

## Watersportcamping Heeg in Friesland

*Betekenis recreatie-economie sterk onderschat*



**Karin Veldhuizen (46) en haar man Jacob van der Pol (58) zijn 25 jaar eigenaar van Watersportcamping Heeg aan het water, net buiten het Friese dorpje. Het echtpaar startte de camping in 1986 op ruim twee hectare. De inmiddels volwassen bomen plantten ze zelf en het kampeerterrein groeide uit naar vijf hectare met 200 staplaatsen, diverse chalets en bootligplaatsen. Karin, een enthousiaste vrouw, begroet langswandelende gasten vrolijk bij naam. Zij is uitstekend op de hoogte van de ontwikkelingen in recreatieland. Rapporten en artikelen daarover leest ze graag en regelmatig bezoekt ze bijeenkomsten over het onderwerp. Karin schroomt niet om 'belangrijke' mensen – zoals een directeur-generaal**

**van het ministerie - persoonlijk te benaderen, ze stapt op hen af voor een gesprek of met een vraag en nodigt ze en passant uit voor een overnachting op de camping of ze pakt de telefoon om een onderwerp te bespreken met de directeur van de Recron. Net zo makkelijk. Een positief en toegankelijk mens, initiatiefrijk, beweegt graag mee en smeedt plannen met andere partijen. Maar hoe breng je een recreatieonderneming op een hoger plan als een overheid passief blijkt?**

“De recreatiesector is een heel jonge sector, daarom is het kennisniveau nog laag en de kennisnetwerken nog niet wijd vertakt. Recreatie betekent zoveel voor de economie, inmiddels veel meer dan de landbouw, maar die sector heeft door de jaren veel grotere netwerken opgebouwd. Netwerken zijn onontbeerlijk maar heel uitgebreid zijn die in onze sector nog niet,” meent Veldhuizen. “In de branche is veel concurrentie, de keuze voor de recreant is enorm. Eigenlijk concurreren we met de hele wereld.”

### Communicatie

Zeventien jaar geleden was de Heegse camping de eerste in Friesland met een website. Gasten stuurden een gezellig briefkaartje om te reserveren, nu gaat dat via twitter, vertelt de eigenaresse. Enthousiast is ze over het profiel van recreatiegasten dat Recron samen met The Smart Agent Company ontwikkelde. Het is samengesteld op basis van sociologische en psychologische kenmerken; de vijf belevingswerelden hebben een verschillende kleur. De watersportcamping richt zich specifiek op 'paars', dat staat voor de tikje rebelse, creatieve, hoger opgeleide recreant, die houdt van cultuur en natuur en graag als eerste



nieuwe dingen beleeft. "Daarop passen we uiteraard ook onze communicatie aan, we vertellen juist wat we allemaal niet hebben hier, zoals een supermarkt, karaoke of snackbar. Wèl organiseren we een tochtje met een electrosloep om kemphanen en rotganzen te spotten, of wandelen in het heempark over gemaaide graspaadjes, bespieden onderwaterleven en zien hoe een libelle eitjes legt." Dit voorjaar kampeerde groep achtkinderen op de camping, ze knapten het kippenhok op, bouwden met elkaar een insectenhotel en timmerden ieder een nestkastje, dus hangen nu 31 kastjes in de bomen.

Het ondernemersechtpaar bedacht dat een aantal gasten goede ambassadeurs voor de camping zouden zijn. Ze vroegen er tien ambassadeur te worden. "Thuis ging ik bij ze op bezoek met een mooie wijnkoeler, een serieus cadeau. Zo zag ik ook hoe onze doelgroep woont. De mensen waren enthousiast over dit initiatief en het is onverwacht gunstig uitgekapt; ambassadeurs werpen meer vruchten af dan het staan op een beurs is inmiddels onze ervaring," vertelt Karin.

Op de camping zijn polyvalken en kano's te huur, maar ook een electrosloep en electroscooters. "De kwaliteit van de omgeving is heel belangrijk voor onze doelgroep, daar hoort ook beleving en storytelling bij. Met de fiets naar Workum, onderweg aanbellen bij de boer die het pontje bedient, een ijsje eten op een erf of bij een kraam een haring die volgens de visboer smaakt als 'een tongzoen met een zeemeermin'. Daarvoor fietsen mensen graag om. Of wat denk je ervan om vroeg op te staan en met de laatste echte beroepsvisser uit Heeg mee op palingvangst te gaan? We bieden maatwerk dat betreft ook de tips voor uitstapjes, daarvoor wil ik de mensen spreken want in de omgeving is zoveel te beleven dat past niet op een A4tje. Op een grote wandkaart kan iedereen ook zelf gevonden 'adresjes met passie' toevoegen."



### **Kennis & Innovatie**

De ondernemers willen het 'terug naar de basis'-concept op een vernieuwende manier aanbieden. Dat is een voortdurende zoektocht. Zo ontmoetten ze de ontwerpster van het fietsfornuiskarretje op de Dutch Designweek in Eindhoven. Op hun verzoek ontwierp de ontwerpster een vuilniskarretje waarmee gasten afval gescheiden aan kunnen leveren. "Een prettig en onverwacht bijeffect is dat gasten hun afval zo klein en plat mogelijk aanleveren," vertelt Karin lachend. "Onderzoeksvragen zetten we vaker uit bij HBO-afstudeerders, dit jaar onderzochten studenten Bedrijfskunde hoe we een kleine strandbar zo 'groen' mogelijk maken qua personeel, bestek, glas, producten, noem maar op. Volgend jaar starten we daar mee. In

een knalgroene zeecontainer, 'lekker rebels'."

Naar workshops over recreatie neemt Veldhuizen wel eens een stagiaire mee. Met de stagiaire van zestien jaar geleden - die allang zelf een camping heeft - deelt het echtpaar nog altijd de kennis en het netwerk. "Eerst zaaien dan oogsten", zegt Veldhuizen stellig, "stel je kwetsbaar op, het werpt zijn vruchten af. Zeg niet: 'ja, maar...', maar denk out of

the box. Durf! Als je niets doet weet je zeker dat er niets gebeurt. Denk internationaal. Van alle Nederlandse campings vertaalden er maar twaalf de website in het Italiaans. We zijn ons ook aan het beraden hoe we de camping kunnen verkleuren, dus andere culturen binnenhalen. Er liggen nog zoveel kansen en mogelijkheden. Veranderen is altijd eng, als je gaat pionieren buiten de gebaande paden zijn er geen harde getallen bekend. Daarvoor hebben recreatieondernemers support en ruimte nodig van overheden. De gemeente werkt wel actief mee aan uitbreiding van industrie en economie, maar de betekenis van recreatie-economie wordt naar mijn mening sterk onderschat. Een aantal malen zijn we gaan praten met de gemeente over verdere innovatie van ons bedrijf. 'Kom maar met een plan,' zeiden ze. Vier keer hebben we dat gedaan en alle keren is het plan afgeketst, dat is heel frustrerend. Ik vermoed dat de oorzaak ligt bij de lange periode van onrust bij de gemeente die voorafging aan de fusie van de 69 stad- en dorpskernen die tot één nieuwe gemeente Súdwest Fryslân werden samengesmeed. Daardoor gebeurde er bestuurlijk lange tijd heel weinig."



### **Samenwerking**

Watersportcamping Heeg werkt regionaal samen met andere ondernemers, ook uit andere sectoren, zoals de Koninklijke Tichelaar Makkum, een butler uit Sneek, Sonnema in Bolsward en kite surfing in Workum. Over en weer sturen ze gasten naar elkaar toe of organiseren met elkaar een persreis. "Die samenwerking verloopt heel goed," vertelt Veldhuizen, maar ze is minder positief over samenwerking met ondernemers in het dorp die het belang ervan niet inzien.

"Ondernemers die niet willen samenwerken noem ik kortetermijnondernemers. Het loopt toch wel dus waarom zouden ze vooruitzien en vernieuwen? De gemeente leunt achterover en denkt weinig constructief mee. Er is van alles geprobeerd, zoals een landingsstripje om als regio aantrekkelijk bereikbaar te zijn, het Elf Marre project, een sport en cultuurroute, maar het kwam niet verder. Als je lang genoeg het bos in wordt gestuurd laat je het er uiteindelijk bij zitten."

De camping is aangesloten bij BVG Noord, een groep grotere recreatiebedrijven in Noord Nederland. Ze wisselen cijfers uit en vergelijken onderling. Het echtpaar zit ook bij Port4Growth een platform van groeiondernemers, Jacob zit in een lokale politieke partij, Karin is bestuurslid van Friesland Marketing en ze zijn aangesloten bij een netwerk van gelijkgezinde ondernemers. Daarnaast stond eind juli een artikel over Friese campings in gratis krant Metro. Karin regelde subsidie omdat de journalist activiteiten en overnachtingen krijgt aangeboden om Friesland daadwerkelijk te beleven.



## **Rendement en financiën**

Sinds de ondernemers in Heeg in 2009 de bedrijfscommunicatie hebben aangepast en toegesneden op de 'parse' en de internationale consument, is het rendement toegenomen met 17% in 2010. 2011 leek aanvankelijk een nog beter jaar te worden, maar met de natte julimaand is dat nog afwachten. Het echtpaar heeft ruim 50% eigen vermogen in de camping geïnvesteerd.

## **Toekomst**

"Van onze vijf kinderen hebben twee een recreatie en toerisme opleiding gedaan. Toch hoop ik eigenlijk niet dat ze de camping over willen nemen, ik wens ze niet de frustraties toe waarmee wij worstelen en daarnaast ben je vanaf maart gedurende een half jaar zeven dagen per week aan het werk. Een miljoeneninvestering doen we nu niet meer en over een paar jaar is de camping vermoedelijk een chaletpark. Voor ons is dat financieel aantrekkelijk maar de economische spin off is voor het dorp en de omgeving veel geringer. Het zal jammer zijn van ons mooie klantenbestand. Nederland is truttig en bang voor verandering, moeten wij ons dan alleen verantwoordelijk voelen?" besluit Karin Veldhuizen haar betoog.

Meer informatie vindt u op de website  
[www.watersportcampingheeg.nl](http://www.watersportcampingheeg.nl)

STIRR, december 2011

Tekst en foto's: Annette Gravendeel  
Redactie en opmaak: Alie Engelsman

