangh in Ruinen hebben we gekeken. Dat is een mooie camping. Onze camping staat bekend om de ruime plekken en de natuur,

maar zij zijn nog veel natuurlijker. Ook hebben we TinyParks op Camping de Reeënwissel in Hoogersmilde bezocht. Schitterend en sfeervol. Dat willen wij ook wel uitstralen.”

Niet alle veranderingen zijn ingewikkeld maar ze moeten wel even gebeuren. “Mensen zijn positief over simpele dingen. Een nieuw informatieboekje met plattegrond vinden ze prachtig. En we hebben weer wc-rollen opgehangen. Zij vinden het mooi. Ik vind het heel normaal”, aldus Ronald.

Belangrijk advies

Wat is het belangrijkste advies dat de recreatie-ondernemer van het Recreatie Expert Team heeft gekregen? “Ik ben soms nog wel een eigenwijs mannetje. Ze zeiden dat ik meer naar Digna moet luisteren”, zegt Ronald lachend. “Dat was een mooie opmerking. Digna is meer van de structuur. Ik ben met dertigduizend dingen tegelijk bezig.

De mooiste opmerking kreeg ik van mijn oud-voetbaltrainer”, vertelt Ronald. “Hij zei: Een heleboel mensen hebben wel ideeën om een camping over te nemen. En willen dat ook wel graag. Jullie doen het gewoon.” De nieuwbakken campingeigenaar wil anderen dan ook meegeven: “Als je echt iets wilt, ga het nastreven!” ■



“we hebben een verdubbeling van het aantal overnachtingen

Recreatie Expert Team - Investeren in duurzaamheid

Laat verduurzamen voor je werken

Met Bienke Venema en André van Mook

Verduurzamen staat bij veel recreatieondernemers op de agenda. Niet alleen omdat je daarmee je energiekosten kunt verlagen. Gasten houden zich ook steeds meer bezig met verduurzamen. Het Recreatie Expert Team kreeg hier de afgelopen jaren dan ook veel vragen over. Ondernemers willen er mee aan de slag, maar waar moet je beginnen? Hoe pak je dit aan? Hoe kom je aan een goed advies wat echt past bij jou en je bedrijf? Het is best een complex onderwerp. Wat opvalt, is dat ondernemers daardoor vaak opzien tegen of zelfs afzien van verduurzamen. En dat is zonde, want er zijn interessante regelingen beschikbaar om je verder te helpen. Experts André van Mook en Bienke Venema adviseren en begeleiden ondernemers bij het verduurzamen van hun onderneming.

"Ik denk echt dat het straks een beslisfactor is om wel of niet ergens naar toe te gaan. Nu zullen dat waarschijnlijk enkele mensen zijn", zegt André. "Dat gaat groeien. Daar moet je als ondernemer op voorsorteren. Niet achteraan lopen." André is projectfinancier bij Energiefonds Drenthe, een initiatief van Provincie Drenthe. Hij helpt ondernemers en instellingen met het realiseren van hun duurzame investeringswens om bijvoorbeeld energie te besparen of op te wekken.

Passende duurzaamheidsinvestering

De afgelopen jaren heeft hij vele recreatieondernemers mogen helpen aan een deelfinanciering om bijvoorbeeld CO2-neutraal te worden, laadpalen te plaatsen en huisjes te isoleren. "Afhankelijk van de omvang van het project wordt 50% tot 75% gefinancierd vanuit een overheidsfonds tegen een lage rente. Dat maakt investeren in duurzaamheid interessant. Een ondernemer hoeft dan nog maar een deel van zijn middelen op tafel te leggen. De resterende middelen houden ze ten behoeve van de normale bedrijfsvoering", aldus de projectfinancier.

Waar André ondernemers helpt met de financiering, zorgt Bienke ervoor dat de manier waarop zij in verduurzaming investeren bij de

visie en de toekomstplannen van de onderneming past. Ze is al meer dan 12 jaar energieadviseur en werkt sinds twee jaar als ondernemersadviseur bij het platform 'Ik ben Drents ondernemer', tevens een initiatief van provincie Drenthe. "Ondernemers krijgen vaak technisch advies en weten niet wat ze daarmee moeten. Ik maak de vertaalslag om te kijken wat voor hen van toepassing is, wat hen echt gaat helpen en van welke regelingen ze gebruik kunnen maken. Energiebesparing moet altijd in relatie staan tot de visie en groeipotentie van de onderneming, en in hoeverre je iets met verduurzaming hebt", vertelt Bienke.

Complex en spannend

Er zijn verschillende financieringsregelingen die op de uitvoering weer andere effecten hebben. "Ik ben bij kleine campings geweest, maar heb ook eigenaren van parken en groepsaccommodaties, en horecaondernemers gesproken. Bij de een is de energierekening veel hoger dan bij de ander. Parken met een VvE hebben vaak te maken met een complexe energie-inrichting. Er is bijvoorbeeld één hoofdmeter over vijftig huisjes. Deze complexiteit kan er soms voor zorgen dat een ondernemer de rekening maar betaalt en doorgaat met hetgeen hij doet.

”

Duurzaamheid wordt steeds meer een beslisfactor voor gasten



Brancheorganisatie HISWA-RECRON

Recreatie- ondernemer is een complex vak

Met Petra Ellens

Ze is de ogen en oren in het veld. Als er iemand is die op de hoogte is van wat er speelt bij de recreatieondernemers in Drenthe, is dat Petra Ellens, regiomanager Drenthe en Overijssel bij HISWA-RECRON. Treft ze een ondernemer met een vraagstuk of een probleem? Dan verwijst ze hem of haar door naar RET. 'Je moet problemen voorkomen.'

Door werkbezoeken te brengen, weet Petra waar de recreatiesector allemaal mee te maken heeft. "Veel ondernemers zijn de duizendpoot binnen het bedrijf. Als je ziet hoeveel wetten, regels en zaken er zijn waar aandacht aan moet worden geschonken. Je moet overal verstand van hebben. Recreatieondernemer is een complex vak."

Investeren in kennis

Petra is vijf jaar geleden in de stuurgroep van RET gestapt. Met enige regelmaat kwamen de leden bij elkaar om te kijken of de projecten nog op koers lagen. Per project werd gekeken naar de voortgang. "Wat heel mooi is van het RET-project, is dat je meerdere specialismen bij elkaar zet en samen naar een bedrijf gaat", vertelt Petra enthousiast. "Je geeft daarmee een extra boost aan een bedrijf. Als ondernemer laat je wel eens een specialist invliegen. Nu heb je een heel team van specialisten."

Ik ben van mening dat als een ondernemer een vraagstuk heeft of een probleem ervaart, hij hulp moet zoeken en niet wacht totdat hij vastloopt. Vaak gaan de kosten voor de baten. Juist door gebruik te maken van de kennis van deskundigen, investeer je in jouw onderneming."

Kansen

De afgelopen twee jaren waren voor de ondernemers zwaar. Ze moesten snel schakelen. De vragen en behoeften van gasten werden anders. Petra verwacht dat een deel van die verandering blijft. "Daarnaast denk ik ook dat een deel van de gasten, die de afgelopen twee jaar in Nederland is gebleven, wel weer naar het buitenland gaat. Een deel kunnen we vasthouden, al is het alleen al voor de weekendjes en de korte vakanties tussendoor. Zij hebben tot hun grote verrassing ontdekt hoe prachtig Drenthe is. Dat biedt heel veel kansen." ■

”

**Ik zou het
mooi vinden
als Drenten
wat meer
naast hun
schoenen
gaan lopen**

Daarnaast vinden ondernemers de denkwijze 'ik ga een lening afsluiten zodat ik zonnepanelen kan krijgen' vaak spannend. Je kunt kiezen om aan je energieleverancier te blijven betalen of je investeert. Je betaalt dan aan je financier en het is over bijvoorbeeld vijf jaar van jou. Je bent minder afhankelijk en hebt meer grip op de energiekosten", aldus Bienke.

André vult aan: "Het financieren van duurzaamheidsinvesteringen is niet zo lastig, want het levert een besparing op. Met die besparing kunnen weer financieringslasten worden gedragen. De moeite waard om dit eens uit te zoeken voor jouw bedrijf."

Haalbaarheidsstudie

Op veel plekken in Drenthe is de ruimte voor terugleveren op het elektriciteitsnet beperkt. Dit betekent niet dat er geen potentie meer is voor energieopwekking. Onderzoek bijvoorbeeld hoeveel energie je kunt opwekken, wat je zelf gebruikt en hoe je een deel kunt opslaan in een accu of een elektrische laadpaal. Een andere mogelijkheid is efficiënter met je energievoorziening omgaan, dan hoef je minder zonnepanelen op je dak te laten leggen en heb je teruglevering misschien helemaal niet nodig.

Bescheiden Drenten

Er zijn ook recreatieondernemers die wel al in duurzaamheid hebben geïnvesteerd. Ze laten dit nog te weinig zien. Zo zijn bungalowparken

CO2-neutraal geworden en is op campings een elektrische laadpaal geplaatst. "Ik zou het mooi vinden als Drenten wat meer naast hun schoenen gaan lopen", zegt Bienke. Ik kom recreatieondernemers tegen die met een golfkarretje rondrijden. Helemaal elektrisch. Dat is al een duurzaam iets. Maak een schuurtje met zonnepanelen erop en zeg: 'ik rijd geluidloos en elektrisch over het park'. Durf het meer te laten zien, want er gebeurt al heel veel."

Trends duurzaamheid

In de komende vijf jaar verwachten de experts dat duurzaamheid hot is, met name op het gebied van mobiliteit en afval. "In Drenthe rijden we veel met de auto. Het openbaar vervoer is niet overal even goed ingericht. Als je je als ondernemer wilt profileren en je kijkt naar je CO2-footprint, dan zit die heel erg in de mobiliteit. Die is echt zichtbaar", aldus Bienke.

Daarnaast doen recreatieparken vaak nog weinig aan het scheiden van afval, terwijl de bezoeker daar wel behoefte aan heeft. De wens van de gast verandert; ze willen hun afval gescheiden in kunnen leveren. Als ondernemer is het belangrijk om hierop in te springen en dat ook te laten zien. Het scheiden van groen en rest kan op een leuke manier. Volgens de experts liggen hier dan ook zeker nog kansen. ■

”

**Juist door gebruik te
maken van de kennis
van deskundigen,
investeer je in jouw
onderneming**



Recreatie Expert Team - Concepting

Zoektocht naar de ziel van je bedrijf

Met Nel Hollema & Tonique Hollander

Hoe je je bedrijf ook wilt profileren of ontwikkelen, het is heel belangrijk dat je daarbij op zoek gaat naar de ziel van je bedrijf. Daarvoor is lef en volharding nodig, want hiervoor moet je uit je comfort-zone stappen. De manier waarop jij of je ouders het altijd hebben gedaan moet je dan misschien wel los gaan laten. De markt verandert in een hoog tempo en de concurrentie groeit. Als jij je bedrijf op de kaart wilt zetten, moet je herkenbaar én onderscheidend zijn. Je gaat 'concepten'. Nel Hollema en Tonique Hollander weten als geen ander hoe belangrijk concepting is.

Mee met de massa?

Ingerichte tenten zijn op dit moment bijvoorbeeld populair. Moet jij je als ondernemer daar dan ook op richten? Het is niet erg om hetzelfde te doen als andere recreatieondernemers, zeggen de experts. "Maar", zegt Tonique. "Hoe maak je zo'n standaardproduct passend bij jouw bedrijf en locatie? Wat voor sfeer, beeld en geluid hoort daarbij? Door gekozen kleuren, materialen, inrichting, plaatsing op het terrein of extra voorzieningen kun je variëren en zorgen dat het echt van jou wordt. Begin klein en breid het uit."

"Het gaat er dus om wat je met je product doet. Wat wordt je productomschrijving? Hoe kan je het verbeelden? Kun je het makkelijk onderhouden? De kwaliteit die jij je gasten aanbiedt, moet passen bij wie jij bent. En het moet altijd schoon zijn. Over een jaar moet het er nog precies zo uitzien zoals op de foto staat, die je bij oplevering hebt laten maken. Iets moois bedenken is leuk, maar je moet het wel voor een langere tijd kunnen vasthouden."

Doorzettingsvermogen

Je hebt meer dan één seizoen nodig voordat je concept overal goed is geland. En het kan wel drie jaar duren voordat je kunt zeggen: 'ik ben succesvol met mijn concept.' Dat vraagt om volharding. Niet afwijken van hetgeen waarmee je bezig bent. Dan ben je in staat een sterke uitstraling te realiseren waardoor je uiteindelijk door de markt wordt herkend", vertelt Nel.

Gastvrijheid

Concepting gaat verder dan alleen de inrichting van je tenten, hotelkamers, stacaravans, vakantiehuizen of villa's. Het heeft ook te maken met de ontwikkeling van je hele terrein en met je gastvrijheidsmodel. "Stel dat je pannenkoeken bakt voor je gasten en je doet elke keer een schort voor, dan kun je kiezen voor een schort met een leuke opdruk dat past bij je concept. Het zit hem vaak in de details. Goed samengestelde details vormen een geheel", aldus Nel. "Je gastvrijheidsmodel is iets waarover je na moet denken en altijd mee bezig moet blijven. Dit is een ongoing proces. Het houdt nooit op en verandert altijd. Je hebt te maken met veranderende gasten, veranderende mobiliteit en een veranderende situatie en omgeving."



Kloppend verhaal

"Je verhaal moet kloppen", zegt Tonique. "Concepting is niets anders dan ervoor zorgen dat je product en verhaal met elkaar overeenkomen. Het moet verrassend zijn, maar ook van A tot Z passen bij de gast voor wie je hebt gekozen."

Zet eens al je ideeën op papier en kies er plaatjes bij van wat jij denkt 'dat is het!'. Kijk op internet. Ga op pad. Neem de wereld als speelveld, niet alleen Drenthe. Bij alles wat je doet, moet je jezelf steeds afvragen: 'als dit het plaatje is, klopt het dan nog bij mijn verhaal?' Koop een stapel tijdschriften om een moodboard te maken. Ga knippen en plakken. Dat is juist wel belangrijk."

Blijf luisteren

Waar moet je als ondernemer nu de komende jaren rekening mee houden als het gaat om

concepting? "Je zult scherpere nodig hebben om de komende jaren de snelle ontwikkelingen bij te kunnen houden", geeft Nel aan. "Zoek in ieder geval de verjonging op. Ook zij hebben rust en ruimte nodig, maar hebben hier wel hun eigen wensen en ideeën bij. Blijf nieuwsgierig naar datgene wat in de markt ontwikkelt. Marktonwikkeling zit niet alleen in toerisme en recreatie. Kijk ook naar de retail en houd de hotelier in de gaten. Die loopt vaak net iets voor op de toeristisch-recreatieve markt. Maar luister vooral heel goed naar je gasten."

Mijn motto is: als je in korte tijd drie keer dezelfde opmerking krijgt over je bedrijf dan beschouw ik het altijd als waarheid. Ga er dan ook direct mee aan de slag. Als gasten de moeite nemen om signalen uit te zenden, dan moet je daar ook wat mee doen. ■

” **Concepting is niets anders dan ervoor zorgen dat je product en verhaal met elkaar overeenkomen**



MAAK HET VERSCHIL MET LEISURE
Een rendabele leisurebestemming vereist levensvatbare en haalbare plannen. W-Solutions helpt daarbij, gedegen, met ervaring en een breed netwerk.

VOOR NIEUWE CONCEPTEN EN REVITALISERING
Wij hebben aandacht voor het grote plaatje en maken het verschil met de kleinste details. Van strategie tot en met realisatie kunt u op ons rekenen.

Wie wij zijn?
De leisure experts is vertegenwoordigd door Jordi Wientjes. Zullen we eens kennismaken?

CONTACT
+ 31 (0) 6 5131 6755 - jordi@wsolutions.nl - wsolutions.nl



Van der Reest Advies
recreatie is ons vak




Meer dan 40 jaar experts in recreatie

**Nieuwsgierig?
Neem contact op!**

Tel. 055 538 24 60 info@vanderreestadvies.nl www.vanderreestadvies.nl

**DURF
TE RENOVEREN!**

Er is altijd een kans voor vernieuwing.

De zoektocht naar het beste concept, het mooiste ontwerp en het beste resultaat is inspirerend en zeker de moeite waard.




NIEUW ELAN IN LEISURE
INSPIREREND IN HOSPITALITY EN DESIGN
www.nieuwelaninleisure.nl



Die gekke Fries in Drenthe

Tjebbe Haringa



RET on tour

Die gekke Fries in Drenthe

Met Tjebbe Haringa

“Van een wijze zakenrelatie kreeg ik ooit het advies om altijd door te blijven gaan. Nou, dat doe ik”, vertelt Tjebbe Haringa. Hij is ‘die gekke Fries’ die in 2015 het attractiepark Sprookjeshof in Zuidlaren kocht. Anders zou het park dichtgaan en dat vond hij zonde. Ondanks dat hij uit het wereldje kwam, liep Haringa vast op hoe het park op te bouwen. Hij had wel ideeën maar geen plan. Totdat Tjebbe in 2018 via de gemeente in contact kwam met het Recreatie Expert Team.

De ondernemer is van oorsprong handelaar in attracties. Hij koopt attracties op, herstelt ze en verkoopt ze vervolgens weer aan parken over de hele wereld. Haringa is gespecialiseerd in reuzenraden. Hij heeft onder ander meegebouwd aan het Millennium Wheel in Parijs. Als iemand een reuzenrad wil hebben, dan bellen ze Tjebbe Haringa.

“Toen ik het Sprookjeshof kocht, heb ik als eerste het restaurant helemaal laten verbouwen. Dat was een grote investering. Voor het park had ik ook wel ideeën, maar geen plan. Je moet een plan hebben om ergens naar toe te werken. Het is belangrijk dat je experts om je heen verzamelt, die je kunnen helpen met zaken waar je zelf minder kennis van hebt. Voor mij is dat marketing. Daar heeft het expertteam mij enorm mee geholpen. Ik heb met andere ogen naar mijn park leren kijken”, aldus Haringa.

Nostalgische beleving

Het meest verrassende van de sessie met de experts vond de attractiepark-eigenaar toch wel de tip om een nostalgische beleving neer te zetten. Het park bestaat al sinds 1957 en sommige attracties zijn in de tijd weinig veranderd. Het Sprookjeshof is leuk voor kinderen tussen twee en twaalf jaar. Maar juist door de herken-

ning óók voor de generaties die hier vroeger kwamen, de ouders en de opa's en oma's van nu. Zij beleven de ervaring, die zij hier zelf als kind hadden, opnieuw maar nu samen met hun kinderen of kleinkinderen.

De marketingexpert

“Ook ‘die marketingman’ Edwin (red: coach Edwin van der Woude) vond ik geweldig met zijn creativiteit en ideeën. Daar heb ik nog steeds contact mee. De uitwerking van het thema en de karaktertjes komen bij hem vandaan. Hij heeft een marketingplan geschreven, en de website en ook de borden buiten het park onder handen genomen. Die nodigen veel meer uit dan wat het was. Een plan voor de bebording op het park ligt nog te wachten op uitvoering. Ik ben nu eerst bezig om de karakters tot leven te brengen, zodat we ze straks kunnen verkopen in de shop. We willen een shop maken op de plek waar vroeger het casino zat. Die hebben we dichtgegooid. Dat past niet meer bij het park dat we willen zijn.”

Tijd voor nieuwe attracties

Na de expertsessie is Tjebbe ook gaan nadenken welke attracties hij graag zou willen toevoegen of zou willen vervangen. “Hetgeen bezoekers hier vroeger deden, willen we weer

terughalen.” Op beurzen komt hij veel attracties tegen. Vooral de attracties waar geen personeel voor nodig is, zijn voor hem heel interessant vanuit kostenoverwegingen.

Het veranderen van het park kan niet allemaal in een keer. Het is belangrijk hierbij goed te plannen. Tijdens corona is het onderhoud in het park opgepakt. Wij moeten alles netjes maken. Dan lijkt het al heel anders”, vertelt de Fries. “Van een andere ondernemer heb ik geleerd hoe belangrijk de decoratie is rond een speeltoestel of attractie.”

Goed voorbereid

Tjebbe laat niets aan het toeval over. “Ik wil altijd alles voor zijn. Wat ik allemaal in Amerika zie, komt ook deze kant op. Daar wil ik op voorbereid zijn. Daarom heb ik iemand ingehuurd die het hele bedrijf gaat analyseren. Stel dat er iets vervelends gebeurt, met het personeel of een van de gasten, dan ligt er een plan klaar waarin staat hoe er moet worden gehandeld. Zij gaat ook kijken hoe we meer mensen naar het restaurant krijgen buiten het hoogseizoen om. We zitten aan de rand van het dorp. Dat is een uitdaging. In het weekend hebben we niets te klagen. Doordeeweeks kan het beter. Daar gaan we ons nu op focussen.

Vriendelijkste park

Daarnaast heb ik nog iemand in de arm genomen om meer schwing aan het park te geven. Dat is Adje, Arijan van Bavel. Je weet wel: van Paul de Leeuw. Hij heeft zelf een park gehad, dat hij aardig omhoog heeft getrokken en verkocht. We willen meer mensen bereiken, maar het moet wel leuk blijven.”

Het is zaak om de doelgroep te bereiken én vast te houden. “We hebben het de afgelopen vakantieperiode heel goed gehad”, zegt Tjebbe. “Het weer speelde mee. Mensen zijn vaker gekomen dan voorgaande jaren. Ze zullen vast nog een keer terugkomen en dan moet je die mensen wel laten zien dat er iets is veranderd. Als je niets doet, dan komen ze niet meer terug. Maar veranderingen moeten wel zorgvuldig gebeuren. Als we een aantal van de sprookjes-paddenstoelen weghalen, is iedereen overstuur”, zegt de eigenaar lachend. “En verder vind ik het belangrijk dat het eten goed is. Dat het personeel vriendelijk is. We zijn het tweede vriendelijkste park van Nederland geweest. Dat is voor mij belangrijk.” ■



”
Je moet
een plan
hebben
om ergens
naar toe te
werken



Recreatie Expert Team - Horeca & Gastvrijheid

Doorleef de gastvrijheid van je bedrijf

Met Agnes Holtjer & Jordi Wientjes

Gastvrijheid is meer dan je gasten bij binnenkomst vriendelijk begroeten, vragen of het heeft gesmaakt en bedanken voor hun komst. Agnes Holtjer en Jordi Wientjes zijn beide lang actief geweest als ondernemer/directeur in onder andere de hotellerie. Als geen ander weten zij hoe belangrijk het is om hospitality tot in je vezels te voelen, maar dit ook over te brengen aan je medewerkers.

Iedere ondernemer vindt zijn medewerkers belangrijk. Maar begrijpen zij ook echt het concept dat jij hebt bedacht? Weten zij wie jouw doelgroep is en wat jij wilt uitstralen? "Zorg dat de gastvrijheid, die je aan je gasten wilt bieden en waarmee jij je wilt onderscheiden, bij iedere medewerker bekend is. Het mag niet uitmaken wie de gast treft. Idealiter is de beleving altijd gelijk", aldus Agnes. "Vraag jezelf af hoe je tijdens de hele gastreis én met het hele team de gewenste hospitality naar voren kunt brengen, van het eerste contact met het bedrijf tot en met de bedankmail na vertrek."

De kassa

Inzicht hebben in cijfers helpt de marges op orde te houden. "Je beschikt als ondernemer over veel gegevens die je voor je kunt laten werken, zoals de output van de kassa", vertelt Jordi. "Wat is het meest verkochte product? Zijn er tijdstippen waarop je structureel te weinig verkoopt? Duik in deze cijfers en ga ze analyseren. Stuur bij waar nodig." Agnes vult aan: "Vergeet ook je uren niet mee te rekenen bij een kostprijberekening."

Menukaart

Een menukaart is ook onderdeel van je concept, en moet daarom passen bij de doelgroep. Jordi adviseert om samen met de kok na te denken welke gerechten op de kaart worden opgenomen. "Iedereen heeft de mond vol van streek-

producten. Je kunt er mooie verhalen omheen vertellen. Dat is interessant, maar past het bij je doelgroep? Of willen ze liever iets anders eten?"

Ga in gesprek

Hoe kan jij je eigenlijk onderscheiden in gastvrijheid? "Doorleef de gastvrijheid van je bedrijf. Dat zit soms in hele kleine dingen", zegt Agnes. "Doe je de incheck heel snel of vertel je uitvoerig wat er allemaal in de omgeving is te beleven? Weet wie er voor je staat en waar de gast behoefte aan heeft. Maar durf ook kritiek te ontvangen. Dat maakt je juist beter. Ga in gesprek met de gast en luister oprecht. Vraag of hij tevreden is. Is er een probleem? Ga niet in de verdediging maar los het direct op."

De medewerker

Vrijwel elke horecaondernemer lijkt er momenteel mee te kampen: krapte op de arbeidsmarkt. Medewerkers kunnen overal aan de slag en het is daardoor moeilijk goede krachten te vinden en te houden. Daarnaast concurrer je ook nog met het privéleven van je medewerkers. "Als je gastvrij wilt zijn naar je gasten", gaat Agnes verder, "moet je ook gastvrij zijn naar je medewerkers." Jordi vult haar aan: "Zorg ervoor dat zij voor jou willen en blijven werken. Daarbij gaat het niet alleen om geld. Het gaat veel meer om beleving en waardering. Geef ze verantwoordelijkheid en de ruimte om zich te ontwikkelen. Zeker nul" ■

”

Zeker nu moet je ervoor zorgen dat zij voor jou willen en blijven werken



Recreatie Expert Team - Financieel

Financieel inzicht geeft uitzicht

Met René Beukers, Arjan Schipper & Geert Manting

“De kunst van werken met cijfers is om ze te vertalen. Ze inzichtelijk te maken, zodat jij als ondernemer weet waar je naartoe werkt. Dat maakt dat jij voortdurend in control bent en voorbereid bent op situaties, die zich kunnen voordoen”, vertelt Geert Manting, een van de accountants binnen het RET. Evenals accountant Arjan Schipper en bedrijfseconoom René Beukers heeft hij regelmatig de financiële situatie van bedrijven mogen analyseren. “Niet het meest favoriete onderwerp van veel ondernemers. Dat is voor ons natuurlijk onbegrijpelijk”, zegt Arjan lachend.

Toekomstgericht werken

“Inzicht geeft uitzicht”, gaat Geert verder. “Als je inzicht in de cijfers hebt en je hebt een plan waar je over vijf jaar wilt staan, dan kun je beter sturen. Je weet waar je naartoe werkt.”

Ondernemerschap vraagt vandaag de dag om toekomstgericht werken. “Dat kan je doen door je stip op de horizon te vertalen naar een meerjarenbegroting”, zegt René. “Hiervoor stel je een financieel overzicht op en kijk je regelmatig hoe je verwacht uit te komen. Daarvoor kun je vragen stellen als: waar sta ik nu? Ga ik die begroting halen of niet? Zo niet, waar kan ik bijsturen?”

De S-curve

Arjan begint enthousiast te vertellen over een ander handig hulpmiddel om te kijken naar je bedrijf: de S-curve. “Dit is een grafiek die de levenscyclus van een bedrijf, product of dienst beschrijft. De curve bestaat uit vier fasen: van opstarten naar groeien, volwassen worden en verzadigen. Aan het begin van de curve ben je sterk innovatief. Je bent nieuw of hebt een nieuw product en bent aan het groeien. Op een gegeven moment zijn de processen gestructureerd en stijgt de omzet. Dan kom je in de volwassenheidsfase. Dit is de fase waarin iedere ondernemer wil zitten. En blijven zitten. Want in deze fase wordt het meeste geld verdiend.”

“Iets dat goed is, dat verander je vaak niet”, vult René aan. “Dat kan in deze fase een valkuil zijn. Natuurlijk is het goed om je succes uit te melken, maar benut in deze fase ook een deel van de winst om te vernieuwen. Want op een gegeven moment komt die verzadigingsfase. Als je daar niet op anticipeert, dan ben je eigenlijk te laat.”

“Elk bedrijf heeft met een S-curve te maken”, legt Arjan uit. “Niet iedere ondernemer is zich bewust van deze cyclus. Is je aanbod weinig onderscheidend, heb je veel concurrentie, weinig nieuwe gasten en lage marges? Dan komt het einde van de curve in zicht. De kunst is om op tijd je aanbod te vernieuwen, waardoor je weer aan het begin van de curve komt.”

Investeren

Als je gaat vernieuwen heb je het al snel over investeren. Daar is geld voor nodig. Wil je geld lenen bij een bank, dan raden de experts aan om je goed voor te bereiden. De bank verwacht dat ondernemers hun cijfers kennen en weten wat de toekomstverwachtingen zijn. Wat was je omzet van vorig jaar? Wat is je omzetverwachting? Waar wil je over vijf jaar staan? Hoe ga je dat bereiken? Ook EBITDA is een afkorting die je in je vocabulaire moet hebben. Zie het gesprek als een sollicitatie. De bank wil zien dat jij in control bent. ■

”

De kunst is om op tijd je aanbod te vernieuwen



We hebben goed voor ogen wie we zijn

Met Bart en Dineke de Vries

Midden in het dorp Roden staat hotel en restaurant Het Wapen van Drenthe. Een familiebedrijf. En een pand met een rijke historie. Ongeveer 230 jaar geleden stond hier al een herberg. Sinds 1964 zwaait familie De Vries de scepter over het hotel en restaurant. Inmiddels doen ze dat al drie generaties lang.

Bart de Vries is ongeveer tien jaar geleden in het bedrijf van zijn ouders, Rudi en Dineke, gestapt. Hij wist altijd al dat hij de horeca in wilde en is dan ook naar de hotelschool gegaan. Tijdens zijn studie wilde zijn vader een stapje terug doen. Sindsdien runt Bart samen met zijn moeder het hotel-restaurant.

Kritische blik

Hoe Bart bij het Recreatie Expert Team is gekomen, weet hij niet meer precies. Op een gegeven moment heeft hij de stoute schoenen aangetrokken en het expertteam aangeschreven. Niet alleen in verband met de toekomstige bedrijfsoverdracht, maar ook met de wens om te groeien. Wel of niet extra mensen aannemen? Waar liggen kansen? Bart en Dineke staan altijd open voor suggesties. "Ik vind het altijd interessant dat mensen een andere kant van het bedrijf zien", zegt de jonge ondernemer.

De sessie met de experts hebben ze als heel leuk ervaren. Een team van verschillende mensen met ieder een eigen vakgebied. "Ze keken echt overal naar", vertelt Bart. "De kamers, maar ook het onderhoud buiten." De experts waren heel kritisch. "Je wordt even met de neus op de feiten gedrukt. Wel op een goede manier kritisch." Zijn moeder vult hem aan: "Op een gegeven moment word je toch een beetje bedrijfsblind. Je ziet zelf niet meer wat er goed gaat en wat beter kan. Ze waren positief over

dingen die ik niet had verwacht. Dingen die voor ons heel normaal zijn. De experts waren bijvoorbeeld vol lof over hoe goed Bart de cijfers op orde had. Maar achter de schermen kon het wel iets beter worden georganiseerd, zoals de opslag van de voorraad."

Cijfers bijhouden

Bart houdt maandelijks de cijfers nauwkeurig bij. Hij weet precies hoe ze draaien. Destijds vroeg hij zich wel af hoe hij al die cijfers meer voor zich kon laten werken. De jaarcijfers zijn leuk, maar die zijn al geweest, vindt Bart. "Als we de cijfers van een maand geleden hebben, dan weten we hoe we het hebben gedaan en wat beter kan. Daar kunnen we elke maand op voortborduren. Ik weet nu hoe we er op kunnen sturen. Hebben onze maaltijden de juiste verkoopprijs? Gaan we investeren of juist iets extra inzetten voor de promotie?"

Coaching

Na de expertsessie zijn moeder en zoon met een coach, Jordi Wientjes, aan de slag gegaan. En nu, enkele jaren later, is hij nog steeds de coach van Bart. Dineke is alleen in het begin bij de coaching betrokken geweest. "Voor Bart is Jordi ook een praatpaal. Hij kan zijn hart luchten zonder direct adviezen van zijn moeder te krijgen."

”
Op een gegeven moment word je een beetje bedrijfsblind



Het Recreatie Expert Team

Bart en Jordi hebben samen al veel zaken opgepakt. Hiervoor hebben ze het RET-rapport als uitgangspunt genomen. Er is bijvoorbeeld een lijstje gemaakt met zaken die aan het gebouw moesten worden verbeterd. Wat moet op de lange termijn? Wat kan al op de korte termijn? Wat zijn de kosten? Hoe pakken we dit aan? Beetje bij beetje zijn alle punten uit het rapport doorlopen en de veranderingen doorgevoerd. "We doen dingen nu meer planmatiger en zakelijker. Ook vraagt de coach: 'heb je hier en daar wel aan gedacht?' Hij raadt ook wel eens af om dingen nu te doen."

Jordi is een klankbord. Ik kan met hem sparren over wat ik van plan ben. Maar hij is ook een stok achter de deur. Dingen die ik moeilijk vind, zoals gesprekken met bepaalde mensen aangaan, moet ik van hem niet uitstellen. Na een maand komt hij erop terug: 'Heb je het gedaan? Hoe ging het?' Die dingen wil ik voor mezelf maar ook voor hem wel afronden. Anders heeft de coaching ook geen zin", zegt Bart.

Visie en strategie

Af en toe pakt Bart het rapport erbij om te kijken wat al wel en niet is gerealiseerd. "We hebben veel aan het traject gehad. Toen de experts voor het eerst kwamen, zeiden ze: 'Je hebt nog

niet echt een duidelijke visie.' Die hebben we opgesteld. Nu hebben we heel goed voor ogen wie we zijn en wat onze strategie is. Je kunt wel denken: we zijn een klein bedrijf, dat is voor ons allemaal niet nodig. Maar het geldt voor elk bedrijf."

Lockdown

"De afgelopen anderhalf jaar zijn roerig verlopen. Voordat corona zijn intrede deed, waren we al begonnen met een grote verbouwing van het restaurant. Het was behelpen. We waren al enkele weken dicht en zouden op 20 maart weer opengaan. Maar de deur kon op 15 maart dicht blijven. Dat was wel even slikken."

Tijdens de tweede lockdown hebben we nog een aantal hotelkamers opgeknapt. Daarnaast werden afhaalmenu's bereid en er konden nog wel kamers worden geboekt. Mensen mochten ontbijten op de hotelkamer. Die periode hebben we nuttig kunnen besteden", blikt Bart terug.

Door de lockdown is de overdracht van het bedrijf vorig jaar niet doorgedaan. "Nu draag ik het langzaam over. Het is niet erg om door te werken", zegt Dineke. "Het leven zit vol verrassingen." ■

Colofon

Uitgever

Recreatieschap Drenthe

Redactie

Sylvia Jansen

Concept en vorm

Erik Luten - Mieters

Interviews en teksten

Carin Heutinck - Mieters
Sylvia Jansen

Fotografie

Esther Hardon Fotografie

Verantwoordelijkheid

Aan de artikelen is de grootst mogelijke zorg besteed, maar fouten zijn nooit helemaal te voorkomen. Recreatieschap Drenthe sluit iedere aansprakelijkheid voor schade als gevolg van de informatie gegeven in dit magazine uit. Het overnemen van welk deel ook van de inhoud van dit magazine is alleen toegestaan na schriftelijke toestemming van de uitgever.

Aan dit magazine werkten mee

Agnes Holtjer, Nemi van der Reest, Paul Wijers, Hans Stikkelbroeck, Roel Klomp, Edwin van der Woude, Jan Jaap Thijs, Bienke Venema, André van Mook, Petra Ellens, Nel Hollema, Tonique Hollander, Jordi Wientjes, Rene Beukers, Arjan Schipper, Geert Manting, Ronald en Digna Bosma, Bart en Dineke de Vries, Tjebbe Haringa, Dick Dijkstra, Henk Brink.

E-mail redactie

recreatieexpertteam@gmail.com

Dit magazine is
mede mogelijk
gemaakt door



Recreatieschap
Drenthe

provincie
Drenthe

