



provincie :: Utrecht



HANDBOEK VERBLIJFSRECREATIE VOOR BOEREN EN TUINDERS



**IN NEGEN STAPPEN
VAN EERSTE GEDACHTE NAAR REALISATIE
(OF TOCH NIET)**

Colofon



www.lami.nl

Contactpersoon: Heidi Uenk, e-mail: huenk@ltonoord.nl



Auteurs: Helmer Wieringa, Maria van Boxtel en Taco IJzerman, Land & Co. www.landco.nl

Met begeleiding van Heidi Uenk en Hanneke Meester, LaMi
Januari 2006

Met grote dank aan de volgende ondernemers:

Wim Verheij, Natuurcamping De Boerderij in Snelrewaard www.home.versatel.nl/de.boerderij

Clara en Kees van Ravenhorst, de Boerenstee in Woudenberg www.deboerenstee.nl

Wilma van der Louw, Hoevelogies in Wijk bij Duurstede www.hoevelogies.nl

Marianne Hoekstra en Piet van de Geer, Mini-camping Boerderij Hazenveld in Kockengen
www.boerderijhazenveld.nl

Foto voorpagina: gasten op mini-camping Natuurlijk Genoegen, Driehuizen.

Foto: Dick Boschloo

DIT HANDBOEK IS MET DE GROOTST MOGELIJKE ZORG SAMENGESTELD. MAAR DE WERELD VERANDERT VOORTDUREND: BOER(INNEN) MAKEN NIEUWE PLANNEN EN WETTEN WORDEN AANGEPAST. AUTEURS, REDACTIE EN UITGEVER AANVAARDEN GEEN AANSPRAKELIJKHEID VOOR INFORMATIE DIE ONVOLLEDIG OF ONJUIST IS OPGENOMEN.

Dit handboek is mede mogelijk gemaakt door de provincie Utrecht:



provincie ■■ *Utrecht*

1. HOE DIT HANDBOEK TE GEBRUIKEN

Dit handboek is bedoeld voor agrarische ondernemers.
Speciaal voor boeren en tuinders die willen starten met verblijfsrecreatie op het platteland.

Het Handboek bestaat uit apart te downloaden delen.

- **De Quick Scan** een invulschema om te zien of u verblijfsrecreatie wilt
- **De Negen Stappen** uitleg bij de werkbladen; hoe gaat u aan de slag
 - stap 1 t/m 5: verkennen
 - stap 6 t/m 9: uitvoering
- **Werkbladen bij de Negen Stappen** de werkbladen vult u in om tot een plan te komen
- **Studie- en werkinformatie** lees dat stuk waarover u meer wilt weten
- **Vier verhalen van Utrechtse ondernemers** ter inspiratie; kunt u ook eerst lezen

Tips voor gebruik

- Geef u zelf de ruimte om gaandeweg te ontdekken; niet alles hoeft in één keer.
- Doe eerst snel de Quick Scan: u weet dan of u goed zit.
- Lees De Negen Stappen in één keer door. Dan heeft u een overzicht.
- Gebruik de werkbladen om werkelijk in te vullen.
- Studie en werkinformatie: kijk hierin pas wanneer u er behoefte aan hebt. Vooraf doorlezen heeft geen zin.

Aftrap

Dit handboek komt niet op een moment dat verblijfsrecreatie op de boerderij nog moet worden uitgevonden. U bent geen pionier meer op dit terrein. Dat heeft veel voordelen en ook nadelen. Om het te redden zijn twee zaken van belang:

- u moet kiezen voor professionaliteit en kwaliteit,
- u kiest voor een andere branche: dus andere spelregels en manier van zaken doen!

Succes!

Tips of aanvullende informatie is welkom via e-mail mvanboxtel@landco.nl

2. QUICK SCAN AGROTOERISME

Dit eerste gedeelte van het handboek bevat de Quick Scan Agrotourisme uit de startersgids Agrotourisme in Utrecht.

De Quick Scan bestaat uit drie stappen. In stap a kunt u achterhalen of agrotourisme werkelijk iets voor u is. Wanneer dit niet het geval blijkt te zijn, is het wellicht beter om een andere nevenactiviteit te beginnen. Wanneer agrotourisme wel iets voor u blijkt te zijn, kunt u verder gaan met stap b. In dit gedeelte ontdekt u welk type recreatie het beste bij u zou passen.

In stap c kunt u zien wat er allemaal komt kijken bij agrotourisme (benodigde tijd, ruimte, persoonlijke eigenschappen, etc.) en kunt u onderzoeken welke recreatieve activiteiten in uw situatie het meest geschikt zijn. In totaal kost het invullen van de Quick Scan ongeveer 30 minuten, dus gaat u er goed voor zitten.

Stap a: Is agrotourisme iets voor u?

Is agrotourisme werkelijk een geschikte neventak voor u? Zoek het uit aan de hand van de volgende vragen. Beantwoord deze vragen met ja of nee.

- | | |
|---|----------------|
| 1. Ik ben bereid vreemden op mijn erf toe te laten | Ja/ Nee |
| 2. Ik ben vriendelijk en gastvrij | Ja/ Nee |
| 3. Ik ben bereid een stukje privacy op te geven | Ja/ Nee |
| 4. Ik kan voldoende tijd vrijmaken voor agrotourisme | Ja/ Nee |
| 5. Ik heb ruimte in mijn budget voor agrotouristische investeringen | Ja/ Nee |
| 6. Ik kan begrijpelijk vertellen en uitleggen | Ja/ Nee |
| 7. Ik kan tegen kritiek | Ja/ Nee |
| 8. Mijn bedrijf is goed bereikbaar | Ja/ Nee |

Indien u méér dan twee vragen met “nee” hebt beantwoord, is agrotourisme wellicht geen geschikte neventak en moet u misschien toch een andere neventak overwegen. Indien u twee of minder vragen met “nee” hebt beantwoord, bent u waarschijnlijk een potentiële agrotouristische ondernemer. Gaat u in dit geval door met stap b.

Stap b: Welk type recreatie is iets voor u?

In dit gedeelte van de Quick Scan proberen we te achterhalen welk type recreatie het beste bij u past. Er is een indeling gemaakt in 4 categorieën: verblijfsrecreatie, dagrecreatie, huisverkoop en pensionstalling. Beantwoord u hiervoor de volgende vragen:

Vindt u het goed dat er 's nachts mensen op uw erf verblijven?

- ▶ **Ja:** Verblijfsrecreatie is wellicht iets voor u.
- ▶ **Nee:** Verblijfsrecreatie is geen geschikte activiteit voor u.

Vindt u het leuk zelf producten te verwerken en deze direct aan klanten te verkopen?

- ▶ **Ja:** Huisverkoop is wellicht iets voor u.
- ▶ **Nee:** Huisverkoop is geen geschikte activiteit voor u.

Vindt u het leuk om met paarden om te gaan?

- ▶ **Ja:** Pensionstalling is wellicht iets voor u.
- ▶ **Nee:** Pensionstalling is geen geschikte activiteit voor u.

Indien u op de drie voorgaande vragen ‘nee’ hebt geantwoord, is dagrecreatie wellicht een geschikte activiteit voor u.

Stap c: Welke activiteiten zijn iets voor u?

Stap c is de meest gecompliceerde stap van de Quick Scan. Met deze stap ontdekt u welke toeristische activiteiten iets voor u kunnen zijn. Het is de bedoeling dat u tabel op de volgende pagina's invult. Deze tabel ziet er wat ingewikkeld uit, maar als u zich aan de gebruiksaanwijzing houdt, moet dit geen problemen opleveren. Door de tabel in te vullen, krijgt u inzicht in belangrijke zaken die bij agrotourisme komen kijken en wordt u aan het denken gezet.

Gebruiksaanwijzing

Voor het invullen van de tabel heeft u een *pen* en een *markeerstift* nodig. Voor een goed resultaat is het belangrijk dat u de gebruiksaanwijzing nauwkeurig doorleest. Het invullen gaat in drie fases. Deze fases staan hieronder beschreven:

Fase 1: aankruisen voorkeur

Fase 1 beperkt zich tot het linker gedeelte van tabel 1 (op pagina 12 en 13). In dit gedeelte staan 25 stellingen. Als u het met de betreffende stelling eens bent, zet u een kruisje in het hokje achter de betreffende stelling, in de kolom "Ja".

Een aantal stellingen bestaat uit een A en een B gedeelte. Hierbij is situatie A het tegenovergestelde van situatie B. In principe kiest u óf voor A, óf voor B.

Fase 2: markeren voorgedrukte kruisjes

Fase 2 heeft betrekking op het rechtergedeelte van tabel 1. Per stelling wordt aangegeven welke agrotouristische activiteiten hier betrekking op hebben. Het is de bedoeling dat u in iedere rij (horizontaal) waar u in fase 1 "Ja" hebt aangekruist, alle hokjes waar een voorgedrukt kruisje in staat, markeert met een markeerstift.

Fase 3: balans opmaken

Tenslotte telt u alle gemarkeerde hokjes per kolom (verticaal) bij elkaar op. U komt dan voor iedere kolom op een totaal aantal gemarkeerde hokjes. Dit aantal noteert u onder in de tabel, in de rij "Totaal". Uit het totaal aantal gemarkeerde hokjes in verhouding tot het maximaal haalbare aantal hokjes, kunt u afleiden in hoeverre een activiteit geschikt is in uw situatie.

De cijfers 1 tot en met 12 in de bovenste rij van de tabel, staan voor verschillende agrotouristische activiteiten. Welke activiteiten dit zijn, is te zien op pagina 11. De activiteit waarbij het aantal gemarkeerde hokjes het dichtst in de buurt komt van het maximaal haalbare aantal (bijvoorbeeld 11 van de 12), is waarschijnlijk het meest voor u geschikt. De activiteiten met minder gemarkeerde hokjes zijn minder geschikt.

Let op! U kunt uiteraard aspecten waar u bijzonder veel waarde aan hecht en de activiteiten die hierbij horen, zwaarder mee laten wegen in het eindresultaat van de Quick Scan.

Voorbeeld:

Fase 1: Aankruisen stellingen indien "eens".

	Ja	1	2	3	4	5	6
Stelling 1	<input type="checkbox"/>	x		x		x	
Stelling 2.A			X	x	x		
Stelling 2.B	<input type="checkbox"/>	x					x
Totaal		2		1		1	1

← Fase 2: Eerst hokjes met voorgedrukte kruisjes in rij markeren...

↑ ↑ ↑ ↑
Fase 3: ...dan totaal aantal gemarkeerde hokjes per kolom optellen.

Belangrijk:

De Quick Scan is een ondersteunend instrument dat u kan helpen bij de keuze voor een bepaalde vorm van recreatie. De uitkomst van deze Quick Scan geeft een indicatie van de mogelijkheden in uw specifieke situatie en geeft u inzicht in zaken die met deze activiteit samenhangen. Hierdoor kunt u voor uzelf op een rijtje zetten welke vervolgstappen u kunt ondernemen.

Toelichting tabel 1:

De nummers 1 tot en met 12 hebben betrekking op de volgende toeristische activiteiten:

Verblijfsrecreatie:

1. Camping
2. Verblijfsruimte met service en/ of maaltijden: Pension, Bed & Breakfast, etc.
3. Zelfstandige verblijfsruimte: kamer, appartement, bungalow, etc.
4. Groepsaccommodatie

Dagrecreatie:

5. Verhuur van recreatiemiddelen: fietsen, boten, kano's, paarden of huifkarren
6. Horeca: terras, theetuin, café, restaurant, feestruimte
7. Open dagen, excursies, rondleidingen en/ of kinderfeestjes
8. Museum of tentoonstelling
9. Creatieve workshops
10. Sport- en spelfaciliteiten: poldersport, golfbaan, visvijver, etc.

11. Huisverkoop**12. Pensionstalling**

Fase 1

Fase 2

Hier aankruisen

		Verblijfs-recreatie				Dag-recreatie				Huis-verkoop	Pension-stalling		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Toegankelijkheid bedrijf/ privacy:		<i>Ja</i>											
1	Ik wil de activiteit het gehele jaar kunnen aanbieden (geen seizoensgebonden activiteit)		X	X	X		X	X	X	X		X	X
2	Ik wil dat de gasten hun bezoek van tevoren aankondigen door het maken van een afspraak of reservering	X	X	X	X	X	X	X		X	X		
3	Ik wil alleen gedurende vaste openingstijden gasten ontvangen					X	X		X		X	X	
4	Ik vind het goed dat de gasten de gehele dag toegang tot het bedrijf hebben, ook al ben ik niet altijd aanwezig	X	X	X	X								X
5	Ik wil niet dat de gasten op het agrarische gedeelte van het bedrijf komen	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	
6	Ik vind het niet erg dat de (soms vervelende) gasten langer dan één dag achtereen op het bedrijf verblijven of regelmatig terugkomen	X	X	X	X							X	X
Interactie met agrarische sector:		<i>Ja</i>											
7	Ik wil de agrarische sector promoten door er over te vertellen en dingen te laten zien							X	X				
8	Ik wil een activiteit beginnen die niks met de agrarische sector te maken heeft	X	X	X	X	X	X			X	X		
Tijdsbesteding:		<i>Ja</i>											
9.A	Ik vind het niet erg om tijd in de voorbereidingen te steken (in orde maken verblijfs- of ontvangstruimte, maken producten, klaarzetten materiaal)		X	X			X			X	X	X	
9.B	Ik wil niet teveel tijd in de voorbereidingen van de activiteit steken.	X			X	X		X	X				X
10.A	Ik vind het niet erg om gedurende de activiteit voortdurend bij de gasten aanwezig te zijn					X	X		X	X		X	
10.B	Ik wil de gasten na het geven van uitleg alleen kunnen laten, zodat zij zichzelf vermaken	X	X	X	X	X	X		X		X		X
Gewenste ruimte:		<i>Ja</i>											
11	Ik heb een bewoonbare ruimte (kamer/ huis/ stacaravan, etc.) waar de gasten kunnen overnachten		X	X	X								
12	Ik heb een overdekte ruimte waar de activiteit kan plaatsvinden						X	X	X	X		X	X
13	Ik heb weiland beschikbaar voor activiteiten	X								X			X
14	Ik heb geen aparte ruimte beschikbaar, ik ontvang de gasten op de (agrarische) werkvloer					X		X		X			
Subtotaal													

De tabel loopt door op de volgende pagina

Tabel 1

Fase 1

Fase 2

Hier aankruisen

Persoonlijke eigenschappen ondernemer:		Ja
15	Ik kan boeiend vertellen	
16	Ik ben geduldig	
17	Ik ben stressbestendig	
18	Ik ben goed in het aanprijzen van te verkopen producten (verkopersmentaliteit)	
19	Ik vind het leuk om voor mensen te zorgen (koken, schoonmaken, etc.)	
20	Ik ben creatief	
21	Ik ben sportief	
22	Ik kan hygiënisch werken (bij omgang met voedsel)	
23	Ik kan goed met groepen omgaan	

Omgeving:		Ja
24.A	De omgeving van mijn bedrijf is aantrekkelijk om te recreëren: mooie natuur, afwisselend landschap, bezienswaardigheden, recreatieve voorzieningen, etc.	
24.B	De omgeving van mijn bedrijf is minder aantrekkelijk om te recreëren: nabij industrieterrein, nieuwbouwwijk in aanbouw, etc.	
25.A	Mijn bedrijf ligt aan een weg waar veel toeristen langskomen, bijvoorbeeld aan fiets- of wandelroute	
25.B	Mijn bedrijf ligt aan een weg waar weinig toeristen langskomen	

Verblijfs-recreatie Dag-recreatie Huis-verkoop Pension-stalling

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
						X	X				
					X	X		X	X	X	
					X	X	X			X	
	X			X						X	
								X			
									X		
	X				X					X	
			X	X	X	X	X	X	X		

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
X	X	X	X	X	X	X	X			X	X
								X	X		
				X	X	X	X			X	
X	X	X	X					X	X		X

Subtotaal												
Subtotaal vorige pagina												
Totaal												
Maximaal haalbaar:	10	13	11	12	10	16	13	12	13	13	13	9

Tabel 1, vervolg

3. DE NEGEN STAPPEN

Hierna vindt u Negen Stappen om te komen tot uw verblijfsreactie.

Lees dit eerst één keer door. Erna gaat u terug naar stap 1 en gebruikt u de WERKBLADEN.

Verkennde stappen

- Stap 1 over ondernemerskwaliteiten
- Stap 2 kansen van en op het bedrijf
- Stap 3 kansen van uw streek
- Stap 4 ergens logeren en uw droom
- Stap 5 informatie verzamelen

Uitvoerende stappen

- Stap 6 bedrijfsplan
- Stap 7 durft u 't aan
- Stap 8 eerste actie/stap
- Stap 9 genieten, terugkijken, doorgaan

STAP 1 OVER ONDERNEMERSKWALITEITEN

Een boerderij runnen is één ding.
Mensen laten slapen en service bieden is een ander ding.

Stap 1 houdt u een eerste spiegel voor om te zien of de ondernemer en het gezin wel geschikt zijn voor verblijfsrecreatie. Waarom denkt u eigenlijk aan verblijfsrecreatie? Waarom wilt u het? Bent u klaar voor die andere branche?

In deze stap 1 denkt u na over:

- welke kwaliteiten en vaardigheden heeft u als **ondernemer** nodig,
- welke kwaliteiten en vaardigheden heeft u als **gezin** nodig.

De ondernemer: welke partner of gezinslid binnen het bedrijf gaat deze kar (vooral) trekken? Werk dit uit met **'Werkblad bij stap 1: over ondernemerskwaliteiten'**.

Vaak wordt vergeten dat bij deze nieuwe tak het gehele gezin is betrokken – ook als u het eigenlijk niet zou willen! Daarom:

Het gezin: hoe staan de andere gezinsleden of partner(s) er in?

Werk met het gehele gezin (laat ook de kinderen meedoen) het **'Werkblad bij stap 1: over ondernemerskwaliteiten'** nog een keer door.

U beslist zelf hoeveel tijd en energie u erin steekt.

'Alles wat we verzonnen hadden en zelf graag op een camping willen hebben, hebben we verwerkt. Overal is aan gedacht. En we lopen opgewekt over de camping. Zo zijn we van nature, maar we gaan ook niet lopen chagarijnen bij de gasten in de buurt. Het glas is bij ons altijd halfvol.'

Marianne Hoekstra en Piet van de Geer, Mini-camping Boerderij Hazenveld

'We hebben vanaf het begin goed nagedacht over het werk en hebben meteen klussen voor de B&B uitbesteedt. Dat moest ook wel, want bij de opening was ik hoogzwanger van mijn jongste zontje. We hebben twee schoonmaaksters en laten al het linnen- en beddengoed één keer in de week ophalen door de wasserij. Die komen het keurig gestreken weer terugbrengen. Ik doe wel alle administratie en ook de PR zelf. Ik heb vroeger voor een krant gewerkt en kan goed schrijven. Ik vind dat ook leuk.' Ik raad iedereen aan om dicht bij jezelf te blijven in wat je aanbiedt. Wij hebben een ontspannen aanbod, het is bij ons op basis van zelfvoorziening. Koffie en thee mogen de mensen ook zelf zetten en daar zijn ze blij mee, want dan kunnen ze zelf kiezen wanneer. Dat is ook makkelijk voor mij. Het is maar hoe je het verkoopt. Lunches voor vergadergroepen doen we ook, maar dan bestellen we het bij een cateraar.

Clara van Ravenhorst, De Boerenstee

STAP 2 KANSEN VAN EN OP HET BEDRIJF

Het bedrijf en de plek zijn onderwerp van de tweede stap.

Uw opzet van verblijfsrecreatie is met uw agrarisch bedrijf verbonden. U begint niet een losstaand 'hotel': u gaat (misschien) mensen laten overnachten op een agrarisch bedrijf.

In stap 2 gaat u met '**Werkblad bij stap 2: kansen van en op het bedrijf**' goed naar uw eigen bedrijf kijken: ligt het handig, is het te vinden, is het veilig genoeg, is het wel mooi om te overnachten?

Let op: hier vragen u om 100% vanuit het bedrijf denken; denkt u nog niet aan beperkingen vanuit beleid en regels.

Wilt u eens loskomen en iets echt origineels verzinnen? Werk dan ook eens met het '**Extra werkblad bij stap 2: originele activiteiten**' Doe eens gek.

'Wij zijn met een Bed & Breakfast gestart omdat we een luxeprobleem hadden: het bakhuis was over. Toen mijn man en zijn broer het landbouwbedrijf nog deelden, woonden wij in het verbouwde bakhuis en mijn zwager en schoonmoeder in de oude boerderij. In 1999 is mijn zwager getrouwd en hebben we het bedrijf gesplitst. Wij zijn toen met onze vier kinderen in de oude boerderij gaan wonen. Ons bakhuis uit 1930 mocht van de gemeente niet meer bewoond worden en we gingen nadenken over een nieuwe functie. Een vriendin raadde aan om met B&B te beginnen.' Clara en Kees van Ravenhorst gingen bij meerdere B&B's kijken en besloten het bakhuis te verbouwen. Ze vroegen in mei 2000 een vergunning aan voor een verbouwing tot 5 B&B kamers. Nog tijdens de verbouwing zijn de plannen aangepast: één van de kamers is opgeofferd om een grotere gezamenlijke keuken en groepsruimte te maken. Clara van Ravenhorst: 'zo zijn de kamers makkelijker tegelijk aan groepen te verhuren. We hebben dat gedaan omdat de ondernemers die we bezochten, zeiden dat er grote behoefte was aan zulke plekken. Dat klopt!' De Boerenstee ontvangt veel groepen vrienden en families, en dan is 18 personen prima. 'Zulke groepen voelen zich verloren in hele grote, kantineachtige groepsaccommodaties voor 100 personen. Onze boerderijplek is gewild. De groepen voelen zich echt vrij. Het is een gat in de markt!'

Clara en Kees van Ravenhorst, De Boerenstee

STAP 3 KANSEN VAN UW STREEK

In stap 3 gaat u de omgeving van uw bedrijf verkennen op het gebied van recreatie, attracties, routes en een nieuwe doelgroep. Wat heeft uw streek te bieden aan de recreant die bij u komt overnachten? Waar komt die bezoeker op af? Kent u uw streek met de ogen van de recreant?

Met het **'Werkblad bij stap 3: kansen van uw streek'** gaat u letterlijk op pad: langs de VVV, een attractie bekijken, een rondje maken. U beoordeelt waarom de streek volgens u aantrekkelijk is, welke vormen van verblijfsrecreatie er al zijn en wat iets nieuws kan zijn.

Agrariërs maken regelmatig de fout om precies te doen wat anderen ook doen. Alsof er een standaardproduct zoals melk of sla moet worden geleverd. De ondernemer verbouwt de schuur tot slaapkamers en verwacht via de VVV vele bezoekers. Lijkt u dit logisch? Via een franchiseformule wordt uw kans al groter. Of ziet u juist andere kansen met een eigen prijs/kwaliteit? Neem de tijd om rond te kijken !

Het werkblad doorgelopen? Dan wordt stap 4 plezier!

Het mooiste vinden Marianne Hoekstra en Piet van de Geer dat ook de 'elfen' komen logeren op hun mini-camping: 'we zitten dicht in de buurt van kasteel de Haar te Haarzuilens,' vertellen ze enthousiast. Hier wordt jaarlijks een Elf fantasy beurs georganiseerd, waarbij iedereen als elf, ridder of kabouter feest viert. Wij sluiten daar perfect op aan door dat weekend speciaal voor de 'elfen' te reserveren. Dat geeft een bijzondere sfeer op de camping.'

'Mini-camping Boerderij Hazenveld heeft nu 18 parkeerplaatsen. Dat is achteraf te weinig, denkt Piet: 'ook voor bezoekers moet je voldoende parkeergelegenheid bieden. Wij kunnen nog wel uitwijken naar een veldje achter de parkeerplaats met hele drukke weekenden, zoals Hemelvaart. Je wilt geen auto's langs de weg hebben staan, je kan geen overlast veroorzaken voor de buurt.'

Marianne Hoekstra en Piet van de Geer, Mini-camping Boerderij Hazenveld

STAP 4 ERGENS LOGEREN EN UW DROOM

Stap 4 is plezier!

Allereerst gaat u **uit logeren**. U en uw partner/gezinsleden moeten zelf ervaren hoe het is ergens te logeren. Misschien heeft u dat vaker gedaan, maar deze keer vragen wij u om dit nadrukkelijk te doen als onderdeel van uw keuzen en beslissingen. Kruip in de huid van de recreant, wees een klant.

Ga op zoek naar een locatie in een geheel andere streek binnen Nederland.

U gaat incognito, u praat niet over uw plannen, u maakt geen gebruik van een adres dat u al kent of van een bekende is. U gaat zoeken en op pad als een echte recreant.

Op het **'Werkblad bij stap 4: uw logeerpartij'** zijn enkele vragen opgenomen die u helpen uw indrukken van uw logeerpartij te gebruiken voor uw eigen plan. Lees het werkblad van tevoren even door en neem die pagina mee.

U bent erop uit geweest en dat was me wat! Genoten? Bonnetjes gevraagd om deze als bedrijfskosten op te voeren?

Als tweede gaat u aan de slag te gaan met **dromen**. U bent iemand met beide benen op de grond. Ja toch?. Nu gaat u toch even (dag)dromen. Waarom?

Veel plannen ziet u praktisch voor u. De droom moet u helpen de kern van uw praktische plannen overeind te houden. Veel plannen zijn vaak te praktisch waardoor u niet soepel om kan gaan met wensen van buiten. Want straks gaat u naar de buitenwereld en krijgt u tips, moet u keuzen maken vanwege investeringen en moet u misschien uw plan aanpassen aan regels.

Veel plannen sneuvelen ook omdat 'niet overal alles kan'. Dat is logisch als u er goed over nadenkt. Want op een fietspad horen geen auto's, in een glastuinbouwgebied hoort geen toeristisch kogel-gooien, in een winkelstraat geen garages en in een ontwikkelingsgebied voor varkenshouderij horen geen minicampings. Hiermee omgaan is lastig als u een star plan heeft zonder uw droom te kennen.

De droom moet u helpen overeind te houden wat voor u het belangrijkste is als u uw plan praktisch gaat uitwerken.

Ga nu aan de slag met uw droom.....zie **'Werkblad bij stap 4: droompagina'**. Veel plezier!

'Voordat we begonnen met De Boerenstee, zijn we overal gaan kijken. Kees en ik gingen wel drie adressen op een dag af. Zo voorkom je dat je bedrijfsblind wordt. En elk jaar ga ik met twee vriendinnen in een B&B logeren. Zo hebben we een koffiemachine in onze eigen keuken, de 'receptie'. Ook mensen die alleen komen kijken krijgen bij ons zo altijd verse koffie. Dat heeft me al klanten opgeleverd, omdat mensen zeiden: bij u krijgen we tenminste koffie als we komen kijken. Dus dat betaalt zichzelf terug.'

Clara van Ravenhorst, De Boerenstee

STAP 5 INFORMATIE VERZAMELEN

U bent nu bij stap 5: het verzamelen van zakelijke informatie. Cruciaal bij deze stap is dat u 'neutraal' informatie opspoort: u vertelt uw idee of uw droom nog niet, maar u 'oriënteert' zich en u heeft daarom informatie nodig.

Dit is van belang omdat u in stap 6 uw bedrijfsplan gaat plooiën naar deze informatie. Uw plan gaat rijpen met de informatie.

Andersom verzamelt u ook zonder te oordelen; u bent nieuwsgierig en leergierig en stelt informatieve vragen (en geen meningsvormende vragen). U stelt vragen om de informatie te begrijpen. U gaat niet in discussie over goed of fout !

Bovendien: vanaf nu is iedereen een potentiële klant !

Uw werk:

- lees Werkinformatie 2 Wet- en regelgeving, deel A
- loop de gevraagde informatie langs met '**Werkblad bij stap 5: informatie verzamelen**'. Maak kopies, bewaar kopies en doe alles netjes in een map. De informatie zult u later zeker nodig hebben.

'We willen de camping nog verbeteren door op de plekken voor caravans vaste tegels neer te leggen waarmee de caravans en de tenten meteen waterpas staan. We merken de afgelopen jaren dat we veel tijd kwijt zijn met de discussies van onze gasten hoe ze moeten staan. Dat is onhandig en soms staan ze dan nog verkeerd en kijken bij elkaar naar binnen. Eromheen blijft het lekker gras. En voor de regen gaan we nog een soort fijn split neerstrooien; dat hebben we gezien bij een collega. Je kunt er met blote voeten overheen lopen en je houdt een mooie ondergrond. We hebben ook goede informatie opgedaan op de recreatievakbeurzen in Hardenberg en Gorinchem. Daar zie je van allerlei materialen en oplossingen. Voor je iets bouwt, moet je zo'n beurs bezoeken. En niet alleen op je architect afgaan.'

Marianne Hoekstra en Piet van de Geer, Mini-camping Boerderij Hazenveld

'Onze architect heeft bij de verbouw rekening gehouden met alle eisen op het gebied van hoogte, uitgangen en vluchtgangen. We wilden de brandweer voor de verbouw laten komen, maar die zijn pas 6 maanden later komen controleren. Dat was jammer, want toen moesten we toch nog wat aanpassingen plegen. De inrichting van de kamers is praktisch en sfeervol.'

Clara van Ravenhorst, De Boerenstee

STAP 6 BEDRIJFSPLAN

Het bedrijfsplan moet de slag maken van uw denken naar het doen.

Voor het bedrijfsplan is een inhoudsopgave opgesteld: **'Werkblad bij stap 6: inhoudsopgave bedrijfsplan'**.

Deze inhoudsopgave verwijst u door naar nog twee werkbladen, één over bedrijfsformule en doelgroep, en één over investeringen.

Het bedrijfsplan moet u zien als een plan voor uzelf dat niet in één keer af hoeft te zijn.

De tip is: doe de eerste keer het hele rijtje. Wees zorgvuldig zonder u te verliezen in details.

Het plan is voor uzelf. Wilt u straks iets vertellen aan de gemeente, bijvoorbeeld als toelichting voor een bouwaanvraag, kopieer dan niet dit plan, maar gebruik de goede delen.

Zie het plan ook om alvast te oefenen hoe u uw plan vertelt en opschrijft (bijvoorbeeld in een brief of voor een folder). U begint een nieuwe tak en daar moet u even mee spelen 'op het droge'.

Succes!

'Bij de aanleg van ons sanitair hebben we meteen rekening gehouden met legionella preventie. Onze douches spoelen na 24 uur automatisch door als ze niet gebruikt zijn. Dat scheelt ons werk en kopzorgen, maar zorgt er ook voor dat er nooit te lang stilstaand water in de leidingen staat. We hebben een leidingenplan, een beheersplan en nu moeten we nog de monsters laten nemen.'

Marianne Hoekstra en Piet van de Geer, Mini-camping Boerderij Hazenveld

'Sommige ondernemers doen volgens ons veel te enthousiast over B&B alleen. Het kan niet uit, tenzij je arbeiders voor langere periode als gasten accepteert. Het is hard werken voor 70% bezetting. Wij zijn heel blij met onze combinatie van B&B met groepsaccommodatie.'

Clara en Kees van Ravenhorst, De Boerenstee

STAP 7 DURF ! EERSTE ACTIES

Nu u een eerste bedrijfsplan heeft: wat is uw conclusie? Gaat u ervoor?

Bent u er nog niet helemaal uit, geen probleem, doe dan alvast de werkbladen van stap 7.

Bent u er (grotendeels) uit, dan is het tijd om over de eerste actie naar buiten na te denken: stap 7 en stap 8.

A. Eerst faseren !

Wat is uw strategie om uw plan voor elkaar te krijgen?

Kijkt u eerst eens of uw bedrijfsplan op te knippen is met behulp van **'Werkplan bij stap 7: fasering'**.

- wat kunt u al doen om het ontvangen en overnachten van mensen uit te proberen?
- wat kunt u al doen dat volgens de regels wel kan, maar misschien nog niet uw droom is?
- wat is verstandig vanuit een oogpunt van goodwill naar uw omgeving van burens en de gemeente?
- wat past het eerste bij uw arbeidsinzet?

Een voorbeeld van fasering: U wilt een paardenstation met vijf logeerkamers/studio's. Van de gemeente begrijpt u dat er zeker in de zomer gekampeerd mag worden (mini-camping of ander woord) maar dat verbouw een lange weg is. De stal verbouwen voor paarden is geen probleem. Kunt u dan niet beginnen met paardenstalling in combinatie met overnachting in (door u geplaatste) caravans, indianententen of cowboy-huifkarren? U leert dan hoe u klanten vindt, wie dat zijn, wat hun wensen zijn, en de eerste investeringen zijn laag. En: misschien brengt deze creativiteit u zelfs bij een nieuw uniek aanbod.

B. Uw verhaal, uw folders: de communicatie

In stap 7 kiest u ook op welke manier u promotie doet, van folders tot website en advertenties. Lees werkinformatie 4 klantenbeheer, promotie en marketing. Doe het **'Werkblad bij stap 7: communicatie met onze gasten'**.

'Overal waar ik ben, laat ik merken wat ik doe.'

Marianne Hoekstra, Mini-camping Boerderij Hazenveld

STAP 8 EERSTE ACTIES

U heeft tot uw eerste acties besloten.

U voert ze uit!

Blijf denken aan:

- blijf uw droom voor ogen houden
- leg een goede adreslijst aan van iedereen die u ontmoet. Onderscheid 'mogelijke klanten', 'voor persberichten' en 'overige relaties' (ambtenaren, wethouder, burens, leveranciers etc)
- laat gasten/bezoekers hun ervaringen noteren (gastenboek, evaluatieformulier met kadootje)
- u heeft nagedacht over samenwerking of niet. Kijk verder rond tijdens uw eerste stappen of dit bevalt en hoe bezoekers u werkelijke hebben ontdekt.

Wees alert op uw eerste ervaringen. Noteer ze met **'Werkblad bij stap 8: eerste ervaringen noteren'**.

'Laat gasten niet over je grenzen gaan. Zoals bijvoorbeeld: bij ons mogen kinderen kijken bij het melken of op het bedrijf, maar alleen onder begeleiding van een volwassene. De gasten hebben ook hun eigen tuin en wij hebben onze eigen tuin. De trampoline staat in onze tuin voor onze kinderen. Kinderen van de gasten mogen daar niet op. Daar maken we altijd een verzekeringsverhaal van, wat ook zo is, maar het is ook een kwestie van privacy. En over de prijs valt bij ons niet te onderhandelen, die luxe permitteer ik me. Je moet hier ook strak in zijn. Als je zelf iets half vindt, is het veel moeilijker uit te leggen.'

'Deel je plannen, je hoeft ze niet geheim te houden. Dat levert alleen maar meer tips en goede ideeën op. Zoals de tip van mijn moeder: noem het de Boerenstee. Onze boerderij heet eigenlijk de Steeg. Maar B&B de Steeg klinkt niet goed, alsof het een achterafstraatje is, of voor vrachtwagenchauffeurs ofzo. De Boerenstee hebben we aan meerdere vrienden voorgelegd, die vonden dat allemaal een mooie naam. Die hebben we gekozen. De eerste artikel 19 procedure hebben we ook door DLV laten begeleiden, je moet namelijk een heel rapport indienen. Nu doe ik het zelf voor de liniehutten. Ik kan namelijk goed schrijven. Als je dat niet kan, moet je je echt laten adviseren. Tekeningen laat ik natuurlijk ook door een architect aanleveren.'

Clara van Ravenhorst, De Boerenstee

'Bij de aanleg van ons sanitair hebben we meteen rekening gehouden met legionella preventie. Onze douches spoelen na 24 uur automatisch door als ze niet gebruikt zijn. Dat scheelt ons werk en kopzorgen, maar zorgt er ook voor dat er nooit te lang stilstaand water in de leidingen staat. We hebben een leidingenplan, een beheersplan en nu moeten we nog de monsters laten nemen.'

Marianne Hoekstra en Piet van de Geer, Mini-camping Boerdeirj Hazenveld

STAP 9 GENIETEN, TERUGKIJKEN, DOORGAAN

Uw eerste acties zijn afgerond. We nemen aan dat uw iets heeft uitprobeerde. U heeft een seizoen gedraaid, u heeft twee weekenden gasten ontvangen, u heeft de boel vertimmerd of een weekend voor ruiters met logies in tipi's georganiseerd.

Het is goed om ergens – meestal in de winter zoals u misschien ook al voor uw agrarische hoofdtak doet – een moment te kiezen om terug te kijken en om te genieten.

A. het Grote Genieten

Kies een moment waarop u met partner en/of gezin nadrukkelijk stilstaat bij uw avontuur. Natuurlijk praat u er steeds tussendoor over. Nu maakt u even tijd om uzelf een compliment te geven.

Een etentje buiten de deur? Een bezoekje aan collega? Een verrassing voor uw partner onder het motto 'en nu even proosten op het succes'?

Doe het en geniet ervan!

B. het Goede Terugkijken en Doorgaan

U heeft genoten van uw eerste acties.

Voor u vervolgacties en uw ervaringen gebruikt u het '**Werkblad bij stap 9: balans opmaken**'. Dit werkblad kunt u natuurlijk vaker gebruiken.

Denkt u aan een feestje en publiciteit om uw 5-jarig bestaan te vieren? De mensen van LaMi komen graag langs...nodig ze uit!

4. WERKBLADEN

WERKBLAD BIJ STAP 1 : OVER ONDERNEMERSKWALITEITEN

a. verblijfsrecreatie is 'gastheerschap'

Als agrarisch bedrijf heeft u wel eens aanloop, misschien. Dat onverwachte bezoek bevalt u wel. Achterom of aan de voordeur.

Verblijfsrecreatie is ondernemen met een gezicht naar buiten. Vriendelijkheid, klantgerichtheid, diplomatie, tijd voor een verhaal, inzicht in mensen, een zakelijk klein verschil aanpakken, praktisch improviseren, rechtvaardig en aardig: het zijn enkele kwaliteiten die nodig zijn bij verblijfsrecreatie en die bij uw karakter moeten horen.

Kortom: u houdt van mensen, of niet. Nooit: soms...

Welke karakterkwaliteiten heeft u en gaat u inzetten voor uw tak van verblijfsrecreatie? Wees eerlijk (of vraag het uw kinderen). Uw kwaliteiten op een rijtje:

.....
.....
.....
.....

Kies nu het kernwoord dat helemaal bij u past, waarvan iedereen zegt: 'ja, ben jij!'. Uw kernwoord:

Zijpaadje: dit kernwoord is uw kernkwaliteit. Het te veel inzetten van uw kernkwaliteit is uw valkuil. Een nauwkeurig persoon is goud waard maar wordt een zeurpiet als alles moet kloppen. Een persoon die van duidelijkheid houdt, wordt bot. De balans is de uitdaging.

b. privé/tijd/relatie werk

Verblijfsrecreatie betekent dat er meer mensen op uw terrein aanwezig zijn, ook op tijden dat u anders privé bent. U moet hierin een weg vinden.

Hoe privé wilt u zijn? Sta hier goed bij stil want het kan veel ergernis voorkomen. Grappig is dat u bij verblijfsrecreatie juist heel goed uw privé kunt inpassen in uw 'aanbod'.

- welke ruimten wilt u beslist en altijd privé (woning, gebouw, terrein)?
- welke tijden wilt u beslist en altijd privé?
- welke ruimten (woning, gebouw, erf) wilt u wel delen en op sommige tijden beslist privé?
- welke ruimten uitsluitend met uw aanwezigheid erbij?
- wilt u zakelijk en privé telefoon scheiden?
- wilt u zakelijk en privé 'aanbellen' scheiden?
- vindt u het belangrijk dat uw kinderen privé-ruimte hebben en/of zich privé kunnen afzonderen?

Uw opmerkingen:

c. economie

U begint verblijfsrecreatie voor een flinke extra boterham. Dat kan als u het slim doet. Even zo vaak draait het minder. Welke economische armslag wilt u? Daar gaat het hier om.

Stel u zelf de volgende vragen:

- doen we het als bedrijf vanwege overbrugging bij opvolging, als pensioenvoorziening voor de oudere generatie?
- als extraatje omdat 'de vrouw toch thuis is'?
- er schuren leeg staan en daar moet je toch wat mee?
- omdat we geloven in 'verbreding' en risicospreiding met recreatie ons goed past?
- omdat je het verhaal van de landbouw wilt vertellen (imago)?

Welke verdiensten wilt u:.....

Welke investeringsruimte denkt u in eerste instantie te hebben? (gewoon een eerste idee)
Gaat dit ten koste van andere investeringen?

Bent u ook bereid te investeren in tijd, externe contacten, brieven schrijven, advertenties regelen, bezoekers boeken, nog meer rekeningen inboeken.... U alleen? Of wie wil wat in het gezin (de nadruk op 'willen'; het 'moeten' komt later!)?

Uw opmerkingen:

d. extern contact

Niet alleen komen er bezoekers op uw bedrijf, u moet ook zelf op bezoek. U moet aan reclame doen, u moet de burgemeester aardig vinden, de politie, de brandweer, de VVV. U moet u aanmelden bij organisaties die uw overnachting verkopen of gaat u dat zelf doen?

Bent u zich bewust dat u wel uw agrarische wereld kent, maar dat u met een andere wereld moet kennismaken? Kent u deze wereld voldoende? Bent u bereid om 'om te schakelen' en om uw weg te vinden tussen allerlei meningen over 'de boer', de landbouw, de dieren, de huisdieren, beestjes en de natuur?

Uw opmerkingen:

Bent u zich ervan bewust dat u verantwoordelijk bent voor uw bezoekers, in de eerste plaats op uw terrein, maar zelfs ook daar buiten (gedrag, fout parkeren, sociale veiligheid, drankgebruik, geweld, discriminatie)? Ook andersom: bezoekers/groepen kunnen u aanpakken en manipuleren.

Uw opmerkingen:

e. vaardigheden

Ging het hiervoor over uw kwaliteiten en uw talenten (die u kunt ontplooien !), hier gaat het om praktische kennis en vaardigheden (die u kunt bijleren!).

- Is er nu al iets dat u zou willen bijleren, zou willen oefenen?

Uw aantekeningen:

(Bijvoorbeeld opvoeding/begeleiding zorggroepen, zelfverdediging, EHBO, brandveiligheid, horecavaardigheden, conflicthantering (sociale hygiëne), computerinfo, een taal, schoonschrijven, plantenkennis, vogelkennis, natuurles geven, kookles geven, tai chi,).

- Is er iets waarin u al 'vaardig' bent ?

(Kampvuurverhalen, barbecuen, koken, houtbewerken, siervogels houden, sierbloemen telen, bloemschikken, tekenen, kinderspelen leiden, bier tappen, voetballen, auto's repareren,.....)

Uw aantekeningen:

f. Met partner en kinderen

Neem afsluitend alle bovenstaande vragen goed door met uw partner en kinderen. Maak er een plezierige avond van !

Uw aantekeningen:.....

Tot slot: als ondernemer is het de kunst om uw eigen 'functioneringsgesprek' te houden. Juist in iets nieuws zoals misschien een tak in de recreatie, is het goed om te weten hoe u en uw gezin het doet. Hierop komen wij terug. Neem bovenstaande vragen daarom serieus op, luchtigjes, wees eerlijk. Een goede inschatting van uzelf voorkomt teleurstellingen.

En: de cursus 'omgaan met teleurstellingen' gaat helaas niet door!

WERKBLAD BIJ STAP 2 : KANSEN VAN EN OP HET BEDRIJF

a. gebouwen

Welke delen van gebouwen zijn geschikt te maken voor (of kunt u missen)? Loop nog eens over uw erf en streep erna aan:

- toiletblok/ doucheruimte/ luxe slaapkamer/ studio (slaap, keukenblok, zitdeel)/ eenvoudige slaapplek/ groepsslaapplaats/ kantine/ receptie/ 'huiskamer'/ centrale kookruimte/ slechtweeropvang/ binnensport/ caravanstalling/ opslag materialen/ paardenstalling/ hondenopvang/ kinderopvang/
- zijn bedrijfsruimten (kas, stal, loods) NU geschikt voor bezoekers of is dit verboden gebied
- is er ruimte voor nieuwbouw of voorzieningen (toilet, loods, nieuw overnachtingsgebouw)?
- speciale dingen van u zelf: museum of verzameling/ oude werktuigen of trekkers/ werkruimte lassen, draaibank bijv voor corso's/ knutsel ruimte zoals bloemschikken, potten bakken / orchidee-vlinderkas of orangerie/.....

b. erf

Is er ruimte op uw erf voor:

- parkeren auto's (aantal)/ plaatsing caravans (m²), plaatsing tenten, trekkershutten, buitensport,
- afscheiding privé
- afscheiding vuile weg – schone weg
- speciale dingen op het erf van uzelf en uw gezin, bijv. hoogstamboomgaard, schapenwei, BBQ-plek

Uw opmerkingen:

c. bereikbaarheid

Bent u gemakkelijk te vinden?

- voor auto/fietser/wandelaar?
- zijn de wegen naar uw bedrijf goed?
- is er bebording naar uw bedrijf toe of naar iets herkenbaars in de buurt?
- zit u in een uithoek? is de weg naar uw bedrijf dichtbij of juist ver van een belangrijke afslag van de autoweg of station?
- ligt u aan een route?
- is inrit vanaf de weg veilig en goed zichtbaar?

Uw opmerkingen:

d. veilig en prettig

- is uw terrein netjes; kan er nu ook een bezoeker binnenstappen?
- is uw terrein veilig, algemeen / voor kinderen (sloten, openwater, luiken, machines, gevaarlijke stoffen etc)?
- is het winderig? Is er veel herrie / gebrom van apparaten?
- is er reële stankhinder, last van vliegen/muggen, ander ongemak?
- is duidelijk aangegeven of afgescheiden waar bezoekers wel en waar ze niet mogen komen?

Uw opmerkingen:

e. mooi en aantrekkelijk

Wat vindt een bezoeker nu opvallend aan uw bedrijf: mooi gebouw/ mooie plek/ leuke boer(in)/ koeien kijken/...

Vraag het eens losjes aan mensen van buiten.

Uw antwoord:.....

Waar komen kinderen bij u NU op af?

Uw antwoord:.....

Dit alles overziend, waar zou een bezoeker NU op uw bedrijf willen slapen? (dus los van allerlei aanpassingen):

Uw antwoord:.....

Samengevat uw conclusies bij stap 2:

a. gebouwen:

b. erf:

c. bereikbaarheid:

d. veilig en prettig:

e. mooi en aantrekkelijk:

EXTRA WERKBLAD BIJ STAP 2. VERZIN ZELF ORIGINELE ACTIVITEITEN

Inspiratie in de dingen

1. Kijk naar de dingen op uw bedrijf en kies een ding, noem het woord
2. Noem zoveel mogelijk dingen waar het mee te maken heeft en schrijf ze op
3. Past dat op uw bedrijf?

Bijvoorbeeld: 'klaver'..... koeienvoer, stikstofleverancier, mooie plantjes, bloemen, klaverhoning, bijen, imkers..... nodig voor een open dag op je biologische melkveebedrijf ook eens de plaatselijke bijenvereniging uit voor je gasten. Dan kunnen ze honing kopen en kijken hoe de bijtjes leven.

Doe het nu minimaal 1 keer zelf:

- 1.
- 2.
- 3.

Inspiratie in de seizoenen

1. Kijk naar de seizoenen op uw bedrijf en kies een speciale tijd/activiteit, noem het woord
2. Noem zoveel mogelijk dingen waar het mee te maken heeft en schrijf ze op
3. Past dat op uw bedrijf?

Bijvoorbeeld: 'lente en bloesemtijd'..... bloesem, mooi, romantisch, in de boomgaard, picknicken, liefde, eerste lentekriebels, stiekem zoenen. verkoop als lenteproduct een middagje 'zoenen in de boomgaard', een romantische picknick voor stellen.

Bijvoorbeeld: het eerste kievietsei is altijd landelijk nieuws!

Doe het nu minimaal 1 keer zelf:

- 1.
- 2.
- 3.

Inspiratie onder bekenden

1. Kies een familielid, vriend of kennis,
2. Bedenk wat hij/zij allemaal voor bijzonders kan en noem het woord
3. Noem zoveel mogelijk dingen waar het mee te maken heeft en schrijf ze op
4. Past dat op uw bedrijf?

Bijvoorbeeld: Mijn vriendin Els houdt van huishouden en kan goed koken en is helemaal goed in taarten en brood bakken.brood, akkerbouwbedrijf, meel, graan, muizen, konijnen en hazen, paashazen, ik vraag Els of ze op ons bedrijf rond de paastijd Paashaasbroodjes voor op de palmpaasstokken komt bakken. Kinderen kunnen dan zelf meedoen onder begeleiding van hun ouders en betalen...Dat hoort bij het paasarrangement.

Doe het nu minimaal 1 keer zelf:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

WERKBLAD BIJ STAP 3 : KANSEN VAN UW STREEK

a. uw streek

Ga naar VVV of gemeentehuis en verzamel toeristische informatie over uw streek, dorp of de dichtstbijzijnde stad (wat is er te doen en waar kunnen bezoekers nu overnachten). Ga op internet zoeken op trefwoorden van uw streek. Ga nog met niemand in discussie, dat komt later wel. Eerst verzamelen en hamsteren.

- Maak een tochtje langs deze punten in uw buurt en noteer wat er volgens u nog meer is.
- Noteer in onderstaande tabel wat er in uw omgeving is, bijvoorbeeld binnen een straal van 20 kilometer

Attracties algemeen	Uw opmerkingen
Routes	
Overnachtingsmogelijkheden	

b. aanbod in uw streek

Wij hebben hieronder een overzicht van mogelijke vormen voor overnachtingen gemaakt. Is dat overzicht compleet volgens u? Vul lege vakjes aan. Wat zou voor uw streek een aanvulling of versterking zijn? Vul dit in in de laatste kolom.

Type verblijfsrecreatie	Kenmerken	Uw aantekening	Volgens u een aanvulling of versterking
Hotel, pension	Jaarrond open		
Zorghotel	Langer of korter verblijf voor bepaalde zorggroepen		
Luxe kamer Bed& breakfast, luxe	Seizoen zelf te bepalen. Eigen formule bedenken.		
Logies, b&b, eenvoudig	Seizoen zelf te bepalen. Eigen formule bedenken en/of aansluiten bij lopende formules. Per nacht of dagen.		
Groepsaccommodatie	Soort jeugdherberg formule. Per aantal dagen.		
'Slapen in het hooi'	Zelf in vullen. Per nacht.		
Zomerhuisje/woning	Nieuw of bestaand. Per week of weekend.		
Stacaravan vast	Vaste huurders, jaarrond, centrale		

	voorzieningen. Per jaar.		
'Sta'-tent	Tent staat klaar. Seizoensgebonden (erna afbreken), tentkeuze voor eigen stijl, luxe in tent, centrale voorzieningen. Per week of weekend.		
Woonwagens of 'keten' of eigen caravans	Seizoensgebonden (erna stallen) of jaarrond, keuze voor eigen stijl, luxe in woonwagen, centrale voorzieningen. Per week of weekend.		
Trekkershut	Zomerseizoen, toilet etc. Per nacht.		
Kampeersplaats, luxe	Seizoen zelf bepalen; luxe centrale voorzieningen, luxe inrichting. Per week(end), nacht		
Kampeersplaats, natuurkamperen tenten	Zomerseizoen, simpele voorziening. Per week(end), nacht.		
Groepskamperen	Zomerseizoen, simpele centrale voorziening. Per aantal dagen.		
.....???			
.....??			

Samengevat uw conclusie bij stap 3:

Bij a. uw streek:

Bij b: wat is volgens u een overnachtingvorm die een aanvulling is of volgens u kans heeft.

WERKBLAD BIJ STAP 4 : UW LOGEERPARTIJ

Onderstaande vragen neemt u mee als u gaat logeren. Lees de vragen van tevoren even kort door, zodat ze in uw achterhoofd spelen. Tijdens het verblijf vult u één voor één de vragen in. Zo krijgt u een compleet beeld van het bedrijf dat u bezoekt. En natuurlijk: veel plezier!

a. logies vinden

Hoe hebt u het adres van deze logies gevonden? Ging dat makkelijk? Hoe werd u te woord gestaan bij uw reservering? Kon u het bedrijf zelf makkelijk vinden?

b. een eerste indruk blijft vaak het langste hangen!

Beschrijf kort uw eerste indruk van het bedrijf:

Wat viel u meteen op, wat zag u, kunt u de sfeer omschrijven? Hoe werd u ontvangen?

Wat is grandioos, wat viel uit de toon?

c. product en doelgroep

Wat wordt er allemaal verkocht/aangeboden bij deze verblijfsrecreatie? Wat is het aanbod?

Is er een samenhang in het arrangement? Zoja, welke?

Is het duidelijk op welke doelgroep(en) deze ondernemer zich richt? Waar blijkt dat uit?

d. de ondernemer en bedrijfsformule

Heeft de ondernemer een missie, denkt u? Welke zou dit kunnen zijn? Herkent u zowel een zakelijke als een persoonlijke missie?

Wat is de bedrijfsformule. Is deze helder? Herkent u deze formule terug in wat u ziet en hoort? Waarin

Heeft u bijzonderheden opgemerkt zoals franchise, samenwerking, arrangement-aanbiedingen, kwantumkortingen, helderheid prijsstelling,

e. communicatie met de klant

Heeft dit bedrijf een naam, huisstijl of een logo? Is hierin relatie met streek of het aanbod of de formule? Blijkt uit de naam wat de ondernemer wil?

Welke communicatiemiddelen heeft de ondernemer gebruikt?

Website/folders/bord aan de weg/ advertenties/.....

Is het aanbod individueel of in samenwerkingsverband? Wat viel u hierbij op?

f. inrichting van de ruimte

Wat vindt u van de inrichting van de verblijven?

Wat zou u ook wel zo willen doen? Wat zult u nooit zelf zo doen?

Hoe staan de prijzen vermeld? Is klanteninformatie snel en helder te vinden?

g. niet vergeten

Wat heeft u opgemerkt of bedacht tijdens uw verblijf dat u wilt onthouden voor later? Waar wilt u nog vragen over stellen of wat moet u later nog uitzoeken?

h. maak een foto!

Fotografeer het mooiste en het lelijkste plekje volgens u op dit bedrijf.

WERKBLAD BIJ STAP 4 : DROOMPAGINA

Wat zou voor u het mooiste beeld zijn van uw verblijfsrecreatie? Wat is uw lol erin?
Leg uw eventuele kinderen ook eens deze vraag voor.

Bedenk de **ideale (wens)situatie** voor uw idee van verblijfsrecreatie. Denk hierbij aan inrichting, producten, personeel, aankleding, daginvulling, verantwoordelijkheden, contacten, inkomen, ontplooiingsmogelijkheden etc. Bedenk de plekken, welke inrichting en sfeer, welke kleuren, welk soort klanten, hoe klanten op u reageren, welke producten, et cetera. Droom alsof het al werkelijkheid is. Vermijd termen als 'ik doe niet...'. Schrijf in de ik-vorm of wij-vorm. Laat u niet afremmen door mogelijke bezwaren en belemmeringen van uzelf of uw omgeving, daar is later nog tijd genoeg voor.

U kunt de pen pakken en een **verhaal** schrijven, zet er het jaartal 2020 boven. U kunt ook een **collage** maken, of **trefwoorden** neerschrijven met een **tekening of plattegrond** erbij. En steeds: doe alsof het reeds gebeurt !

Mijn droom (u mag natuurlijk ook een hele bladzijde gebruiken op een aparte pagina)

Andere droom ideeën:

Neem een **ding** (bijvoorbeeld een speelgoed caravan of grappige spaarpot) en zet dit op de keukentafel: zo denkt u aan uw droom, bij een kop koffie, bij het langslopen, dat geeft ruimte in het denken....

Leg een **plakboek** aan, verzamel knipsels van sfeerbeelden of nieuwsberichten die u aanspreken.

Maak nu uw **bedrijfsformule** door uw droom in maximaal 10 woorden op te schrijven:

Mijn bedrijfsformule (maximaal 10 woorden)

Goed droomvoorbeeld: Ik verwerk vruchten en bloemen uit ons tuinbouwbedrijf tot decoratieve creaties voor in de woning. In de zomer besteed ik hier veel tijd aan. Ik geniet ervan om in mijn eigen werkruimte iets van mezelf te creëren. Mijn man en kinderen vinden het leuk en redden zichzelf. In deze periode helpen de kinderen in het huishouden. Mijn creaties verkoop ik vanuit huis op woensdag en zaterdag, en in de vakantieperiode. Vooral de contacten met de klanten vind ik leuk. De complimenten die ik voor mijn creaties krijg zijn mijn belangrijkste beloning. De klanten komen goed verspreid aanlopen waarbij mijn financiële beloning een redelijke uurbeloning van de arbeid geeft plus uiteraard de materiaalkosten.

Fout voorbeeld: Ik zou graag willen dat ik niet meer de hele week alleen maar aan het huishouden besteed. Het zou leuk zijn als ik de producten van mijn hobby, het verwerken van fruit en bloemen uit de tuin, zou kunnen verkopen. Ik zou er dan wel meer tijd in moeten steken en dan gaan mijn man en kinderen vast zeuren dat het huis er niet netjes uitziet en het eten niet op tijd op tafel staat. Je werkt kostenneutraal, dat zou mooi zijn.

WERKBLAD BIJ STAP 5 : INFORMATIE VERZAMELEN

	Kopies aanwezig/info te vinden bij	Overblijvende vragen, aantekeningen, moet ik niet vergeten
A. Wet- en regelgeving		
Bestemmingsplan		
Gebruiksvergunning, bouwverordening, brandweer		
Milieuvergunning		
Drank- en horecawet		
Wet op de openluchtrecreatie		
Warenwet		
Muziekrechten		
-		
B. Samenwerkingen en beroepsverenigingen		
vanuit landbouw		
vanuit lokale verenigingen		
vanuit recreatie		

WERKBLAD BIJ STAP 6 : INHOUDSOPGAVE BEDRIJFSPLAN

1 Onze vertrekpunten

Samenvatting van de eerdere stappen:

Onze droom en de kernpunten uit stap 4 zijn:.....

Hierbij maken wij gebruik van mijn/onze ondernemerskwaliteiten: (kijk terug bij stap 1 en check of punten kloppen)

Hierbij maken wij gebruik van de volgende kansen van het bedrijf: (kijk terug bij stap 2 en check de punten)

Hierbij maken wij gebruik van de leemten in de omgeving: (check met stap 3)

.....

2 Missie of 'ons verhaal in het kort'

De missie van mijn bedrijf is geworden:.....

3 Beleid

Ons idee past in beleid gemeente:

Ons idee past in bestemmingsplan, welk deel, welk deel niet, welk deel onduidelijk

Andere voorwaarden die wij hebben genoteerd vanuit regels:

(zie ook stap 5 en werkinformatie 2)

4 Bedrijfsformule, aanbod, klanten, communicatie

- bedrijfsformule (stap 4)

Van bedrijfsformule naar doelgroep: doe het '**Werkblad bij stap 6 : bedrijfsformule en doelgroep**' en vul daarna in:

- aanbod: aantal plaatsen, kenmerken van stijl
- welk type klanten, periode, wervingsregio
- beleid prijsstelling: tarieven, kortingen
- aantal overnachtingen: schatting opbrengsten
- wijze van contact met klant, naar volgorde belangrijkheid; 1.....2.....
- investeringen/kosten communicatie:

5 Begroting

Doe het '**Werkblad bij stap 6 : begroting**' en vul de tabel in. Het gaat om:

kosten op bedrijf

- aanpassingen gebouwen
- aanpassingen erf
- voorzieningen; bebording, speelplekken etc
- investering en kostenraming/jaar

algemeen

- aanpassingen in werk/privé
- relatiekosten, zoals open dagen, beurzen etc.
- verzekeringen, belasting, boekhouding, toeristenbelasting etc

kosten buiten bedrijf

- kosten bewegwijzering
- lidmaatschappen, inkoop in folders bij derden
- aanvragen vergunningen

6 Strategie: fase 1

Lees de informatie bij stap 7 en schrijf het hier op.

WERKBLAD BIJ STAP 6 : BEDRIJFSFORMULE EN DOELGROEP

Herhaal hier uw bedrijfsformule (stap 4):

.....
.....

Hoe gaat u dat concreet uitwerken? U moet een beeld hebben van het type bezoeker en u moet weten of daar een markt voor is.

Type bezoeker	Mijn keuze
Naar levensstijl: <ul style="list-style-type: none">▪ luxe of sober▪ rust of drukke gezelligheid	
Naar omvang <ul style="list-style-type: none">▪ individueel/duo▪ gezin▪ groepen of families (omvang?)	
Naar leeftijd <ul style="list-style-type: none">▪ 55 plus▪ 30 – 55▪ jongeren	
Naar verzorgingsniveau <ul style="list-style-type: none">▪ alles verzorgd, inclusief diner▪ eigen keukenblokje per appartement▪ gezamenlijke keuken▪ 'afhaalchinees' in het dorp	
Exclusief bij hobby of passie (bijv. paarden, oude auto's, potten bakken)	
Exclusief voor organisaties of sociale kenmerken (bijv. vakbondsleden, fietsersbond, kerk, Aids, verstandelijke uitdaging, Ned. Caravanclub, Britten, etc)	
Wervingsgebied	
heel Nederland	
alleen bepaalde provincies	
andere talen welkom, buitenland welkom	
exclusief buitenland, welk	
Inschatting markt, behoefte	
besteding	
verblijfsduur	
periode	
prijzen*	

* vergelijk eens de prijzen van andere verblijfsrecreatie op internet.

Wat vindt u zelf de leukste doelgroep, met welk soort mensen gaat u graag om?

Wat vindt u belangrijke waarden als u zelf op vakantie gaat?

WERKBLAD BIJ STAP 6 : BEGROTING

Lees Werkinformatie 5. Financiën ter illustratie van een begroting en een indruk van cijfers.

OEFENING A: VOOR STARTERS

- Vul zelf de begrotingstabel in. Probeer de bedragen zo realistisch moeilijk te schatten, afhankelijk van de grootte van de bedragen afronden op 50, 100, 500 of 1000 euro.
- Beantwoord onderstaande vragen.

OEFENING B: VOOR MENSEN DIE AL LANGER BEZIG ZIJN

- Pak jaarrekeningen erbij.
- Beantwoord onderstaande vragen.

VRAGEN

- Moet ik geld lenen?
- Hanteer ik een realistische prijs voor mijn product?
- Hoeveel houd ik uiteindelijk over?
- Hoe lang duurt het voor ik werkelijk winst maak?/Maak ik werkelijk winst?
- Bij wie zou ik kunnen lenen en wat voor lening moet dat worden?
- Wat zijn grote kostenposten en hoe kan ik daar op besparen?

	2006	2007	2008	2009	2010
Bezetting (in maanden.....)					
weekenden					
midweken					
gem. bezetting					
<i>Opbrengsten</i>					
Variabele kosten					
gas, water, electra					
verbruiksmiddelen + afval					
legionellacontrole					
boekingsburo					
accountant/verzekering					
promotie					
overige kosten					
toeristenbelasting					
BTW*					
<i>Totaal variabele kosten</i>					
SALDO					
Vaste kosten					
OZB					
Onderhoud 1)					
Rente 1)					
Afschrijving 1)					
Bedrijfsresultaat					
bij: afschrijving 1)					
af: aflossing 1)					
MARGE					
uurinzet					
arbeidsvergoeding per uur					

1) Berekeningsbasis voor vaste kosten

	Uitgave (€)	Kosten/jaar Afschrijving (...%)	Kosten/jaar Onderhoud (...%)	Kosten/jaar Rente (....%)	Kosten Aflossing/jaar
Verbouw					
Inrichting					
Verharding omgeving					
Overige investeringen					

WERKBLAD BIJ STAP 7 : FASERING

De eerste actie moet volgen uit het grootste struikelblok volgens uw bedrijfsplan.

Kijkt u eerst eens of uw bedrijfsplan te faseren is:

- wat kunt u al doen om het ontvangen en overnachten van mensen uit te proberen?
- wat kunt u al doen dat volgens de regels wel kan, maar misschien nog niet uw droom is?
- wat is verstandig vanuit een oogpunt van goodwill naar uw omgeving van burens en de gemeente?
- wat past het eerste bij uw arbeidsinzet?

Een voorbeeld van fasering: U wilt een paardenstation met vijf logeerkamers/studio's. Van de gemeente begrijpt u dat er zeker in de zomer gekampeerd mag worden (mini-camping of ander woord) maar dat verbouw een lange weg is. De stal verbouwen voor paarden is geen probleem. Kunt u dan niet beginnen met paardenstalling in combinatie met overnachting in (door u geplaatste) caravans, indianententen of cowboy-huifkarren? U leert dan hoe u klanten vindt, wie dat zijn, wat hun wensen zijn, en de eerste investeringen zijn laag. En: misschien brengt deze creativiteit u zelfs bij een nieuw uniek aanbod.

Op basis van uw bedrijfsplan is mijn eerste fase:

.....

Beslis of deze fase een try-out is zonder veel publiciteit of dat u direct feestelijk opent, ook al is het 'slechts' de eerste fase.

Wij willen een opening dan op het moment dat.....

Noteer dit in uw bedrijfsplan: hoofdstuk 6 (zie ***'Werkblad bij stap 6 : inhoudsopgave bedrijfsplan'***)

Nu u uw plan heeft gefaseerd, beslist u welke eerste acties nodig zijn. Eerste acties zijn:

1.
2.
3.
4.
5.

U zet de eerste acties in uw agenda, klussenlijst, memobord of wat ook. **U gaat er nu voor !**

WERKBLAD BIJ STAP 8 : EERSTE ERVARINGEN NOTEREN

Loop na de beslissing 'go' eens (samen met uw partner) over uw bedrijf, het erf. Bekijk eens welke zaken op je bedrijf al passen bij de bedrijfsformule die u voor de verblijfsrecreatie voor ogen heeft. N.B. Dit is geen uitnodiging voor ruzie! Op elk bedrijf zijn dingen nog niet af en liggen allerlei oude koeien in de sloot. Laat maar lekker in de sloot liggen en denk aan wat u leuk zou vinden en wat eenvoudig kan.

Wat kunt u eenvoudig veranderen als het gaat om verzorging, presentatie en service:

1.
2.
3.

Hoe komt het verhaal van uw bedrijf en product nu al naar voren?
(in welke elementen of handelingen, op welke plek)

1.
2.
3.

Welke zaken kloppen (nog) niet met het verhaal dat u wilt vertellen?

1.
2.
3.

Hoe kunt u het verhaal versterken? (denk eerst aan eenvoudige aanpassingen en middelen, niet overdrijven).

1.
2.
3.

Andere puntjes die u zijn opgevallen tijdens de rondgang en die u niet wilt vergeten.

1.
2.
3.

WERKBLAD BIJ STAP 7 : COMMUNICATIE MET ONZE GASTEN

Lees werkinformatie 4. klantenbeheer, promotie en marketing. Hieronder staat een lijstje van middelen om met uw (potentiële) gasten in contact te komen of te blijven. Kijk bij elk middel of het ook in uw bedrijf past. Zo ja, bedenk dan hoeveel tijd u er zelf aan wil besteden en welk budget u ervoor over hebt. Zo nee, kijk naar het volgende middel. U kunt ook zelf extra middelen toevoegen. **En: hoe maakt u het persoonlijk?**

Tel tenslotte de totale tijd en het budget voor alle middelen op. Is die tijdsbesteding realistisch en mogelijk? Heeft u dat budget er voor over?

Communicatiemiddel	Geschikt voor mijn bedrijf?	Tijd	Budget
Huisstijl			
Bord aan de weg			
Mond-tot-mond reclame (en hoe organiseer ik dat?)			
Website van verzamelorganisatie (welke?)			
Gids van verzamelorganisatie (welke?)			
Folder			
Website			
Nieuwsbrief			
Persberichten			
Gezamenlijke folder/opname in VVV boekjes			
Regionale Verzamelwebsites/site VVV			
Activiteiten 1. 2. 3. 4. etc			
Totaal			

WERKBLAD BIJ STAP 9 : BALANS OPMAKEN

Ga in het minder drukke seizoen met uw gezin en/of medewerkers eens bij de open haard zitten en kijk terug.

Vragen om terug te kijken:

Voor u, uw partner en gezin, en het bedrijf

- hoe voelde u zich en uw gezin zich als 'gastvrouw en gastheer'?
- hoe voelde de afstemming met het agrarische werk?
- wat gaf de echte kick?
- is er een grote frustratie bovengekomen? Of zit er iets onder tafel?

Wees eerlijk!

Over uw klanten

- wat was het mooiste compliment?
- waar bent u het meest van geschrokken?
- ga gastenboek of evaluatieformulieren systematisch na en maak een lijstje van dingen die u wilt verbeteren omdat uw gasten er opmerkingen over maakten,
- trek een slotconclusie over uw bedrijfsformule en check hierop uw bedrijfsplan
- hoe is de aanloop, voldoende klanten, bezetting

Voor uw volgende acties

- wat leerden deze eerste acties u over uw plan en uw fasering?
- herschrijf kort desnoods de punten.
- wat worden uw volgende acties?

Het is moeilijk u hierbij te helpen, maar denk in ieder geval aan:

- publiciteit en klantenwerving; relatiebeheer; opening van iets?
- samenwerken of niet? Waarom wel/niet?
- bouwplannen en vergunningen doorzetten, afchecken?

Nog wat andere vragen

- Krijg ik genoeg geld én voldoening voor mijn inspanningen?
- Heeft u goede leveranciers en adviseurs?
- Lopen de administratieve, personele en belastingzaken naar wens?

Iets korter

Als het bovenste u te lang is, doe dan het volgende:

Dit loopt goed:

Dit loopt minder goed:

Hier ben ik trots op:

Hier wordt ik liever niet naar gevraagd:

Dit wil ik beslist veranderen:

Dit wil ik zeker niet veranderen:

Dit wil ik voortaan uitbesteden:

Dit wil ik zelf bijleren:

Deze vijf punten maak ik het komende seizoen in orde:

1.
2.
3.
4.
5.

5. STUDIE- EN WERKINFORMATIE

HIER VINDT U INFORMATIE OVER DE VOLGENDE ONDERWERPEN:

- 1. VERBLIJFSRECREATIE: VORMEN EN DOELGROEPEN**
- 2. VERBLIJFSRECREATIE: WET- EN REGELGEVING**
- 3. VERBLIJFSRECREATIE: ORGANISATIES**
- 4. VERBLIJFSRECREATIE: KLANTENBEHEER, COMMUNICATIE EN WERVING**
- 5. VERBLIJFSRECREATIE: FINANCIËN**

WERKINFORMATIE 1 VERBLIJFSRECREATIE: VORMEN EN DOELGROEPEN

Type verblijfsrecreatie	Kenmerken	Uw aantekening
Hotel, pension	Jaarrond open	
Zorghotel	Langer of korter verblijf voor bepaalde zorggroepen	
Luxe kamer Bed& breakfast, luxe	Seizoen zelf te bepalen. Eigen formule bedenken.	
Logies, b&b, eenvoudig	Seizoen zelf te bepalen. Eigen formule bedenken en/of aansluiten bij lopende formules. Per nacht of dagen.	
Groepsaccommodatie	Soort jeugdherberg formule. Per aantal dagen.	
'Slapen in het hooi'	Zelf invullen. Per nacht.	
Zomerhuisje/woning	Nieuw of bestaand. Per week of weekend.	
Stacaravan vast	Vaste huurders, jaarrond, centrale voorzieningen. Per jaar.	
'Sta'-tent	Seizoensgebonden (erna afbreken), tentkeuze voor eigen stijl, luxe in tent, centrale voorzieningen. Per week of weekend.	
Woonwagens of 'keten' of eigen caravans	Seizoensgebonden (erna stallen) of jaarrond, keuze voor eigen stijl, luxe in woonwagen, centrale voorzieningen. Per week of weekend.	
Trekkershut	Zomerseizoen, toilet etc. Per nacht.	
Kampeersplaats, luxe	Seizoen zelf bepalen; luxe centrale voorzieningen, luxe inrichting. Per week(end), nacht	
Kampeersplaats, natuurkamperen tenten	Zomerseizoen, simpele voorziening. Per week(end), nacht.	
Groepskamperen	Zomerseizoen, simpele centrale voorziening. Per aantal dagen.	
.....		
Verblijfsreactie in combinatie:		
Met paardenstalling (paardenstation)	Stalling paard in combinatie met logies (trektocht), jaarrond, minimaal niveau, avondruimte	
Met visgelegenheden op bedrijf (visvijvers)	In combinatie met aanbod vissen, visvijver op bedrijf (of burens), avondruimte	
Met veel sportieve dagrecreatie, arrangementen	Jaarrond, zelf invullen, totaal arrangement is sleutel	
Met 'wellness' en verzorging op bedrijf zelf (sauna, ..)	Jaarrond, zelf invullen, totaal arrangement is sleutel	
Met culinaire dagrecreatie (koken, plukken, actief)	Jaarrond, zelf invullen, totaal arrangement is sleutel	
Met zorgopvang (geschiktheid voor bepaalde doelgroepen)	Jaarrond, zorggroep bepalen, regelen begeleiding	
Met vaste activiteit als hoofdzaak (alleen voor golfers, ruiters, atb, trainingen, evenementen....). Verblijfsrecreatie is ondersteunend	Overnachtingen als aanbod op arrangement op bedrijf. Arrangement is hoofdzaak.	
.....		
.....		

WERKINFORMATIE 2 VERBLIJFSRECREATIE: WET- EN REGELGEVING

A. Informatie (leeswerk bij stap 5)

A1. Wet op de ruimtelijke ordening, Woningwet, Bouwverordening

De Wet op de ruimtelijke ordening regelt via het bestemmingsplan waar wat en waarvoor gebouwd mag worden. Zo is ook het gebruik van gronden (inclusief water) en gebouwen vastgelegd. De Woningwet bepaalt het bouwen zelf via bouwregels (Bouwbesluit van minister, doorvertaald in Bouwverordening van gemeente) en bepaalt dat er slechts gebouwd kan worden overeenkomstig het bestemmingsplan. Of gebouwen mooi zijn of niet: elke gemeente is verplicht een welstandsnota te hebben. De gemeente kan een welstandscommissie instellen voor advisering.

De gemeenteraad stelt het bestemmingsplan vast. Het is één van de weinige wetten die de gehele invulling naar de gemeente delegeert. De meeste gemeenten volgen de provinciale criteria die erg detaillistisch kunnen zijn (Streekplan; nota's). Het hangt van de gemeente af of men dit volgt of een eigen koers volgt. Bij dit laatste is de ruimtelijke motivatie (het waarom) voor de gemeente als geheel (en dus niet voor één persoon/situatie) doorslaggevend.

De provincie toetst het bestemmingsplan en moet instemmen met afwijkende. Dat laatste kan – vooruitlopend op een nieuw bestemmingsplan – via een zogenoemde art 19 procedure (artikel 19 van de Wro).

Er is een nieuwe wet op de ruimtelijke ordening in de maak: vooral de rol van de provincie verandert, en de art 19 procedure verdwijnt wellicht (actuele stand op www.vrom.nl).

Bij nieuw gebruik, verbouw en nieuwbouw betekent dit:

- is het nieuwe gebruik bedoeld met de bestemming;
- is verbouw en nieuwbouw toegestaan volgens bestemmingsplan;
- bij elke verbouw of nieuwbouw is bouwvergunning nodig dan wel een melding (info bij gemeente) met toetsing van Bouwverordening.

Hoe leest u een bestemmingsplan?

Een bestemmingsplan bestaat uit twee juridische delen; plankaart en voorschriften, en één toelichtend deel. Het is handig eerst in de toelichting op te zoeken welk beleid er bij verblijfsrecreatie of verbreding van de landbouw staat. Wil de gemeente geen verblijfsrecreatie, dan is er niets geregeld. Wil de gemeente wel agrarische verblijfsrecreatie dan is er in de voorschriften wat geregeld. Dit kan als 'recht' bij bedrijven of als 'vrijstelling' zijn geregeld: meestal te vinden in dezelfde bestemming (hetzelfde artikel) als uw bedrijf.

Geheel nieuwe activiteiten kunnen ook helemaal apart zijn geregeld in een aparte vrijstellings- of wijzigingsbevoegdheid: dit is een apart artikel in het bestemmingsplan.

U vindt in het bestemmingsplan de afmetingen (oppervlakte; wel of geen nieuwbouw e.d.) en het gebruik (welke soort verblijfsrecreatie: er is meestal onderscheid gemaakt tussen het kamperen (mini-camping) en verblijfsrecreatie in gebouwen). U hoeft zich niet druk te maken over logies in uw eigen huis of een extra logeerkamer in huis (let wel op de bouwvergunning).

Wat als u geen verblijfsrecreatie bij uw locatie vindt in het bestemmingsplan? Dan zijn er verschillende wegen:

- De gemeente heeft geen beleid; u kunt dan het beste vragen hoe de gemeente in het algemeen over verblijfsrecreatie bij agrarische bedrijven denkt (verzoek aan het college, voorbereidend gesprek wethouder, steun landbouworganisatie of collega's, kennismaken van standpunt provincie).

- De gemeente heeft wel recreatiebeleid maar uw plan staat er niet bij. Ook dan kunt u het beste in algemene zin vragen hoe de gemeente denkt over uw type plannen.
- De gemeente heeft wel beleid en heeft alles in het bestemmingsplan geregeld, echter: uw idee past niet want uw plan is anders of uw plan ligt in een verkeerd gebied. In het laatste geval is uw positie zwak: de gemeente wil uw soort plannen in andere gebieden. Het beste is uw plan aan te passen. In het eerste geval dat uw plan, net niet past, moet u zich afvragen of het niet beter is uw plan aan te passen. Indien u dit niet gewenst vindt (u moet hierbij wel uw privé belang loslaten, en in de schoenen van de gemeente gaan staan), dan kunt u het beste spoor 2 bewandelen: u vraagt de gemeente in het algemeen of een andere maatvoering of invulling niet gewenst is in de toekomst. Het verdient aanbeveling een fasering te bedenken die wel volgens het bestemmingsplan kan.
- Indien de gemeente bepaald heeft dat ze wel mee willen werken, dan kan u medewerking vragen voor uw plan via de zogenoemde art 19 procedure. U moet dan een apart verhaal schrijven als ware het een klein bestemmingsplan. Gemeenten helpen hier niet bij: u moet zelf aan het werk. Verstandig is voor deze stap een adviseur in te schakelen, bijv via de LTO of Lami.

Bedenk goed dat de gemeente uit meerdere afdelingen en loketten bestaat: bouwen, ruimtelijke ordening, milieu, brandweer. Meestal komt u eerst in aanraking met het bouwloket die ook het bestemmingsplan en brandweer uitlegt. De ervaring is echter dat u dan snel hoort dat iets niet kan, of men denkt mee met de grootte van het gebouw en later blijkt dat het niet mocht volgens bestemmingsplan of brandweer. Gemeenten zijn op dit punt heel wisselend in hun service en antwoorden! Advies is om zoveel mogelijk zelf langs deze afdelingen te gaan.

Bouwvergunning?

Voor elke verbouw of nieuwbouw waarbij verblijfsrecreatie speelt, heeft u een bouwvergunning nodig. Voor kleine verbouwingen niet. Op www.vrom.nl staat een test voor welke zaken u wel of geen bouwvergunning nodig heeft of kan volstaan met een melding. Bij een aanvraag voor een bouwvergunning wordt uw plan getoetst op:

- bestemmingsplan (zie hiervoor);
- de Bouwverordening. Hierin staan eisen over veiligheid, constructies, minimale en maximale afmetingen, etc.
- brandweer
- Monumentenwet (ingeval van beschermd gebouw)
- welstand (niet elke gemeente)
- Wet Milieubeheer wat betreft belemmering van de ontwikkeling van andere agrarische bedrijven.

Gebruiksvergunning

Op basis van de brandveiligheid en de algemene veiligheid van personen moet u een gebruiksvergunning aanvragen dat u het gebouw mag gebruiken met inachtneming van een aantal vereisten zoals maximum aantal personen per ruimte, vluchtwegen, ventilatie, blusapparatuur, stoffering en versiering, nooduitgangen, et cetera. Een ontruimings- en alarminstallatie is meestal vereist. De vergunning wordt verleend op basis van de gemeentelijke bouwverordening: deze verschilt per gemeente. Daarom wordt gewerkt aan een landelijk Gebruiksbesluit dat een Algemene Maatregel van Bestuur is op grond van de Woningwet, vermoedelijk per 2007 of 2008.

Voor verhuur van kamers in de boerderijwoning wordt de noodzaak van een vergunning in de meeste gemeenten beoordeeld op basis van het aantal personen dat kan blijven slaan (meestal 10) of kamers (meestal 4).

Enkele gemeenten werken bovendien met een pensionverordening en stellen zo eisen aan de verhuur van kamers in de boerderijwoning (ook dan is geen vergunning nodig).

Wet op de openluchtrecreatie

Deze wet wordt gefaseerd afgeschaft per 2008. De gemeenten moeten zelf regels maken. Of kamperen, mini-camping etc mag: zie bestemmingsplan.

Extra info brandveiligheid

De commissie Alders heeft 10 aandachtspunten brandveiligheid voor u op een rij gezet. Het zijn vaak eenvoudige dingen om uit te voeren, maar ze moeten wel gebeuren. Ze horen gewoon bij een goed gastheerschap. Hang ze daarom op op een zichtbare plaats in uw bedrijf.

1. Beperk het aantal aanwezigen tot wat veilig past op de vrije binnenruimte en tevens past bij de vluchtwegen.
2. Controleer vluchtwegen, nooduitgangen en noodverlichting dagelijks, zorg dat ze veilig begaanbaar zijn en zichtbaar (in principe niet achter gordijnen; nooduitgangbordjes aanwezig en zichtbaar; noodverlichting werkend).
3. Voorkom dat er buiten, tegen het gebouw brandbaar materiaal (zoals pallets, kratten en open afvalcontainers) wordt opgesteld.
4. Vermijd zoveel mogelijk het gebruik van makkelijk ontvlambaar, sterk rokend of snel brandend materiaal (vloerbedekking, gordijnen, wandbekleding, versiering enzovoorts).
5. Zorg dat bovenhangende versiering minstens 2.5 meter hoog hangt, zorg dat de gordijnen en vitrage ten minste 10 cm boven de vloer hangen en let op een veilige afstand van spots en lampen tot brandbare materialen (versiering, bekleding enzovoorts).
6. Gebruik onbrandbare asbakken; afvalbakken bovendien zelfdovend.
7. Controleer en reinig zo nu en dan afvoerkanalen voor kook- en frituurplaatsen.
8. Zorg voor apparatuur en installaties in een goede technische staat en controleer deze regelmatig.
9. Zorg ervoor dat personeel goed op de hoogte is van de eisen van brandveiligheid, de vluchtvoorzieningen en van hun taak bij brand en andere onveilige situaties.
10. Controleer of de brandblussers er nog zijn en of ze in goede staat zijn.

Op www.recron.nl kunt u checklists downloaden om de brandveiligheid van uw locatie te controleren.

A2. Wet Milieubeheer

De Wet Milieubeheer draagt zorg voor het milieu. Als agrarisch bedrijf kent u de milieuvergunning of melding. De gemeente geeft de vergunning af op basis van landelijke criteria. Er spelen bij een nieuwe tak verblijfsrecreatie drie zaken:

- er gelden algemene regels van milieuzorg rond afval, geluid, licht en water. Ook: Besluit horeca-, sport- en recreatie-inrichtingen milieubeheer. Bovendien zijn er voorschriften voor (brand)veiligheid.
- uw milieuvergunning voor het agrarisch bedrijf moet aangevuld worden ingeval van verblijfsrecreatie in gebouwen;
- het nieuwe gebruik mag uw agrarische burelen niet belemmeren (regels stankhinder).

In de stankregelgeving (Wet stankemissie veehouderijen, voor de verwevings- en landbouwontwikkelingsgebieden Reconstructie; Richtlijn veehouderij en stankhinder 1996, voor de overige veehouderij) is in samenspel met Wet op de openluchtrecreatie (die dus stop per 2008) opgenomen dat kleinschalige kampeerterrinen niet meetellen als stankgevoelig object. De regelgeving is in beweging: gemeenten mogen/moeten de regels gaan bepalen.

A3. Besluit Hygiëne, Gezondheid en Veiligheid Kampeerterrinen

In het Besluit Hygiëne, Gezondheid en Veiligheid Kampeerterrinen, dat gekoppeld is aan de Wet op de Openluchtrecreatie, worden wettelijke eisen gegeven die betrekking hebben op de hygiëne, de gezondheid en veiligheid. Deze eisen worden alle kampeerterrinen in Nederland opgelegd. Er worden onder andere eisen gesteld aan drinkwater, brandveiligheid, EHBO, beplanting, standplaatsen, vuilafvoer en het schoonhouden van de sanitaire voorzieningen.

Verordening Recreatiewoningen

Het Besluit Hygiëne, Gezondheid en Veiligheid Kampeerterreinen is per 1 november 2005 ingetrokken omdat de landelijke wetgever meent dat dit geen overheidsingrijpen vereist omdat onvoldoende kwaliteit zichzelf in de markt afstraft.

A4. Algemene Plaatselijke Verordening (APV)

De APV is een gemeentelijke verordening die gaat over openbare orde en veiligheid, waarvoor de bevoegdheid bij de burgemeester ligt. De gemeente kan uit een oogpunt van openbare orde en veiligheid eisen stellen. De APV gaat bijvoorbeeld over zondagsrust, openingstijden terrassen en kan aan uw bedrijf nadere eisen opleggen. De APV is op te vragen bij de gemeente en soms bij de politie. De APV is in ieder geval van belang ingeval van evenementen. Bij een evenement moet u een APV-vergunning aanvragen. Houdt u rekening met zes weken proceduretijd. Zijn evenementen een vast onderdeel van uw plan, dan moet u dit ook in het bestemmingsplan laten regelen.

De APV bevat meestal een regeling voor het parkeren van campers, caravans en dergelijke: dit betreft de stalling, en gaat niet over het overnachten. Door het wegvallen van de Wet op de openluchtrecreatie kunnen gemeente wel iets in de APV toevoegen dat over overnachtingen gaat, met name over het kamperen buiten kampeerterreinen.

Borden langs de weg: vraag altijd toestemming aan de eigenaar of beheerder van de weg (gemeente, waterschap of provincie). Op het erf: blijf altijd bescheiden. De duidelijkheid van de informatie is belangrijker dan de grote of mate van opvallendheid. De regels over publiciteitsborden staan in de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) die u kunt opvragen bij de gemeente.

De meeste provincies hebben een landschapsverordening om buiten de bebouwde kom op publiek toegankelijke plaatsen het neerzetten van borden, vlaggen, spandoeken of overige objecten te regelen. Meestal is dit verboden.

A5. Overige regelgeving

Waterleidingbesluit

Op een camping of bij logies verstrekt u zowel drinkwater als bad- en douchewater aan de gasten. De kwaliteit van dat water moet dan voldoen aan het Waterleidingbesluit van het ministerie van VROM van 28 december 2004. Vooral artikel IIIC over legionellapreventie is voor u van belang. U kunt het Waterleidingbesluit zelf downloaden op www.wetten.nl/waterleidingbesluit. Een risico op legionellabesmetting ontstaat als het water verhit wordt tot een temperatuur tussen de 25 en 50 °C, een lange verblijftijd of stilstaand water in de leiding, of bij het ontstaan van een dun laagje bacteriën (een zogenaamde 'biofilm') of sediment in de leiding. Het waterleidingbesluit verplicht u als bezitter van een 'collectieve watervoorziening' om:

- een risicoanalyse en een beheersplan op te stellen voor legionellapreventie,
- een logboek bij te houden met meetgegevens (minimaal 3 jaar bewaren),
- minimaal elk half jaar monsters te laten nemen door een erkend bedrijf en de meetgegevens hiervan in uw logboek op te schrijven,
- bij problemen de besmetting te melden en actie te ondernemen!

Bedrijven die gecertificeerd worden door het KIWA of door de Stichting Kwaliteitsbeheersing Installatiesector om u te helpen de legionellapreventie uit te voeren vindt u op www.kiwa.nl of www.stichtingkbi.nl. U kunt ook bij de aanleg van uw watervoorziening al rekening houden met legionellapreventie, bijvoorbeeld door het water flink heet voor te verwarmen op meer dan 60 °C of door automatisch doorspoelen van de do uche na 24 uur niet gebruik.

Drank- en Horecawet

De verkoop en het schenken van alcohol is geregeld in de Drank en Horecawet. Een vergunning van de gemeente is altijd nodig bij verkoop van alcohol, ook als u alleen dichte flesjes verkoopt. Bij het schenken van alcohol worden ook eisen gesteld aan de inrichting van het lokaal en aan de ondernemer (diploma sociale hygiëne). **Kortom, een ondernemer die alcohol wil schenken of drank wil verkopen, moet daarvoor vergunning aanvragen bij de gemeente.** Een van de uitgangspunten van de Drank- en Horecawet (Stb. 1964, 386), is de scheiding tussen verstrekken voor:

1. gebruik ter plaatse (horeca) en

2. verstrekken voor gebruik elders (slijterij/winkel).

Ook wordt verschil gemaakt in zwak alcoholische dranken (minder dan 15% alcohol) zoals wijn en sterk alcoholische dranken zoals jenever etc. Die scheidingen zijn belangrijk voor de situaties op een landbouwbedrijf:

Verkoop van wijn in dichte flessen op een landbouwbedrijf valt onder verstrekken voor gebruik elders. U moet dan aan de gemeente toestemming vragen voor een slijtlokaliteit voor zwak alcoholische dranken. De Drank- en Horecawet stelt een aantal eisen aan de aanvrager van een slijtvergunning en een aantal fysieke voorwaarden aan de slijtlokaliteit. U kunt zelf de wet downloaden van www.wijn.nl en de eisen opzoeken. Als daaraan voldaan is, kunnen burgemeester en wethouders de vergunning verlenen.

Alcohol schenken aan besloten gezelschappen. Wilt u alcohol schenken, dan worden extra eisen gesteld. Behalve een vergunning voor slijtlokaliteit worden eisen gesteld aan de ondernemer, zoals het diploma sociale hygiëne. Zonder horecaverunning mag dat alleen aan besloten gezelschappen.

Alcohol schenken aan iedereen boven de 16/18. Wilt u met een 'open deur' alcohol schenken, dan heeft u een horecaverunning nodig en bent u een horecalokaliteit. U mag dan zowel drank verkopen als laten proeven, als het verkopen plaatsvindt in een slijtlokaliteit en het proeven in een proeflokaal en u de benodigde vergunningen bezit. De Drank- en Horecawet stelt een aantal eisen aan de aanvrager van een horecaverunning en een aantal fysieke voorwaarden aan de horecalokaliteit. Als daaraan voldaan is, kunnen burgemeester en wethouders de vergunning verlenen. Let op: een horecalokaliteit is alleen mogelijk op een plek die is toegestaan in het bestemmingsplan. Het is dus verboden op een plek met een uitsluitend agrarische bestemming. Het hangt van de verwoording van de bestemming af of horeca als neventak is toegestaan. Wanneer het bestemmingsplan een horecafunctie verbiedt, dient de gemeente uw verzoek om bestemmingsplanherziening eerst positief te beoordelen.

Op markten en beurzen mag u **nooit** alcohol schenken en uitdelen. Voor **evenementen** geldt de Algemene Plaatselijke Verordening wat betreft de openbare orde en veiligheid. Evenementen die u jaarlijks organiseert en/of meerdere dagen duren (zoals Gildedagen) moeten volgens recente rechtsspraak in het bestemmingsplan zijn vastgelegd. Als dat een kernactiviteit is, moet u hierop alert zijn. Voor een enkel evenement is de APV voldoende. Meld bij de gemeente als u de APV aanvraagt, dat u handelt overeenkomstig uw bestemming in het bestemmingsplan.

Let op: aan jongeren onder de 16 jaar mag geen alcohol worden verstrekt. **Jongeren tussen 16 en 18 jaar mogen alleen zwak-alcoholhoudende drank kopen**, zoals bier, wijn en gedistilleerde dranken met minder dan 15 procent alcohol. Sterke drank (alcoholpercentage van 15 procent of meer) mag alleen worden verkocht aan jongeren boven de 18. De verkoper is verplicht de leeftijd van de jongere na te gaan aan de hand van een leeftijdsbewijs (paspoort, rijbewijs, bromfietscertificaat of OV-studentenkaart). De verkoper heeft tevens de plicht de leeftijdsgrenzen voor alcoholconsumptie te duidelijk te vermelden, bijvoorbeeld met een sticker.

Zie ook www.khn.nl, van de vakvereniging Horeca Nederland.

Warenwet en General Food Law

De Warenwet en de General Food Law (EU) gaan over de kwaliteit van levensmiddelen (bewaren, bewerken, verhandelen, bereiden, uitstellen) en is gericht op de veiligheid van de consument. Klanten moeten natuurlijk niet ziek worden van de producten die ze bij u kopen of bij het ontbijt krijgen!

Over het algemeen heeft u geen extra vergunningen nodig bij de verkoop van producten aan campinggasten of het verzorgen van ontbijt voor uw logiegasten. Er is wel controle door de Inspectie Gezondheidsbescherming (vroeger de Keuringsdienst van Waren). De General Food Law verplicht u namelijk:

- **u aan te melden bij de Inspectie Gezondheidsbescherming** als u producten verkoopt of aan gasten verstrekt,
- **'tracking and tracing'** van de verkochte producten mogelijk te maken, dat betekent dat de inspectie moet kunnen achterhalen waar u een product wanneer heeft ingekocht: bonnen overzichtelijk bewaren dus!

De Warenwet stelt eisen aan levensmiddelen. De belangrijkste voor u zijn:

- **het is nooit toegestaan eten voor uw gasten te bereiden in uw eigen privé keuken.**

En dan bedoelen we echt nooit! Niet die lekkere appeltaart voor uw gasten op het terras, waarvan u het recept nog van oma heeft gekregen. Ook niet dat pannetje soep voor de gasten die u zo goed geholpen hebben met koeien opdrijven. Of even de broodjes afbakken voor het ontbijt van uw gasten. Voor gasten moet u beschikken over een aparte keuken of bereidingsruimte. Heeft u die niet, dan koopt u die lekkere appeltaart en de verse broodjes maar in het dorp (en de bonnetjes bewaren!).

- **uw bereidingsruimte en de opslag moet schoon zijn.**

De aparte keuken en de aparte opslag voor uw gasten moet schoon zijn, goed onderhouden, voldoende verlicht en vrij van ongedierte. Bewaart u producten voor gasten in uw aparte koelkast of diepvries, dan moet u daarvan wekelijks de temperatuur meten met een aparte en deugdelijke thermometer en opschrijven in een schriftje dat u aan de controleur van de Inspectie Gezondheidsbescherming kan laten zien (vrieskist $-18\text{ }^{\circ}\text{C}$). Koel- en vrieskasten moet u minimaal twee keer per jaar reinigen en desinfecteren (alleen met water van warmer dan $82\text{ }^{\circ}\text{C}$ of met warm water van 50 tot $60\text{ }^{\circ}\text{C}$ en een desinfecteringsmiddel) en ook dat schrijft u op in uw schriftje. Oppervlakten die met producten in aanraking komen (uw aanrecht bijvoorbeeld) dienen na ieder gebruik te worden schoongemaakt.

- **hygiëne eisen voor u en de ruimte worden strenger als u meer risicovolle bereidingswijzen volgt.**

U snapt ook wel dat de eisen voor het drogen van kruiden voor kruidentheesoepeler zijn dan die voor het maken en snijden van boerenkaas! Bij boerenkaas werkt u immers met producten die veel sneller bederven. Basisregel is: zodra u in verse producten gaat snijden, moet u aan strengere eisen voldoen. U kunt de hygiëne eisen makkelijk opvragen bij het productschap dat gaat over dat product; het heet dan een hygiëncode. U bent wettelijk verplicht om volgens zo'n hygiëncode (opgesteld volgens het HACCP systeem) te werken.

- **los verkochte producten moeten in een deugdelijke verpakking met een etiket.** (tenzij ter plekke afgevuld door de klant zelf; zelfbediening). Aan het etiket worden ook eisen gesteld, die u kan vinden in het warenwetbesluit etikettering van levensmiddelen.

- **verkoop- en ontvangstruimte moet u soms scheiden**

Ontbijten uw gasten in een ontvangstruimte waar u ook een hoekje heeft ingericht voor de verkoop van uw eigen aardappelen en kolen? Dat mag in één ruimte als u alleen producten van uw eigen bedrijf verkoopt. Zodra u ook producten van anderen gaat verkopen, bent u verplicht een aparte verkoopruimte te hebben en moet er een muur om uw 'hoekje'.

Besluit Veiligheid van Attractie- en Speeltoestellen

Speeltoestellen, zoals schommels, trampolines en glijbanen, moeten veilig zijn en op een goede en zachte ondergrond staan. Nieuwe toestellen (gebouwd na 26 maart 1997) moeten van een certificaat van typekeuring zijn voorzien. Alle speeltoestellen, ook de oudere, die

door de gasten worden gebruikt, moeten worden gecertificeerd door een van de keuringsinstellingen die de overheid heeft aangewezen, te vinden op www.keurmerk.nl. U bent verplicht een logboek bij te houden waarin u reparaties en onderhoud bijhoudt.

Let op: u bent ook aansprakelijk voor de veiligheid van speeltoestellen die eigenlijk voor uw eigen kinderen bedoeld zijn, maar waar de gasten toch bij kunnen en gebruik van maken. Zet de trampoline/schommel/glijbaan van uw eigen kinderen dus weg en echt ergens anders als u geen zin hebt in controle en extra rompslomp.

Wilt u een echte speeltuin bij uw camping of logies? Dan is het *Handboek Veiligheid van Speelgelegenheden* een aanrader. Het is samengesteld onder verantwoordelijkheid van Consument en Veiligheid en NUSO en in 1997 uitgegeven door Elsevier Bedrijfsinformatie (v/h Uitgeverij VUGA) in Den Haag. Het kan worden besteld via tel. (070) 381 9900, fax (070) 333 8399, of via de boekhandel. Het ISBN-nummer is 90-5749-068-4.

Warenwetbesluit kinderbedden en –boxen

Zet u kinderbedjes op de kamers, dan moeten deze voldoen aan het Warenwetbesluit kinderbedden en –boxen. U kunt dit warenwetbesluit downloaden van www.overheid.nl of meer informatie vragen bij Consument en Veiligheid. U kunt de gasten natuurlijk ook zelf kinderbedjes laten meenemen.

Personeel inschakelen

Voor inschakeling van medewerkers kun u:

- inhuren op basis van zelfstandigheid,
- loonverband laten regelen via ‘verloningsbedrijf’, pay roll service of uitzendbureau,
- mensen zelf in tijdelijke of vaste dienst nemen (CAO Verblijfsrecreatie FNV als richting) .

Bezoek voor meer informatie de site van het Ministerie van Sociale Zaken &

Werkgelegenheid, www.minszw.nl. Informatie over het aanmelden van personeel vindt u op www.belastingdienst.nl

Voor de veiligheid van uw medewerkers moet u een Risico Inventarisatie en Evaluatie (laten) opstellen. Zie ook www.rie.nl. Uw RI&E moet antwoord geven op de volgende zes vragen:

- Zijn er in het verleden ongevallen gebeurd in mijn bedrijf?
- Wat kan er op dit moment fout gaan in mijn bedrijf, zodat ongevallen of verzuim optreden? Hoe groot is de kans dat het gebeurt?
- Hoe beperk ik een risico? Of de schade als het toch misgaat?
- Welke maatregelen zijn nodig? En hoe voer ik ze door?
- Hoe zorg ik dat de maatregelen blijven werken?

Als u een horecagelegenheid bezit, moet u ook een veiligheidsplan maken. Op

www.horeca.nl kunt u zelf zo'n plan invullen. De checklist starters horeca op www.recron.nl zorgt dat u niks vergeet.

Bedrijfshulpverlening

Als ondernemer bent u verantwoordelijk voor de veiligheid van uzelf, uw gezin, uw medewerkers en uw gasten. U moet weten wat u moet doen als uw gasten in aanraking komen met gevaarlijke stoffen, als er brand uitbreekt of als iemand gewond raakt. U bent daarom verplicht om **altijd een gediplomeerd bedrijfshulpverlener (BHV'er) op het bedrijf** te hebben. Deze verantwoordelijkheid is geregeld in de Arbo wet.

Een BHV diploma kunt u halen door zelf (of een medewerker) een BHV cursus te volgen en uw diploma bij te houden door jaarlijkse terugkomdagen. Het niveau van de cursussen verschilt sterk. Let er voor betere kwaliteit op dat u de cursus en de terugkomdagen volgt bij een NIBHV gecertificeerd opleidingsinstituut.

De BHV cursussen bestaan uit een basisblok en verschillende extra blokken, afhankelijk van de bedrijfstak. Dat is logisch, want voor een chemische fabriek moet de BHV'er natuurlijk meer en andere dingen weten dan bijvoorbeeld voor een bakkerij. Dat geldt dus ook voor u. Afhankelijk van de gevonden risico's in uw Risico Inventarisatie & Evaluatie zult u dus ook extra blokken moeten volgen.

Muziekrechten

Laat u muziek op de achtergrond spelen? Dan moet u muziekrechten betalen, net als alle andere horecagelegenheden. Meer informatie via www.sena.nl

B. Hulplijsten bij actieplan (stap 6 – 9)

Hulpformulier contact gemeente

*Dit formulier biedt richtlijnen aan ondernemer en gemeente om te bepalen aan welke voorwaarden moet worden voldaan bij het starten van een verblijfsaccommodatie in het buitengebied: **DE CHECKLIST**. Tijdens het kennismakingsgesprek, **DE INTAKE**, wordt het plan op hoofdlijnen besproken met de contactpersoon bij de gemeente. Deze contactpersoon is gedurende het hele proces het aanspreekpunt voor de ondernemer en kan hem / haar verwijzen binnen het gemeentehuis. De contactpersoon is niet inhoudelijk verantwoordelijk voor de procedure maar dient om de communicatie met de ondernemer te vereenvoudigen.*

Gebruik onderstaand formulier om de contactgegevens vast te leggen

Datum intake

.....

Gegevens Gemeente

Gemeente

.....

Adres

.....

Postcode en woonplaats

.....

Telefoonnummer

.....

Faxnummer

.....

Contact persoon

Naam

.....

Doorkiesnummer

.....

e-mail

.....

Gegevens ondernemer

Naam

.....

Adres

.....

Postcode en woonplaats

.....

Telefoonnummer

.....

Faxnummer

.....

e-mail

.....

Type bedrijf

.....

Plan op hoofdlijnen

(aantal kamers, B&B,

.....

appartementen in hoofd- of bijgebouw)

.....

nieuwbouw of vervanging/aanpassing

.....

oppervlakte, etc.)

.....

DE CHECKLIST

Onderstaande checklist geeft een opsomming van wet- en regelgeving waar een ondernemer die start met verblijfsaccommodatie op het agrarische bedrijf mee te maken kan krijgen. Het formulier is zo opgebouwd dat de gemeente kan aangeven of de betreffende wet- en regelgeving van toepassing is op het voorgenomen plan. Indien van toepassing zal de gemeente aangeven welke procedure doorlopen moet worden, welke termijn van toepassing is en wie aanspreekpersoon hiervoor is.

REGELING	<input checked="" type="checkbox"/>	PROCEDURE	OMSCHRIJVING	TERMIJN	CONTACTPERSOON
Om te beginnen...					
Wet op de ruimtelijke Ordening (WRO) Doel: bestemmingsplan wijzigen of verlenen van vrijstelling zodat activiteit past binnen gemeentelijk en provinciaal beleid.		<i>b.v. vrijstelling ex art. 19 lid 1 WRO</i>	<i>Eerst principeverzoek, second opinion door uw adviseur</i>		Gemeente
- Check op bestemmingsplan, of art 19	<input type="checkbox"/>				
- Bouwvergunning	<input type="checkbox"/>				
- Meldingsplicht	<input type="checkbox"/>				
- Vrijstelling	<input type="checkbox"/>				

Woningwet en Bouwbesluit <i>Doel: technische bouwvoorschriften met betrekking op veiligheid, gezondheid, bruikbaarheid, energiezuinigheid en milieu voor het gebruik van woningen. Eén en ander staat vastgelegd in de te volgen bouwverordening.</i>					Gemeente
- Toetsen bouwverordening / inrichtingseisen	<input type="checkbox"/>				
- Gebruikersvergunning	<input type="checkbox"/>				Gemeente
- Lozingenbesluit	<input type="checkbox"/>				o.a. Brandweer
- Toetsen op welstand	<input type="checkbox"/>				
- Toetsen monumentenwet	<input type="checkbox"/>				
Wet Milieubeheer Richtlijn veehouderij en stankhinder <i>Doel: plan mag geen gevaar, schade of hinder opleveren voor de omgeving (lees: milieu en naastliggende bedrijven). Activiteiten zijn op basis van stankgevoeligheid ondergebracht in een viertal categorieën. De activiteit kan buiten de richtlijn vallen indien <u>aangetoond</u> kan worden dat de activiteit een neventak van het agrarisch bedrijf is.</i>	<input type="checkbox"/>				Milieudienst NW Utrecht Straatwg 66a 3621BR BREUKELEN 0346-260600
- Milieuvergunning (van AMvB naar)	<input type="checkbox"/>				
- Aanpassen Milieuvergunning	<input type="checkbox"/>				
- Meldingsplicht	<input type="checkbox"/>				
Drank- en Horecawet <i>Doel: Landelijke wet uitgevoerd door gemeente., die middels een drank- en horeca verordening aanvullende eisen stellen. Indien alcoholhoudende dranken worden verkocht is horecavergeving verplicht.</i>					Gemeente
- Inrichtingseisen van toepassing	<input type="checkbox"/>				
- Vergunning als slijtlokaliteit	<input type="checkbox"/>				
- Vergunning als horecalokaliteit	<input type="checkbox"/>				

Extra kamperen					Gemeente
Wet op de Openluchtrecreatie, tot 2008					
- vrijstelling / ontheffing	<input type="checkbox"/>				
- vergunning	<input type="checkbox"/>				
- kampeerverordening	<input type="checkbox"/>				
- besluit hygiëne, gezondheid en veiligheid kampeerterreinen	<input type="checkbox"/>				
In bedrijf...					
Overige regelingen en instanties (niet gemeente)					
Warenwet <i>Doel: eisen omtrent hygiëne, apparatuur, en inrichting om consument te beschermen tegen bedorven producten indien voedsel bereid wordt.</i>	<input type="checkbox"/>				www.horeca.org
Arbeidsomstandighedenwet	<input type="checkbox"/>				www.minszw.nl
Kamer van Koophandel <i>Indien activiteit een andere juridische vorm heeft dan hoofdactiviteit</i>	<input type="checkbox"/>				www.kvk.nl
Belastingdienst <i>Aanvragen BTW-nummer indien nodig</i>	<input type="checkbox"/>				www.belastingdienst.nl
Bedrijfschap voor horeca & catering <i>Vanaf 2 kamers en 5 bedden</i>	<input type="checkbox"/>				www.bedr-horeca.nl
Muziekrechten (BUMA / STENRA en SENA) <i>Indien muziek aanstaat op de achtergrond</i>	<input type="checkbox"/>				www.sena.nl
Legionella preventie <i>Nulcontrole en halfjaarlijkse controle</i>	<input type="checkbox"/>				www.kiwa.nl of www.stichtingkbi.nl
Nachtregister <i>Gemeente vereist soms het bijhouden van een nachtregister om permanente bewoning tegen te gaan</i>	<input type="checkbox"/>				
En tot slot VOOR UZELF:					
In samenwerkingen en beroepsverenigingen: Rond de landbouw					
bestaande formules		Zoals SVR www.svr.nl of VeKaBo www.vekabo.nl of www.hoevelogies.nl			
Vrienden van het Platteland		www.vvhp.nl			
Rond lokale MKB en verenigingen					
ondernemersvereniging					
VVV en Evenementenorganisaties					
Kamer van Koophandel					
Rond recreatie algemeen: RECRON, vakdiploma's, ANWB					

WERKINFORMATIE 3 VERBLIJFSRECREATIE: BELANGRIJKE ORGANISATIES

De andere wereld: horeca en recreatie

De **ANWB** helpt vakantiegangers, recreanten en weggebruikers op weg met onder andere informatie en ideeën voor vakanties of dagjes uit in binnen- en buitenland. Met name aanbieders van verblijfsrecreatie richten zich tot de ANWB vanwege de promotie, maar ook vanwege de ANWB-erkenning (certificering). De ANWB geeft verschillende gidsen uit die interessant zijn voor aanbieders van verblijfsrecreatie op het platteland, zoals de kleine campinggids of de Bed & Breakfast gids. Kijk zelf eens op www.anwb.nl

Het **Bedrijfschap Horeca en Catering** komt op voor de gemeenschappelijke belangen van iedereen die werkt in de horeca, catering en verblijfsrecreatie. Het bedrijfschap is tevens het Kennis- en Innovatiecentrum voor de bedrijfstakken horeca en catering. Voor vragen op het gebied van horeca, catering en recreatie kunt u terecht bij de Informatieservice Horeca, welke te bereiken is per e-mail, brief, fax of telefoon. Ook is er veel informatie beschikbaar op de internetsite van het bedrijfschap.

De **Kamer van Koophandel** heeft veel informatie over het opstarten van een eigen bedrijf. Ondernemers die een nieuwe onderneming (of in het geval van agrotourisme: een nieuwe neventak) opstarten, kunnen een Starterspakket aanvragen. Ook is het mogelijk om een CD rom aan te vragen die u helpt bij het maken van een ondernemingsplan. Daarnaast kunt u bij de Kamer van Koophandel terecht voor informatie over wet- en regelgeving of bedrijfsovername.

Koninklijke Horeca Nederland (KHN) behartigt de belangen van horecaondernemers. Horecaondernemers kunnen bij KHN terecht voor advies en leden krijgen kortingen bij verschillende toeleveranciers. Starters kunnen bij KHN terecht voor begeleiding en informatie.

SVH levert arbeids- en scholingsgerichte producten en diensten voor ondernemers en medewerkers in de horeca. SVH ontwikkelt en organiseert de examens voor de horeca, geeft leermiddelen hiervoor uit en verstrekt informatie en adviseert op het gebied van opleidingen. Daarnaast verzorgt SVH in opdracht van werkgevers- en werknemersorganisaties diverse voorlichtingsfuncties waarbij nauw samen wordt gewerkt met Koninklijk Horeca Nederland en het bedrijfschap Horeca en Catering.

De **VVV** is het aanspreekpunt voor toeristische informatie over de directe omgeving, maar ze heeft ook suggesties voor een dagje uit of een vakantie in Nederland. Veel agrotouristische ondernemers laten de promotie van hun activiteit via de VVV lopen. Ook is het mogelijk om via de VVV arrangementen te maken. www.vvv.nl

Toerisme Recreatie Nederland (**TRN**) is een kennisorganisatie en promotieplatform voor alle spelers die actief zijn in de markt voor toerisme en recreatie in Nederland. (Agro)toeristische ondernemers kunnen bij TRN terecht voor promotie van hun product en informatie over vraag en aanbod, marketingtools, trends en ontwikkelingen en promotievaardigheden.

Recron www.recron.nl is de Vereniging van Recreatieondernemers in Nederland en streeft naar een zo optimaal mogelijk ondernemersklimaat in de recreatiebranche en behartigt de collectieve en individuele belangen van de leden.

De half bekende wereld: agrotourisme

Regionale samenwerkingsverbanden op het gebied van agrotourisme zijn zeer verschillend van opzet. In sommige gevallen zijn alleen agrariërs lid, in andere gevallen maken ook natuurverenigingen, horecagelegenheden en burgers deel uit van het samenwerkingsverband. De samenwerkingsverbanden zorgen veelal voor promotie van de agrotouristische activiteiten in de regio, maken het mogelijk arrangementen te maken met meerdere ondernemers en behartigen de belangen van de leden in bijvoorbeeld de lokale politiek. Bovendien kunnen de leden elkaar met raad en daad bijstaan. Een aantal regionale samenwerkingsverbanden in en rond de provincie Utrecht zijn: Terecht Anders (Kromme Rijnstreek en Langbroekerwetering), Struinen en Vorsen (Zuidelijke Groene Hart), Vallei en Boerderij (Gelderse Vallei) en Gastvrouw in de Venen (Utrechtse Venen).

Vereniging voor Kamperen bij de Boer (**VeKaBo**) zorgen voor de belangenbehartiging, dienstverlening en promotie ten behoeve van de agrarische recreatieondernemers die lid zijn. Bij de VeKaBo aangesloten ondernemers bepalen zelf de prijs van hun accommodatie, wel stelt de VeKaBo eisen aan deelname en worden leden ook gekeurd. Ondernemers die lid zijn van de VeKaBo worden vermeld op de internetpagina van de VeKaBo en in een gids die te koop is voor consumenten. Consumenten hoeven geen lid of donateur te worden van de VeKaBo om de adresgegevens van de ondernemers te verkrijgen. www.vekabo.nl

De Stichting Vrije Recreatie **SVR** promoot het kamperen bij de boer. Consumenten kunnen donateur worden. Deze donateurs krijgen vervolgens van de SVR de beschikking over adressen van SVR-campings. De SVR bepaalt de prijs die ondernemers mogen vragen. www.svr.nl

Eceat promoot het kamperen en logeren bij de biologische boer via de Groene Vakantiegids en de website www.eceat.nl. Biologische bedrijven met verblijfsrecreatie kunnen zich aanmelden. Eceat werkt europees en promoot ook arrangementen.

Vrienden van het Platteland is een stichting met burgers en boeren als donateur. Boeren en tuinders die activiteiten, diensten of producten aanbieden, kunnen middels het magazine "Platteland" en de website www.vriendenvanhetplatteland.nl het publiek hiervan op de hoogte brengen. De vrienden vormen dé plattelandsgids voor iedereen die het platteland en de duurzame land- en tuinbouw een warm hart toedraagt.

LaMi (Landbouw en Milieu) is een stichting van de LTO Noord en de Provincie Utrecht. LaMi coördineert vele projecten in de provincie Utrecht en de Gelderse Vallei op het gebied van milieuvriendelijke bedrijfsvoering en plattelandontwikkeling. LaMi is hiermee hét kennisloket voor duurzame ondernemers op het platteland. www.lami.nl

Voor werving van gasten kunt u zich nog aansluiten bij clubs voor specifieke doelgroepen, zoals www.trekkershutten.nl, www.hoevelogies.nl, www.neerlandsgoed.nl, www.groenehartlogies.nl, www.fietsen123.nl

WERKINFORMATIE 4 VERBLIJFSRECREATIE: KLANTENBEHEER, PROMOTIE EN MARKETING

Promotie en marketing van uw bedrijf

Om u bedrijf te promoten kun u verschillende dingen doen. Denk hierbij aan een naam en huisstijl, visite- of routekaartjes, folders, bord bij de weg, een website, sponsoring, openingsactiviteiten en advertenties. Ook moet u de mogelijkheden van artikelen in kranten en tijdschriften niet onderschatten. Een beetje creativiteit is wel vereist om de nieuwsgierigheid van de media vast te houden. **En de belangrijkste tip: maak het persoonlijk!** U als ondernemer, als gezin, als bedrijf bent de belangrijkste waarde van uw recreatiebedrijf. U en uw medewerkers wekken vertrouwen. En dat vertrouwen zorgt dat gasten terugkomen en anderen een bezoek aan uw bedrijf aanraden.

Promotie en marketing middelen
Mond-tot-mond reclame
Samenwerkingsverband met goede promotie (bijvoorbeeld VeKaBo, VVV, ANWB etc)
Eigen website / opname op verzamelsites
Persoonlijke visitekaartjes
Opname in gids, krantje van verzamelorganisaties (bijvoorbeeld VeKaBo, VVV, Eceat, etc)
Artikel in krant of consumentenblad (bijvoorbeeld Veluwekrant, Kampioen, Libelle, etc)
Meedoen aan landelijke activiteiten (bijvoorbeeld fietsdag, museumdag, etc)
Persoonlijk folders uitdelen op beurzen, braderieën en markten (bijvoorbeeld de Vakantiebeurs, de plaatselijke oogstmarkt etc)
Folders bij VVV en/of collega's
Eigen nieuwsbrief
Agrarische activiteiten organiseren (bijvoorbeeld Week van het Platteland, Kom in de Kas, etc)
Weggeven van artikelen met naam en logo
Advertenties in bladen en kranten

Zeer effectief



Minder effectief



Behoud uw klant

Vaste klanten behoud u natuurlijk met een goed product en een goede en duidelijke service. Klanten weten graag welke service ze van u kunnen verwachten. Vaste en tevreden klanten zijn belangrijk. Ze komen terug en ze zorgen voor gratis voor mond-tot-mond reclame, wat nog steeds de beste manier is om nieuwe klanten te krijgen. De nieuwe gasten weten dan namelijk door de verhalen welke producten en service ze kunnen verwachten.

U kunt vaste klanten extra aan uw bedrijf binden door ze het gevoel te geven dat ze speciaal zijn. Onthoudt u makkelijk namen, spreek de klant dan daarmee aan. Of denk eens aan extra's rond de feestdagen, een vaste klantenkaart, een kerstkaartje, of speciale activiteiten. Een kaartje naar uw vaste klanten met Pasen, waarop uw pasgeboren lammetjes vrolijk de gast aankijken, valt extra op en geeft ze de kans om voor de zomer nog een leuk 'weekendje weg' bij u te boeken. Een open dag, excursie, kinderactiviteiten en andere acties die bij uw bedrijf passen, geven de klanten een goed gevoel. U kunt mond-tot-mond reclame hiermee bewust bevorderen: laat uw vaste klanten een goede vriendin meenemen naar een activiteit, deel 'vriendinnen-bonnen' uit (kleine korting of attentie voor vriendin van vaste klant) of zet een geschenk bon op uw website die mensen kunnen printen die meteen een leuk cadeautje nodig hebben (zie voor voorbeelden de geschenkbonnen op www.adopteereenkip.nl). Laat

uw fantasie de vrije loop...er zijn zelfs bedrijven die hun klanten laten onkruid wieden en daar een gezamenlijk feest van maken!

Investeer bij de start van uw bedrijf in een systeem om namen en adressen van gasten goed bij te houden, op een voor u simpele manier. Dat betaalt zich altijd terug. Het maakt het u veel makkelijker kleine attenties aan vaste gasten te geven, waardoor ze zich uw bedrijf en het prettige verblijf daar weer herinneren. En terugkomen.

Herkenbaar verhaal

Herkenbaarheid voor uw klanten is belangrijk. Een **huisstijl** kan daarbij helpen. Dat roept herkenning op, en herkenning wekt vertrouwen. Vertrouwen verkoopt. Bedenk een pakkende en vooral herkenbare naam. Controleer of die naam niet al door een ander bedrijf gebruikt wordt en laat de naam registreren bij de Kamer van Koophandel. Een ontwerper van een drukkerij, copyshop, adviesbureau of een vriend of familielid kan helpen bij het grafisch vormgeven van uw logo en bedrijfsnaam. Gebruik de naam en/of het logo vervolgens op alle producten die uw klant onder ogen krijgt, zoals visitekaartjes, rekeningen, folders en prijskaartjes. U kunt zelfs uw handdoeken en beddengoed ermee laten borduren, als u dat wilt! Zorg ervoor dat u in het telefoonboek ook met uw bedrijfsnaam vermeld staat.

Ontvangsttijden moeten in principe duidelijk en eenduidig zijn. Een klant staat niet graag voor een dichte deur en ook uw tijd is heel wat waard. Bepaal zelf hoe flexibel u wilt zijn met toevallige passanten en met vaste klanten. Duidelijkheid is belangrijker dan 24 uur per dag 7 dagen in de week beschikbaar zijn: er zijn meerdere bedrijven die de zondagsrust respecteren en hun gasten al op zaterdag laten uitchecken. Gasten vinden dat prima, als u het maar duidelijk aangeeft. Zet de ontvangsttijden daarom op uw bedrijfsfolder, uw bevestiging van reserveringen en eventueel op een bord bij de erf opgang. Een **bord langs de weg** moet herkenbaar zijn en bescheiden opvallen en kan veel voorbijgangers naar uw bedrijf lokken. Ook weten de gasten dat ze op het goede bedrijf zijn aangekomen! In veel gemeenten mag u echter niet zomaar een reclamebord langs de weg zetten en heb u een vergunning nodig. Regel dit met de ambtenaar die bouwvergunningen in zijn portefeuille heeft. Als u een bord op-, boven of onder gemeentegrond of water zet, moet u soms precariorechten betalen. De afdeling bouwvergunningen weet hier meer van.

Samenwerkingsverband met goede promotie

U hoeft natuurlijk niet alles zelf te doen! Er zijn in Nederland altijd wel organisaties of regionale projecten te vinden die de promotie van u bedrijf gedeeltelijk van u over kunnen nemen, soms tegen betaling. Het hangt hierbij van uw producten of diensten af welke organisatie het beste bij u past. Denk in ieder geval eens aan de volgende organisaties:

- Recreatie en toerisme: VVV, ANWB, VeKaBo, ECEAT, SVR, en verzamelsites voor hoevelogies, trekkershutten of Vrienden van het Platteland,
 - Levendig platteland: Vrienden van het Platteland, neem gratis deel aan de plattelandsgids op www.vriendenvanhetplatteland.nl
 - Streekgerichte projecten: bijvoorbeeld Groene Hart Logies of Struinen en Vorsen in het Groene Hart; Vallei en Boerderij in de Gelderse Vallei; Terecht Anders in de Kromme Rijnstreek of Gastvrouw in de Venen voor de Utrechtse Venen,
 - Natuur: Utrechts Landschap, Staatsbosbeheer, Natuurmonumenten, IVN en/of Landschapsbeheergroepen in uw regio
 - Biologische producten: laat u opnemen in de Ekogids van Biologica als bezoekboerderij.
- U kunt bij bovenstaande organisaties uw adres achterlaten, opgenomen worden in verzamelgidsen of folders, deelnemen in arrangementen, wandeltochten of fietsroutes, aandacht krijgen in hun nieuwsbrieven en ledenbladen, enzovoorts....

Persoonlijke visitekaartjes

Een visitekaartje vind u misschien iets voor de directeur van een groot bedrijf, maar het hoort echt tot de basisuitrusting van iedere ondernemer. U kunt een visitekaartje namelijk gebruiken als een mini-foldertje dat u persoonlijk uitdeelt. Uw gasten zijn er blij mee dat ze uw gegevens zo handig bij de hand hebben. En ze bewaren visitekaartjes langer dan een

folder. Waak er dus voor informatie op uw kaartje te zetten die snel verouderd of die niet voor iedereen is bedoeld. De voorkant van een standaard kaartje bevat:

- logo, gegevens van het bedrijf zoals naam, bezoek en/of postadres, telefoonnummer, faxnummer en website,
- naam en e-mail adres van ondernemer.

Nu heeft u verschillende mogelijkheden om uw visitekaartje anders te maken dan de saaie kaartjes van grote bedrijven. Een kaartje heeft bijvoorbeeld twee kanten: een voorkant en nog een voorkant. Die kunt u allebei gebruiken: op de ene kant de bedrijfsgegevens, op de andere kant een mini-foldertje met bijvoorbeeld uw producten, uw slogan, de voordelen van logeren bij u, de tijden waarop uw bereikbaar bent, uw bedrijfsfilosofie etc. Bedenk zelf welke gegevens uw gasten het meest waardevol vinden. U kunt ook meer informatie kwijt op een kaartje dat gevouwen is. Dat straalt exclusiviteit uit.

Bedenk goed welk telefoonnummer u op uw kaartje wilt zetten. Wilt u altijd bereikbaar zijn voor iedereen, dan is een vast nummer niet handig als u vaak in de stal of op het land bent. U kunt dan beter alleen uw mobiele nummer erop plaatsen. Wilt u vooral aanmeldingen aan via de receptie verwerken en geeft u het kaartje misschien aan mensen waarvan u niet wilt dat ze u mobiel storen, dan zet u alleen uw vaste nummer erop. Het geeft mensen ook een gevoel van exclusiviteit als u et mobiele nummer met de hand op uw kaartje schrijft: zij zijn de 'enigen' die dat nummer krijgen.

Meestal kunt u drie jaar met hetzelfde kaartje toe, dan verandert er alweer iets. Laat er dus niet meer drukken dan u in die tijd kunt gebruiken. Laat de drukker uw gegevens bewaren, dan kunt u makkelijk nieuwe laten maken als ze op zijn.

Website

Voor een website geldt: als u het doet, doe het dan goed! Internet is snel. Mensen verwachten actuele gegevens en willen kort en vlug vermaakt worden. Niets is zo ergerlijk voor internetters als een website waarop gegevens niet meer kloppen en die voor het laatst in 1996 is bijgewerkt...

Veel mensen halen tegenwoordig hun informatie van internet, vooral groepen die nog een leuk weekendje weg zoeken. U kunt met een website een grote groep mensen ineens aanspreken. En als u behoorlijk wat achtergrondinformatie op uw site zet, kunt u er makkelijk naar verwijzen en hoeft u niet iedereen uitgebreid en persoonlijk te woord te staan.

U kunt op verschillende manieren aandacht krijgen voor uw bedrijf op internet:

- Meld uw adresgegevens aan bij verzamelsites voor recreatie en toerisme. Vaak moet u lid zijn en/of betalen, dus kies bewust. Voorbeelden: www.anwb.nl, www.vvv.nl, www.vekabo.nl, www.svr.nl, www.eceat.nl, www.trekkershutten.nl, www.hoevelogies.nl, www.neerlandsgoed.nl, www.groenehartlogies.nl, www.groepen.nl, www.vergaderen.nl
- Zet uw verhaal op een verzamelsite voor plattelandsondernemers. Bijvoorbeeld www.vriendenvanhetplatteland.nl; www.gastophetplatteland.nl; www.lekkerbiologisch.nl; www.zorgboeren.nl.
- Maak uw eigen website. Bijvoorbeeld zoals www.wildrosetables.nl, www.boerderijhazenveld.nl, www.deboerenstee.nl of www.index.nl/rosenboom

Verzamelsites hebben als nadeel dat u er vaak beperkte informatie op kwijt kan. Voordeel is dat de promotie en de aanmelding bij zoekmachines geregeld is. Internetters kunnen u dan tenminste vinden!

Uw eigen website kunt u natuurlijk helemaal op uw eigen wensen afstemmen. Maar let op: het kan flink wat tijd kosten om teksten en plaatjes naar tevredenheid te beheren! Een website moet immers actueel blijven. En vergeet ook de promotie van uw site niet. Let erop dat de websitebouwer uw site aanmeldt bij allerlei zoekmachines en vermeld uw sitenaam op

uw folder, visitekaartjes en briefpapier. U kunt ook overwegen om een soort vaste folder als website te gebruiken: u zet er alleen simpele informatie op die niet verouderd. Zo heeft u weinig onderhoud en kunnen mensen u toch vinden.

Tips voor websites

- Korte teksten en doorklikken: internetters willen in één scherm de hele tekst kunnen zien (alleen bij uitgebreide achtergrondinformatie lange pagina's maken)
- Snelle plaatjes: het moet niet te lang duren om een plaatje te kunnen zien (laadtijd)
- Kies foto's die u ook in een folder zou zetten:
 - gebruik niet te veel verschillend beeldmateriaal (1 tot 2 foto's per pagina),
 - gebruik 1 of hoogstens 2 soorten beeldmateriaal (bijvoorbeeld een getekend logo en foto's; NIET 6 verschillende soorten stripjes en ook nog foto's),
 - plaatjes waarop en dier of persoon in uw richting kijken spreken het meest aan,
 - bedenk welke 'sfeer' u wilt overbrengen met de plaatjes,
 - let op de lichtheid van de foto: kan iemand goed zien wat erop staat? Of staat u in het pikkedonker in uw logieskamer?
- Kies de juiste zoekwoorden en meld je site aan bij zoekmachines

Pers gebruiken

Gratis publiciteit is de beste reclame die er is. Mensen vinden kranten en tijdschriften vaak objectief en nemen een artikel eerder voor 'waar' aan dan een advertentie. Gratis publiciteit is geloofwaardig, versterkt je imago, geeft je gezag en bereikt veel mensen die het ook onthouden. Het wekt vertrouwen en vertrouwen verkoopt! Plus het is gratis. Het enige nadeel is dat je nooit volledige controle hebt over de informatie die verschijnt en wanneer het verschijnt.

Nieuws over uw bedrijf kunt u maken. U hebt daar enige creativiteit voor nodig, de tijd en de vaardigheid om een persbericht te maken en veel geduld en doorzettingsvermogen. U kunt uw nieuws verwerken in een persbericht. Stuur persberichten naar die media waar u resultaat wilt halen. Heeft u bijvoorbeeld directe verkoop van producten aan huis: de lokale krant is belangrijk. Heerlijke hoevelogies voor een weekendje weg: bladen met een luxe uitstraling als Landleven zijn voor u gemaakt! Omdat zulke bladen een lange voorbereidingstijd hebben, heeft u veel geduld nodig. Adressen (ook e-mail) van de verschillende redacties bij u in de buurt kunt u vinden in de colofon van de krant. Voor de grotere bladen zoals Landleven, Libelle of Margriet kunt u met een uurtje in de bibliotheek alle redactie-adressen verzamelen. Bedenk wel of u de toeloop, die door publiciteit in landelijke bladen ontstaat, aankan op uw bedrijf!

Wanneer u uw bericht digitaal aanlevert (per e-mail) wordt dit vaak in zijn geheel geplaatst en voorkomt u spelfouten en rare interpretaties door de redactie. U kunt ook gewoon een journalist van de krant opbellen en het nieuws doorgeven. Zorg dan wel dat u de 5 W's: wie, wat, waar, waarom, wanneer (en hoe) voor uzelf op een rijtje hebt en duidelijk door kan geven!

Een persbericht kent een bepaalde voorkeursopbouw. In het kort.

- Kop: maak een pakkende 'one-liner'
- Het bericht moet NIEUWS zijn / maak er NIEUWS van
- Let altijd op: Wie, wat, waar, waarom, wanneer (en hoe)
- Hou je boodschap beknopt en informatief en probeer toch belangstelling te wekken
- Voor de redactie: geef altijd aan hoe de redacteur aan meer informatie kan komen

Tips voor persberichten

- Schrijf altijd in de toekomstige tijd zodat het 'nieuws' lijkt
- Probeer origineel te schrijven, er komen heel veel persberichten binnen bij de krant
- Geen reclametekst schrijven, daar moet u voor betalen!
- Lang bericht? Werk met tussenkopjes
- Geef duidelijk aan wanneer het persbericht is afgelopen
- Laat een ander uw bericht nalezen! Twee zien meer dan één en journalisten zijn kritische mensen met weinig geduld voor taalfouten en kromme zinnen.

Selecteer de bladen waar u uw persberichten heen stuurt zorgvuldig. Welke doelgroep wilt u bereiken en welke bladen lezen die mensen? Vraag het eens aan een bekende vaste klant. Vergeet ook (lokale) radio, kabelkrant en TV niet.

Probeer op de lange termijn een vaste relatie op te bouwen met een journalist en liefst ook met een fotograaf. Behandel ze altijd serieus, vriendelijk en voorkomend. Zij schrijven dan steeds positief over uw bedrijf. En een plaatje zegt meer dan duizend woorden.

Loop nooit het risico van negatieve pers, bijvoorbeeld doordat u bezoekers laat parkeren in de berm waar andere weggebruikers en de krant zich aan gaan ergeren. Een positieve pers is essentieel voor het slagen van een publieksgerichte onderneming.

Activiteiten

Activiteiten voor vaste en nieuwe klanten die u op uw bedrijf organiseert, binden uw klantengroep en geven een mooie gelegenheid voor een persbericht of om een journalist uit te nodigen. Mensen willen graag dingen kunnen doen in hun vrije tijd. Vaak willen ze er nog voor betalen ook!

Activiteiten op uw bedrijf moeten altijd bij uw verhaal en product passen. U kunt aansluiten bij landelijke activiteiten als de fietsdag, de jaarlijkse museumdag, de kinderboekenweek etc. U kunt ook zelf activiteiten organiseren. Laat uw fantasie de vrije loop. Een open dag met een thema, excursies, rondleidingen in de stal, kinderactiviteiten, alles is mogelijk:

- gezamenlijk onkruid wieden/wijnranken snoeien met barbecue toe,
- landgoeddag of agrarische markt,
- slaapmarathon voor studenten,
- workshops koken of kaasmaken of broodbakken, pannenkoeken bakken met kinderen,
- rondkijken op de boerderij en proeven van producten,
- bloembind –weekend voor vriendinnen,
- seizoensmarkt, zoals een herfstmarkt met paddestoelen en pompoenen, en uitwaai wandelingen
- jaarlijks terugkerend slachtfeest,
- et cetera et cetera.....

Plan in het 'laagseizoen' voor uw bedrijf welke activiteiten u dit jaar wilt doen. Regel dan ruim vantevoren de benodigde gastdocenten en (vrijwillige) hulpjes. Plan meteen uw publiciteit en stel een maximum budget op. Zo kunt u met veel plezier klanten aan uw bedrijf binden.

Folder

Wil u een bedrijfsfolder maken, dan is de belangrijkste tip: 'als u het doet, doe het dan goed!' Let er met name met plaatjes op dat deze professioneel 'gezet' worden. U kan een heleboel zelf doen (of met behulp van kinderen of kennissen die vaardig zijn met de computer) maar pas op voor 'geknutselde' folders. Juist slechte of onprofessionelere uitingen worden opgemerkt en blijven in de herinnering. Een goede folder hoeft niet meteen 'full color'. Ook met één kleur of zwart met een steunkleur kunt u een folder maken die er goed uit ziet en niet te duur is. Laat een ontwerper van een drukkerij, copyshop, adviesbureau of een vriend of familielid advies geven en kritisch meekijken naar uw folder.

De voorkant is het gezicht van de folder, dit is wat mensen moet aanspreken. De achterkant is de beste plaats voor 'zakelijke' informatie: adres, telefoonnummer en e-mail, openingstijden en (wanneer nodig) een routebeschrijving. Binnenin is ruimte voor een toelichting op de producten of bedrijfsactiviteiten. Hier kunt u een beeld geven van het bedrijf.

De inhoud van de folder is informatief en wervend. Kijk uit met claims als: de beste, de lekkerste e.d. Bedenk hoe u uw bedrijf of product anders kan typeren.

Foto's en opmaak: Foto's en plaatjes of tekeningen maken een folder aantrekkelijk. Gebruik echter niet te veel verschillend beeldmateriaal, dan wordt een presentatie rommelig. Plaatjes waarop en dier of persoon in jouw richting kijken spreken de lezer het meest aan. Bedenk dat u een sfeer wilt overbrengen met de plaatjes.

Als u meedoet in een samenwerkingsverband van bedrijven met verblijfsrecreatie of in een bepaalde streek werkt die gepromoot wordt, kan uw bedrijf soms opgenomen worden in een verzamel folder of gids. Meestal is voor dergelijke folders en boekjes een professional aan de slag en is er een ruim budget voor druk en distributie. Laat zo'n kans niet voorbij gaan, maar let wel op of het verhaal van uw bedrijf nog overkomt.

'Een plaatje zegt meer dan 1000 woorden'

Tips voor illustratiemateriaal in folders:

- Gebruik niet te veel verschillend beeldmateriaal (bijvoorbeeld 3 of 4 foto's)
- Gebruik 1 of hoogstens 2 soorten beeldmateriaal (bijvoorbeeld een getekend logo en foto's; NIET 6 verschillende soorten stripjes en ook nog foto's)
- Plaatjes waarop en dier of persoon in jouw richting kijken spreken het meest aan,
- Bedenk goed welke 'sfeer' u wilt overbrengen met de plaatjes. Bijvoorbeeld: het 'vrolijke gezin met geitenhouderij' die ook een kamer hebben verbouwd voor logies ondersteunt u met een foto van het hele gezin tussen de geiten voor uw bedrijf. De luxe landgoedlogies met geitenkaas van eigen bedrijf bij het ontbijt vereist een plaatje met een andere uitstraling, bijvoorbeeld een goed gedekte tafel met de kaas voor de echte fijnproevers mooi in beeld gebracht.

Eigen nieuwsbrief

Een eigen nieuwsbrief over uw bedrijf is goed voor het herhalen van uw verhaal naar uw vaste gasten. Het versterkt de verbinding tussen de gast en uw bedrijf. Denk er eerst over na voor wie de nieuwsbrief bedoeld is en welk verhaal u wilt vertellen. Pas uw taalgebruik aan als u over agrarische zaken vertelt: de geboorte van nieuwe lammetjes is leuk, de aanschaf van een nieuwe trekker is voor u belangrijk, maar voor de gasten saai. Denk ook na hoe u de nieuwsbrief gaat verspreiden. Een e-mail nieuwsbrief kan u veel tijd schelen, maar het betekent dat u ook mailadressen van gasten moet verzamelen. Stuur een nieuwsbrief niet te vaak: 2 tot 4 keer per jaar een pagina is ruim voldoende. U kunt een nieuwsbrief ook door een vaste klant/vriendin/student van een journalistieke opleiding laten maken. Zo hoeft u er zelf nauwelijks tijd aan te besteden en heeft u meteen de juiste consumententoon te pakken. Leuke voorbeelden van nieuwsbrieven voor betrokken consumenten vindt u op www.adopteereenkoe.nl of www.stadsboerderijalmere.nl

Adverteren en sponsoring

De beste en goedkoopste reclame voor uw bedrijf is mond-op-mond reclame. Investeer daarom dus eerst in goede service en kwaliteit, voordat u gaat adverteren. Wanneer u gaat adverteren, zorg dan dat uw boodschap herkenbaar is. Maak altijd gebruik van uw eigen herkenbare lay-out.

Voor advertenties geldt dat klanten het meestal pas 'onthouden' als ze minimaal 7 keer uw advertentie hebben gezien. Bovendien valt u advertentie soms nauwelijks op tussen de vele reclame-uitingen, terwijl het wel duur is. Denk ook eens of u de € 200,- voor een advertentie niet beter in een open dag met lekkere hapjes kan steken, waarbij u natuurlijk wel veel publiciteit eromheen moet regelen! Advertenties in verzamelgidsen die u zorgvuldig selecteert, kunt u wel overwegen. Bijvoorbeeld de VeKaBo gids (als u lid bent) of de ANWB gids voor kleine campings. Met een advertentie in die gidsen valt u meer op.

Sponsoring lijkt voor startende ondernemers een goedkope mogelijkheid om bekendheid onder de plaatselijke (voetbal)bevolking te krijgen. Wij raden dat af. U kan het natuurlijk wel doen als u persoonlijk verbonden voelt met 'de voetbalclub', maar zij zullen er meer aan hebben dan u. En stoppen met sponsoring levert alleen maar negatieve pers op. U kunt het wel zoeken in samenwerking met gelijksoortige bedrijven of bedrijven die een binding hebben met uw activiteiten. Financiële ondersteuning van 'kindervakantieland' als u boerenijs verkoopt, is natuurlijk een perfecte combinatie!

Meer tips?

Lees het boek: **Calimeromarketing, waar kleine bedrijven groot in kunnen zijn**. Uitgeverij Scriptum, Schiedam. 2004. Schrijfster: Karen Romme. ISBN: 90 5594 358 4

Download: **Handboek Week van het Platteland** voor slimme tips over omgang met de pers en het organiseren van activiteiten van www.lto.nl

De persoonlijke aanpak van de boerderij

Gasten komen bij u logeren op uw boerderij. Maak daar gebruik van door een persoonlijke aanpak.

Denk na over de **verbinding met uw boerderij**. Mogen kinderen meehelpen met kalfjes voeren? Kijken bij het melken? Cavia's aaien? Voor zowel kind als pappa, mamma en opa en oma een unieke ervaring!

Denk na over **service** die u makkelijk kan geven en die u weinig tijd of geld kost. Houdt u er van om altijd zelf koffie en thee te kunnen zetten op vakantie? Biedt dat dan ook de gasten aan, bijvoorbeeld in een gezamenlijke huiskamer of kitchenette! Verse weidebloemen, een flesje water op het nachtkastje, een handgeschreven welkomstkaart, ambachtelijke kruidenzeepjes in de badkamer....allerlei makkelijke manieren om uw gasten te verwennen en een onvergetelijke ervaring te bezorgen. Dan komen ze zeker terug!

Denk na over manieren om **mond tot mond reclame te stimuleren**. Biedt uw gasten gratis ansichtkaarten aan waarop uw boerderij staat en die ze aan vrienden of familie kunnen sturen. Zend uw gasten een kerstkaart of een paaskaart om ze aan uw bedrijf te herinneren. Maak cadeaubonnen die uw gasten kunnen kopen en waarmee ze hun beste vriendin een weekendje weg kunnen aanbieden. Geef uw gasten bij vertrek een klein 'boeren' geschenkje dat je deelt met anderen, zoals een potje streekhoning voor op de ontbijttafel, een koek voor een vriendinnengesprek of.... Laat uw fantasie de vrije loop!

WERKINFORMATIE 5. FINANCIEN

Verblijfsrecreatie op de boerderij is mooi en u krijgt zeker complimenten als u het goed doet. Maar de verhuur van B&B kamers of appartementen is niet meteen een vetpot! Ook de inkomsten van een kleine camping kunnen soms tegenvallen. Als u van tevoren goed rekent, bespaart u zichzelf een mogelijke teleurstelling. Hieronder even de financiële gegevens op een rijtje, mede op basis van gegevens van LTO Noord Advies.

De belangrijkste bepalende factoren voor uw rendement zijn de **bezettingsgraad**, de **benodigde investeringen**, eigen geld of lening en het aantal **uren werk** dat u of uw medewerkers aan de verblijfsrecreatie besteedt.

De **bezettingsgraad** van verblijfsvoorzieningen op het platteland is gemiddeld 40%. Dat betekent dat verblijfsrecreatievoorzieningen vier van de tien nachten zijn volgeboekt. In de praktijk zit hierin natuurlijk een grote variatie. Een hogere bezettingsgraad, vooral met gasten die langer blijven, verbeterd uw rendement aanzienlijk, maar is niet altijd realistisch. Er zijn tenslotte maar weinig mensen die in Nederland willen winterkamperen!

De **benodigde investeringen** hangen natuurlijk erg af van uw persoonlijke situatie, maar u moet toch al gauw denken aan investeringen van € 30.000,- per kamer/appartement aan inrichting plus de bijbehorende kosten voor het hele gebouw (stal strippen of nieuwbouw). De inrichting van een camping varieert van € 15.000,- tot € 45.000,-, afhankelijk van de luxe die u nastreeft. Voor tuin, terras en parkeerplekken bent u al gauw € 5.000,- kwijt. Ook gemeente en provincies vragen meer voor vergunningen en bewegwijzering dan u denkt. Een bedrag van € 2.000,- is realistisch om hiervoor apart te houden, meer als er voor uw bedrijf een artikel 19 procedure nodig is. Op de volgende bladzijden zijn voorbeelden geplaatst. Hierin is gerekend met twee 4-persoons appartementen van circa 60 m². De totale investering voor woonkamer met keuken, twee slaapkamers en sanitair is € 130.000,-.

Ook maakt u **terugkerende variabele en vaste kosten**. Gas, water en licht wordt natuurlijk ook door de gasten gebruikt. U kunt uw eigen gezinsverbruik niet zomaar verhogen om het verbruik van uw gasten uit te rekenen: douchen bijvoorbeeld duurt tijdens de vakantie vaak langer. Een waterverbruik van 100 liter per persoon per dag is realistisch. Als u alleen 's zomers verhuurt, is het gasverbruik relatief lager, want warm water en koken is stukken goedkoper dan de hele ruimte warm stoken. U moet ook denken aan kosten voor verbruiksmiddelen en afval, zoals wc-papier, luchtverfrisser en afvalstoffenheffing. Plus: vergeet de verplichte legionella controle niet: twee monsters per jaar laten controleren kost al gauw € 300,-.

Uw promotiekosten zullen in het begin hoger zijn dan na een aantal jaren. Uw promotie kunt u zelf aanpakken of u kunt zich aansluiten bij een samenwerkingsverband of een boekingsbureau. Boekingsbureaus rekenen tussen de 12,5 en 30% provisie, maar u krijgt dan gasten zonder er zelf tijd en geld aan te spenderen. Ook uw accountantskosten en uw verzekeringskosten zullen stijgen. U zult uw verzekeringspolissen voor aansprakelijkheid, brand, rechtsbijstand en bedrijfsschade moeten uitbreiden.

In veel gemeenten is het heffen van toeristenbelasting verplicht. Ook bent u verplicht 6% BTW voor de overnachtingen aan de gasten in rekening te brengen. De meeste inkopen die u doet zijn echter belast met 19%, zodat u soms geld terugkrijgt. U moet wel een BTW boekhouding voeren. Ook betaalt u OZB (Onroerend Zaak Belasting) aan de gemeente.

Het bepalen van de verhuurprijs is soms lastig. Kijk behalve naar uw eigen kosten ook eens naar wat andere ondernemers vragen door een uurtje te surfen op internet. En laat dit meewegen in de prijs die u vraagt.

VOORBEELD 1 EN 2: VAKANTIEVERBLIJF

Twee 4-persoonsappartementen met een huurprijs van € 190,- voor een weekend en € 280,- voor een midweek en per boeking € 30,- aan schoonmaakkosten en € 5,- aan servicekosten. Dat vereist de volgende investering:

	Kosten (€)	Afschrijving (%)	Onderhoud (%)	Rente (%)	Aflossing (jaar)
Verbouw	80.000	5	1	4	25
Inrichting	30.000	12,5	3	4	25
Verharding omgeving	5.000	5	1	4	25
Overige investeringen	15.000			4	25

Bron: Han Swienink, LTO Noord Advies

Deze investeringen niet altijd meteen rendabel. Veel hangt af van de bezettingsgraad!

Voorbeeld 1. Vakantieverblijf met groei naar 36% bezettingsgraad

U groeit realistisch. De eerste vijf jaar realiseert u een groeiende bezetting van 36% na vijf jaar. Dat geeft een resultaat van € 2.408,- en een uurvergoeding voor uw werk van € 8,25. Zie ook rekenvoorbeeld 1 op de volgende bladzijde.

voorbeeld 2. Vakantieverblijf groei naar 63% bezettingsgraad

U groeit harder. De eerste vijf jaar realiseert u een groeiende bezetting van 63% na vijf jaar. Dat geeft een resultaat van € 13.778,- en een uurvergoeding voor uw werk van € 29,95. Zie ook rekenvoorbeeld 2 op de volgende bladzijde.

VOORBEELD 3 EN 4: MINI-CAMPING

Mini-camping met 15 plaatsen. De vaste kosten zijn gebaseerd op een investering van € 70.000,- voor toiletgebouw, parkeerharding, bewegwijzering, groenaanleg en water/electrisch op iedere plek. N.B. in 2008 wordt de Wet op Openluchtrecreatie afgeschaft en zijn, afhankelijk van de gemeente, meer plekken mogelijk.

Voorbeeld 3. Mini-camping met groei naar 40% bezettingsgraad

U groeit realistisch. De eerste vijf jaar realiseert u een groeiende bezetting van 40% na vijf jaar. Dat geeft een resultaat van € 3.568,- en een uurvergoeding voor uw werk van € 12,54. Zie ook rekenvoorbeeld 3 op de volgende bladzijden.

Voorbeeld 4. Mini-camping met groei naar 56% bezettingsgraad

U groeit harder. De eerste vijf jaar realiseert u een groeiende bezetting van 56% na vijf jaar. Dat geeft een resultaat van € 9.758,- en een uurvergoeding voor uw werk van € 24,40. Zie ook rekenvoorbeeld 4 op de volgende bladzijden.

Denk eraan dat als u vanuit het bestemmingsplan alleen van 1 april tot 1 november open mag zijn, dat u dan natuurlijk nooit aan 100% bezetting komt! Dan zijn er andere beperkingen.

Opmerking: de post BTW is negatief in deze rekenvoorbeelden, u krijgt geld terug. Voor overnachtingen geldt namelijk een BTW tarief van 6%, terwijl de meeste inkopen die u doet voor uw recreatietak zijn belast met 19%. Die kunnen voor een belangrijk deel worden verrekend. Een aparte BTW boekhouding voor het recreatiedeel voeren is dan wel verplicht.

Bron voorbeelden: Han Swienink, LTO Noord Advies. Han Swienink kan ook berekeningen maken voor uw mini-camping, vakantieverblijf, trekkershut, B&B en groepsaccommodatie. Neem contact op via telefoon 0572 –328282 of via e-mail: jbswienink@ltonoordadvies.nl

VOORBEELD 1**VAKANTIEVERBLIJF (36%)**

		2006	2007	2008	2009	2010
Vakantieverblijven	aantal	2	2	2	2	2
Bezetting:	weekenden	10	14	18	22	26
	midweken	8	10	12	14	16
	gem. bezetting	16%	21%	26%	31%	36%
Tarief:	weekend	€ 190	€ 190	€ 200	€ 200	€ 209
	midweek	€ 280	€ 280	€ 294	€ 294	€ 309
	schoonmaken	€ 30	€ 30	€ 30	€ 30	€ 30
	servicetoeslag	€ 5	€ 5	€ 5	€ 5	€ 5
Boekingsbureau (% omzet)	%	20	20	20	20	20
Tarief toeristenbelasting	€/p/d	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80

Arbeid:	schoonmaken	u/bez	1	1	1	1	1
	boeking/ontvangst	u/bez	2	2	2	2	2
	omgeving	uur	40	40	40	40	40
	arbeid totaal	uren	148	184	220	256	292
	externe arbeid	uren					
	uurtarief arbeid	€/uur	15	15	15	15	15

Opbredsten

Weekenden	€	3.800	5.320	7.182	8.778	10.893
Midweken	€	4.480	5.600	7.056	8.232	9.878
Schoonmaken + servicetoeslag	€	1.260	1.680	2.100	2.520	2.940
Totaal opbrengsten	€	9.540	12.600	16.338	19.530	23.711

Variabele kosten

Gas, water, elektriciteit	€	459	617	785	963	1.150
Verbruiksmiddelen	€	30	39	48	57	66
Afvalverwijdering	€	73	79	86	93	100
Afvalwater (riolering)	€	38	49	61	72	83
Legionellacontrole	€	300	300	300	300	300
Boekingsbureau	€	1.656	2.184	2.848	3.402	4.154
Externe arbeid	€					
Accountant	€	286	378	490	586	711
Verzekeringen	€	920	920	920	920	920
Promotie	€	2.000	1.500	1.000	500	500
Contributies en abonnementen	€	500	500	500	500	500
Overige kosten	€	800	800	800	800	800
Afdracht toeristenbelasting	€	288	374	461	547	634
Afdracht BTW	€	-587	-463	-327	-203	-140
Totaal variabele kosten	€	6.762	7.278	7.972	8.537	9.778

Saldi

Opbrengst - toegerekende kosten	€	2.780	5.320	8.370	10.990	13.930
Saldo per vakantieverblijf	€	1.390	2.660	4.190	5.500	6.970

Vaste kosten

OZB		€	204	204	204	204	204	204	.
Onderhoud:	gebouw	€	850	850	850	850	850	850	.
	inrichting	€	900	900	900	900	900	900	.
Afschrijving:	gebouw	€	4.250	4.250	4.250	4.250	4.250	4.250	.
	inrichting	€	3.750	3.750	3.750	3.750	3.750	3.750	.
Rente		€	5.200	4.992	4.784	4.576	4.368	4.368	.
Totaal vaste kosten		€	15.154	14.946	14.738	14.530	14.322	14.322	.

Resultaat

Bedrijfswinst/verlies		€	-12.374	-9.626	-6.368	-3.540	-392	-392	.
Bij: afschrijving		€	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	.
Af: aflossing		€	5.200	5.200	5.200	5.200	5.200	5.200	.
Marge		€	-9.574	-6.826	-3.568	-740	2.408	2.408	.

Eigen arbeid

Uurinzet eigen arbeid		uren	148	184	220	256	292	292	.
Berekende arbeidsvergoeding		€/uur	-64,69	-37,10	-16,22	-2,89	8,25	8,25	.

VOORBEELD 2**VAKANTIEVERBLIJF (63%)**

		2006	2007	2008	2009	2010	
Vakantieverblijven	aantal	2	2	2	2	2	
Bezetting:	weekenden	20	25	30	35	40	
	midweken	10	15	20	25	30	
	gem. bezetting	%	25%	34%	44%	53%	63%
Tarief:	weekend	€	190	190	200	200	209
	midweek	€	280	280	294	294	309
	schoonmaken	€	30	30	30	30	30
	servicetoeslag	€	5	5	5	5	5
Boekingsbureau (% omzet)	%	20	20	20	20	20	
Tarief toeristenbelasting	€/p/d	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	

Arbeid:	schoonmaken	u/bez	1	1	1	1	1
	boeking/ontvangst	u/bez	2	2	2	2	2
	omgeving	uur	40	40	40	40	40
	arbeid totaal	uren	220	280	340	400	460
	externe arbeid	uren					
	uurtarief arbeid	€/uur	15	15	15	15	15

Opbredingen

Weekenden	€	7.600	9.500	11.970	13.965	16.758
Midweken	€	5.600	8.400	11.760	14.700	18.522
Schoonmaken + servicetoeslag	€	2.100	2.800	3.500	4.200	4.900
Totaal opbrengsten	€	15.300	20.700	27.230	32.865	40.180

Variabele kosten

Gas, water, elektriciteit	€	689	989	1.309	1.647	2.003
Verbruiksmiddelen	€	45	63	80	98	115
Afvalverwijdering	€	84	97	110	123	136
Afvalwater (riolering)	€	57	79	101	123	145
Legionellacontrole	€	300	300	300	300	300
Boekingsbureau	€	2.640	3.580	4.746	5.733	7.056
Externe arbeid	€					
Accountant	€	459	621	817	986	1.205
Verzekeringen	€	920	920	920	920	920
Promotie	€	2.000	1.500	1.000	500	500
Contributies en abonnementen	€	500	500	500	500	500
Overige kosten	€	800	800	800	800	800
Afdracht toeristenbelasting	€	432	600	768	936	1.104
Afdracht BTW	€	-490	-337	-164	-13	90
Totaal variabele kosten	€	8.435	9.712	11.287	12.653	14.875

Saldi

Opbrengst - toegerekende kosten	€	6.860	10.990	15.940	20.210	25.300
Saldo per vakantieverblijf	€	3.430	5.500	7.970	10.110	12.650

Vaste kosten

OZB		€	204	204	204	204	204	204
Onderhoud:	gebouw	€	850	850	850	850	850	850
	inrichting	€	900	900	900	900	900	900
Afschrijving:	gebouw	€	4.250	4.250	4.250	4.250	4.250	4.250
	inrichting	€	3.750	3.750	3.750	3.750	3.750	3.750
Rente		€	5.200	4.992	4.784	4.576	4.368	
Totaal vaste kosten		€	15.154	14.946	14.738	14.530	14.322	

Resultaat

Bedrijfswinst/verlies		€	-8.294	-3.956	1.202	5.680	10.978
Bij: afschrijving		€	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Af: aflossing		€	5.200	5.200	5.200	5.200	5.200
Marge		€	-5.494	-1.156	4.002	8.480	13.778

Eigen arbeid

Uurinzet		uren	220	280	340	400	460
Berekende arbeidsvergoeding		€/uur	-24,97	-4,13	11,77	21,20	29,95

VOORBEELD 3 BOERDERIJCAMPING

40% bezetting, Plaatsen en tarieven

		2006	2007	2008	2009	2010
Laagseizoen:	plaatsen	aant 15	15	15	15	15
	bezetting	% 10	12	14	16	18
	tarief	€ 13,00	13,00	13,65	13,65	14,33
	dagen	dgn 130	130	130	130	130
Hoogseizoen:	plaatsen	aant 15	15	15	15	15
	bezetting	% 50	55	60	65	70
	tarief	€ 17,00	17,00	17,85	17,85	18,74
	dagen	dgn 80	80	80	80	80
Totaal seizoen:	plaatsen	aant				
	bezetting	%				
	tarief	€				
	dagen	dgn 210	210	210	210	210
Berekende bezetting		25%	28%	32%	35%	38%
Tarief toeristenbelasting	€/p/d	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80

Geschatte arbeidsinzet Externe arbeid:	schoonmaken	uren 203	223	244	264	285
	recreatie	uren				
	uurtarief	€/uur 15	15	15	15	15

Opbredsten

Laagseizoen	€	2.535	3.042	3.726	4.259	5.031
Hoogseizoen	€	10.200	11.220	12.852	13.923	15.744
Seizoensplaatsen	€	0	0	0	0	0
Totaal opbrengsten	€	12.735	14.262	16.578	18.182	20.774

Variabele kosten

Gas, water en elektrisch	€	1.195	1.480	1.683	1.894	2.114
Verbruiksmiddelen	€	80	89	99	109	119
Afvalverwijdering	€	214	283	307	331	355
Afvalwater (riolering)	€	277	393	433	474	514
Legionellacontrole	€	300	300	300	300	300
Externe arbeid: schoonmaken	€					
recreatie	€					
Accountant	€	382	428	497	545	623
Verzekeringen	€	830	830	830	830	830
Verzorging grasmat	€	300	300	300	300	300
Promotie	€	2.000	2.000	1.500	1.500	1.000
Contributies en abonnementen	€	500	500	500	500	500
Overige kosten	€	400	500	600	700	800
Afdracht toeristenbelasting	€	1.752	2.486	2.741	2.995	3.250
Afdracht BTW	€	-313	-327	-187	-166	-14
Totaal variabele kosten	€	7.916	9.263	9.603	10.313	10.690

Saldi

Opbrengst - toegerekende kosten	€	4.820	5.000	6.980	7.870	10.080
Saldo per plaats	€	320	330	470	520	670

Vaste kosten camping

OZB		€	91	91	91	91	91	.
Onderhoud:	gebouwen	€	760	760	760	760	760	.
	inventaris	€	600	600	600	600	600	.
Afschrijving:	gebouwen	€	1.900	1.900	1.900	1.900	1.900	.
	inventaris	€	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	.
Rente		€	2.800	2.688	2.576	2.464	2.352	.
Totaal vaste kosten		€	7.560	7.448	7.336	7.224	7.112	.

Resultaat

Bedrijfswinst/verlies		€	-2.740	-2.448	-356	646	2.968	.
Bij: afschrijving		€	3.400	3.400	3.400	3.400	3.400	.
Af: aflossing		€	2.800	2.800	2.800	2.800	2.800	.
Marge		€	-2.140	-1.848	244	1.246	3.568	.

Eigen arbeid

Uurinzet		uren	203	223	244	264	285	.
Berekende arbeidsvergoeding		€/uur	-10,57	-8,29	1,00	4,72	12,54	.

Vaste kosten zijn gebaseerd op een investering van € 70.000,-- voor toiletgebouw, parkeerverharding, bewegwijzering, groenaanleg en water/electrisch op iedere plek.

BOERDERIJCAMPING 56% bezetting**Plaatsen en tarieven**

		2006	2007	2008	2009	2010
Laagseizoen:	plaatsen	aant 15	15	15	15	15
	bezetting	% 24	26	28	30	32
	tarief	€ 13,00	13,00	13,65	13,65	14,33
	dagen	dgn 130	130	130	130	130
Hoogseizoen:	plaatsen	aant 15	15	15	15	15
	bezetting	% 60	70	80	90	95
	tarief	€ 17,00	17,00	17,85	17,85	18,74
	dagen	dgn 80	80	80	80	80
Totaal seizoen:	plaatsen	aant				
	bezetting	%				
	tarief	€				
	dagen	dgn 210	210	210	210	210
Berekende bezetting		38%	43%	48%	53%	56%
Tarief toeristenbelasting	€/p/d	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80

Geschatte arbeidsinzet

		2006	2007	2008	2009	2010
Externe arbeid:	schoonmaken	uren 276	311	345	380	400
	recreatie	uren				
	uurtarief	€/uur 15	15	15	15	15

Opbrengsten

	2006	2007	2008	2009	2010
Laagseizoen	€ 6.084	6.591	7.453	7.985	8.943
Hoogseizoen	€ 12.240	14.280	17.136	19.278	21.366
Seizoensplaatsen	€ 0	0	0	0	0
Totaal opbrengsten	€ 18.324	20.871	24.589	27.263	30.310

Variabele kosten

	2006	2007	2008	2009	2010
Gas, water en elektrisch	€ 1.759	2.183	2.512	2.855	3.099
Verbruiksmiddelen	€ 119	135	151	167	176
Afvalverwijdering	€ 282	378	420	462	486
Afvalwater (riolering)	€ 392	553	624	694	735
Legionellacontrole	€ 300	300	300	300	300
Externe arbeid: schoonmaken recreatie	€				
Accountant	€ 550	626	738	818	909
Verzekeringen	€ 830	830	830	830	830
Verzorging grasmat	€ 300	300	300	300	300
Promotie	€ 2.000	2.000	1.500	1.500	1.000
Contributies en abonnementen	€ 500	500	500	500	500
Overige kosten	€ 400	500	600	700	800
Afdracht toeristenbelasting	€ 2.477	3.499	3.946	4.392	4.646
Afdracht BTW	€ -149	-145	39	86	257
Totaal variabele kosten	€ 9.759	11.659	12.458	13.603	14.039

Saldi

	2006	2007	2008	2009	2010
Opbrengst - toegerekende kosten	€ 8.560	9.210	12.130	13.660	16.270
Saldo per plaats	€ 570	610	810	910	1.080

Vaste kosten camping

OZB		€	91	91	91	91	91
Onderhoud:	gebouwen	€	760	760	760	760	760
	inventaris	€	600	600	600	600	600
Afschrijving:	gebouwen	€	1.900	1.900	1.900	1.900	1.900
	inventaris	€	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Rente		€	2.800	2.688	2.576	2.464	2.352
Totaal vaste kosten		€	7.560	7.448	7.336	7.224	7.112

Resultaat

Bedrijfswinst/verlies		€	1.000	1.762	4.794	6.436	9.158
Bij: afschrijving		€	3.400	3.400	3.400	3.400	3.400
Af: aflossing		€	2.800	2.800	2.800	2.800	2.800
Marge		€	1.600	2.362	5.394	7.036	9.758

Eigen arbeid

Uurinzet	uren		276	311	345	380	400
Berekende arbeidsvergoeding	€/uur		5,80	7,61	15,63	18,54	24,40

Vaste kosten zijn gebaseerd op een investering van € 70.000,-- voor toiletgebouw, parkeerverharding, bewegwijzering, groenaanleg en water/electrisch op iedere plek.

6. UTRECHTSE ONDERNEMERS AAN HET WOORD

Ter inspiratie: vier Utrechtse ondernemers vertellen over hun ervaringen met plattelandstoerisme. U kunt kiezen uit de verhalen van twee ervaren ondernemers en twee 'starters' met zowel campings, logies in huis, B&B, groepsaccommodatie of sportieve activiteiten. Geniet en pik de slimme tips eruit!

Bedrijfsgegevens boerderij de Steeg en Bed & Breakfast De Boerenstee

Melkveehouderij met B&B en groepsaccommodatie van

Omvang: 43 hectare met 60 melkkoeien en bijbehorend jongvee.

Bed & Breakfast en groepsaccommodatie de Boerenstee

Geopend in 2004 en heeft 4 comfortabele kamers met tweepersoons bedden, via opklapbedden en slaapbanken uit te breiden naar 18 slaappleaatsen. Boerengolf, kanoën, wandelen en fietsen is direct in de buurt mogelijk. De familie wil uitbreiden met liniehutten.

Bedrijfsgegevens Boerderij Hazenveld

Melkveehouderij met assurantiekantoor, mini-camping en B&B

Omvang: 18 hectare met 25 melkkoeien en jongvee plus assurantiekantoor aan huis

Minicamping Boerderij Hazenveld

Aantal plaatsen: 15 tot 20 en geopend in 2003. De camping is open van 15 maart tot 31 oktober. Lid VeKaBo www.vekabo.nl en voor de logies (in aanbouw) aangesloten bij Groene Hart Logies www.groenehartlogies.nl. Met leden van de Agrarische Natuur en Landschapsvereniging De Utrechtse Venen wordt nagedacht over trekkershutten.

Bedrijfsgegevens Natuurcamping 'De Boerderij'

Melkvee- en varkensbedrijf met natuurcamping, B&B appartementen en sport

Omvang: 30 hectare, 60 melkkoeien plus jongvee, 600 mestvarkens.

Natuurcamping De Boerderij

Aantal plaatsen: naar verwachting 30 en open van 15 maart tot 31 oktober. Verhuur van fietsen, kano's en deelname aan allerlei sportieve activiteiten en boerderijactiviteiten. Lid SVR www.svr.nl en Struinen en Vorsen www.struinenenvorsen.nl

Bedrijfsgegevens familie van der Louw

Melkveebedrijf met loonwerk- en machineverhuur plus B&B en sportieve activiteiten.

Omvang: 57 hectare, 60 melkkoeien plus jongvee

B&B familie van der Louw

bed & breakfast kamers in huis. Voor groepen sportieve activiteiten: boerengolf en boeren-zeskamp plus ontvangstruimte voor groepsactiviteiten. Lid hoevelogies www.hoevelogies.nl en vereniging Terecht Anders www.terechtanders.nl

‘GROEPEN ONTVANGEN PAST ONS PRIMA’

DE BOERENSTEE REALISEERT UITSTEKENDE BEZETTING

Clara van Ravenhorst en haar man Kees hebben het karakteristieke bakhuis op hun erf verbouwd tot vier Bed & Breakfast kamers met een grote groepsruimte, ruime keuken en een eigen tuin voor de gasten. De kamers zijn zo makkelijk aan groepen tot 18 personen te verhuren. De Boerenstee is populair bij grote families en groepen vrienden. Clara van Ravenhorst is blij met haar keuze: ‘de combinatie van groepsaccommodatie met B&B bevalt ons erg goed. We halen een hele goede bezetting en dat geeft het beste rendement. In 2006 hadden we 100% bezetting in de weekends, vooral door de groepen. Groepen zijn meer op zichzelf en vermaken zich goed. Dan hebben wij zelf ook echt weekend.’

‘Wij zijn met een Bed & Breakfast gestart omdat we een luxeprobleem hadden: het bakhuis was over. Toen mijn man en zijn broer het landbouwbedrijf nog deelden, woonden wij in het verbouwde bakhuis en mijn zwager en schoonmoeder in de oude boerderij. In 1999 is mijn zwager getrouwd en hebben we het bedrijf gesplitst. Wij zijn toen met onze vier kinderen in de oude boerderij gaan wonen.’ Het verbouwde bakhuis uit 1930 mocht van de gemeente niet meer bewoond worden en de familie van Ravenhorst ging nadenken over een nieuwe functie. Een vriendin raadde aan om met B&B te beginnen. Clara en Kees gingen bij meerdere B&B’s kijken en besloten het bakhuis te verbouwen. Ze vroegen in mei 2000 een vergunning aan voor een verbouwing tot 5 B&B kamers. Nog tijdens de verbouwing zijn de plannen aangepast: één van de kamers is opgeofferd om een grotere gezamenlijke keuken en groepsruimte te maken. Clara: ‘zo zijn de kamers makkelijker tegelijk aan groepen te verhuren. We hebben dat gedaan omdat de ondernemers die we bezochten, zeiden dat er grote behoefte was aan zulke plekken. Dat klopt!’ De Boerenstee ontvangt veel groepen vrienden en families, en dan is 18 personen prima. ‘Zulke groepen voelen zich verloren in hele grote, kantineachtige groepsaccommodaties voor 100 personen. Onze boerderijplek is gewild. De groepen voelen zich echt vrij. Het is een gat in de markt!’

Bedrijfsgegevens boerderij de Steeg en Bed & Breakfast De Boerenstee

Melkveehouderij op 43 hectare met 60 melkkoeien en bijbehorend jongvee

Bed & Breakfast en Groepsaccommodatie de Boerenstee

Geopend in 2004 en heeft 4 comfortabele kamers met tweepersoons bedden, via opklapbedden en slaapbanken uit te breiden naar 18 slaapplekken. De Boerenstee is het hele jaar geopend. Boerengolf, kanoën, wandelen en fietsen is direct in de buurt mogelijk. De familie van Ravenhorst wil uitbreiden met liniehutten. www.deboerenstee.nl

Klaproos en boterbloem

De vier kamers van De Boerenstee zijn ruim opgezet. Elke kamer heeft een verzorgde badkamer, openslaande deuren naar het erf en ruime bank. Die banken zijn uit te klappen tot extra bedden, zodat in elke kamer makkelijk met vier personen kan worden overnacht. Een trapje in de kamers leidt naar de vliering waarop twee eenpersoons boxspringbedden zijn geplaatst. Elke kamer heeft een naam: korenbloem, boterbloem, fluitenkruid en klaproos. Die namen bepalen inrichting en de kleur van de kamer: de boterbloem is bijvoorbeeld opwekkend geel. Een mooie muurschildering van de bloem siert elke kamer. De kamers variëren ook in luxe; de rode klaprooskamer heeft een bubbelbad; de lichtgroene fluitenkruidkamer alleen een douche. De gezamenlijke groepsruimte bestaat uit een ruime keuken met een 5-pits gasstel, een grote oven en koelkast, een afwasmachine en een koffieautomaat. Groepen kunnen zichzelf zo uitstekend verzorgen. De vloer is geplaveid met

grote terrakleurige tegels: 'dat past bij een boerderij en je ziet er minder vuil op dan op witte plavuizen', zegt Clara van Ravenhorst praktisch. 'In de groepsruimte hebben we een ruime zithoek gemaakt en grote tafels geplaatst die mensen zelf aan elkaar kunnen schuiven. Door de openslaande deuren lopen gasten zo naar de tuin met drie aparte terrasplekken.' Clara en Kees zouden De Boerenstee niet anders willen: 'we zijn dichtbij onszelf gebleven. Wat we zelf leuk en belangrijk vinden als we weggaan, dat hebben we ook in onze eigen B&B zo ingericht. We geven de gasten een beleving. Elke kamer heeft een andere kleur en een andere naam. De gasten hebben privacy in hun eigen tuin. Er is een kamer met alleen een douche en een kamer met een bubbelbad, en alles ertussenin. En we vragen niet voor alles apart een dubbeltje. Openhaard hout en warm water zijn gewoon bij de prijs inbegrepen. Je kunt beter je prijs wat verhogen en alles gratis maken, dan dat je overal voor laat betalen.'

Het echte boerenleven

De Boerenstee richt zich op families en groepen vrienden die van een rustig verblijf op het platteland houden en graag zichzelf vermaken en verzorgen. 'Vriendengroepen willen het hele jaar door wel gebruik maken van een groepsaccommodatie. Pasen en Hemelvaart zijn populair, maar Oud en Nieuw is ons beste weekend. Kerstmis wordt altijd pas op het laatst geboekt. In januari en februari is het wat moeilijker, maar de rest van het jaar realiseren we 100% bezetting in de weekeinden.' Gasten kunnen het platteland direct beleven: de koeien lopen in het weiland achter de B&B. 'Gasten zeggen vaak: het boerenleven is zo heerlijk, het was echt genieten', lacht Clara. 'En dan zijn ze soms hun huisje niet uit geweest! De beleving en dat het dichtbij is, is al genoeg.' Gasten mogen ook kijken op de boerderij en bij het melken, kinderen nadrukkelijk onder begeleiding van een volwassene. Clara is ook blij met de locatie van De Boerenstee: 'we zitten in het midden van het land. Dat is een echte plus, want van grote groepen families of vrienden hoeft niemand echt ver te rijden. Je zit toch een beetje in de achtertuin van de Randstad.' In de weekenden is De Boerenstee vaak verhuurd aan groepen vrienden of families, door de week ontvangen Clara en Kees groepen voor trainingen of mensen die een midweek weg willen. Na een slechte ervaring met studenten vraagt Clara wel naar de leeftijd en de achtergrond voordat ze een groep inschrijft. Clara ziet alleen maar voordelen in de flexibele verhuurmogelijkheden van De Boerenstee: 'we kunnen losse B&B gasten ontvangen en groepen. We hoeven geen losse gasten lang achter elkaar vast te houden, zoals bijvoorbeeld arbeiders uit een ander gebied, om een goede bezetting te realiseren. Zo'n groep werkende mannen onder elkaar geeft toch een andere sfeer, en dan voelen de andere gasten zich misschien niet thuis. Dat willen we niet. Stel dat ik alle kamers verhuurd heb, dan krijg ik van een groep € 185,- per weekend met zelfverzorging en € 240,- voor elke kamer twee personen apart met ontbijt. Dat verschil in prijs maak je meer dan goed omdat met groepen je bezetting veel beter is en het veel minder werk is. Voor een midweek verdien ik juist beter aan groepen: € 400,- per groep en € 240,- als alles naar losse B&B gasten gaat.' De gasten kunnen zelf hun vermaak kiezen op rondom De Boerenstee, zoals wandelen, fietsen of boerengolf. 'We houden zelf van activiteiten op onze vakantie, maar dan moeten ze wel voor ons bedacht zijn. Dat wilden we ook voor onze gasten. Mijn schoonzus heeft dus wandelingen uitgezet vanaf de boerderij. Dat is nu een officieel Klompenpad geworden in samenwerking met het Utrechts Landschap.'

Koeien en mensen

Kees van Ravenhorst is een echte melkveehouder, Clara doet de B&B. Clara: 'we hebben vanaf het begin goed nagedacht over het werk en hebben meteen klussen voor de B&B uitbesteedt. Dat moest ook wel, want bij de opening was ik hoogzwanger van mijn jongste zontje. We hebben twee schoonmaaksters en laten al het linnen- en beddengoed één keer in de week ophalen door de wasserij. Die komen het keurig gestreken weer terugbrengen. Ik doe wel alle administratie en ook de PR zelf. Ik heb vroeger voor een krant gewerkt en kan goed schrijven. Ik vind dat ook leuk.' De hoeveelheid werk viel wel tegen: 'het is veel meer werk dan je denkt. Ik ben er zelf zo'n 15 uur per week mee bezig en mijn man Kees ook nog 1 tot 2 uur. Ik doe de ontvangst van de gasten, beantwoordt de telefoon, zet alles klaar. Plus de administratie en de PR. En dan heb je nog de mensen die van tevoren willen kijken die ik

rond moet leiden. Vriendengroepen willen de kamers en de plek altijd even zien, diegene die het weekend organiseert wil geen sof. We sturen iedereen natuurlijk ook een bevestiging en een huurcontract. Ze moeten dan meteen 25% aanbetalen. Tot 65 dagen van tevoren kunnen mensen nog annuleren voor het aanbetalingbedrag, daarna moeten ze alles betalen. We raden iedereen dus ook aan een annuleringsverzekering af te sluiten, dat staat in de bevestigingsbrief. Linnengoed kunnen gasten zelf meenemen of van ons huren. En onze nieuwe uitbreidingsplannen komen er ook nog tussendoor.' Clara van Ravenhorst maakt heldere afspraken met haar gasten. 'Gasten moeten bij ons weg om 11.00 uur en de nieuwe mogen vanaf 16.00 uur aankomen. Die paar uur heb je ook wel nodig om de bedden te verschonen en schoon te maken. We onderhandelen ook niet over de prijs. Die luxe gun ik mezelf. Je moet hier ook strak in zijn. Als je zelf iets half vindt, is het veel moeilijker uit te leggen.'

Liniehutten

Clara en Kees van Ravenhorst maken alweer nieuwe plannen. 'Voor de trainingen in de midweken kunnen we goed een vergaderruimte gebruiken, maar we krijgen geen toestemming voor een nieuwe groepsruimte. Een theeschenkerij mag wel, maar daar krijgen we de bezetting niet van rond.' Clara houdt haar ogen goed open: 'vorig jaar wilden we op vakantie en ik ging eerst even kijken bij camping 'Te hooi en te gras' die we hadden gekozen. We gaan altijd maar een weekje, en dan wil ik zeker weten dat het leuk is. Die camping had ook plaggenhutten die heel mooi in het landschap passen. Ik dacht meteen: dat is het!' De opening kwam toen De Boerenstee op het riool moesten worden aangesloten en het eigen rietveld achter het erf moest weghalen. 'We hebben meteen voorgesteld om daar die plaggenhutten te bouwen. De gemeente was meteen enthousiast en nu zijn we bezig met de procedures.' Het woord 'plaggenhut' beviel Clara minder goed. 'Plaggenhutten horen natuurlijk vooral bij Drenthe, dus we zochten naar een goede inpassing en naam. Ik praat altijd over al mijn plannen. Dat hielp nu ook, want de provinciale adviescommissie landelijk gebied was op bezoek en we vertelden ons nieuwe verhaal. Bij het afscheid nemen zei een van de commissieleden terloops: waarom noemt u het geen Liniehutten? Geweldige naam en helemaal passend bij Utrecht.' Passend bij de nieuwe naam heeft de architect een groene wal met hutten van beton erin ontworpen. Clara is helemaal enthousiast: 'je kan straks zo over het huis lopen, je ziet er niks van, maar binnen is het comfortabel en warm. Met openslaande deuren naar het weiland.' Ook overheden lopen warm voor de Liniehutten, de provincie, de gemeente en de Stichting Vernieuwing Gelderse Vallei. 'De gemeente Woudenberg denkt erg mee. Omdat je de Liniehutten niet kan verplaatsen zoals een tent, is een bestemmingsplanwijziging volgens een artikel 19 procedure nodig. Ook is ons bouwblok te vol. De gemeente kwam er zelf mee om het bouwblok te verschuiven zodat de kuilplaten buiten het bouwblok komen te liggen. Voor die kuilplaten krijgen we dan een vrijstelling. En binnen ons nieuwe bouwblok kunnen we de Liniehutten laten bouwen.' De Boerenstee heeft een agrarische bestemming met recreatief medegebruik. Ook straks voor het nieuw te bouwen gedeelte. Clara: 'dat betekent dat alles samenhangt en dat het geen optie is om te stoppen. Kees is een echte koeienboer, dus dat willen we ook niet. Voor onze eerste verbouwing hebben we een artikel 19 procedure doorlopen. Dat heeft anderhalf tot twee jaar geduurd, vooral bij de provincie heeft het wel 6 maanden gelegen omdat meerdere afdelingen zich ermee bezighouden. En de gemeente deed moeilijker over de verbouw van een bestaand gebouw. Als we nieuw hadden gebouwd, was het sneller geregeld. Ook moeten we van de gemeente een nachtregister bijhouden. We hebben bovendien een gebruikersvergunning, waarin eisen worden gesteld aan de brandveiligheid. Dat vind ik volkomen terecht en zo wordt het ook veiliger. In de landbouw veranderen regels nog wel eens of zijn ze heel onlogisch. En je krijgt niks meer voor je melk als je aan die nieuwe regels voldoet. Maar in de recreatie kan je zelf je prijs bepalen.'

‘Goed nadenken over je PR’

De PR van De Boerenstee is gebaseerd op een goede eigen website, in de juiste gidsen en op verzamelwebsites worden opgenomen en selectief adverteren. ‘Van tevoren moet je daar goed over nadenken. In het begin wordt je bijna elke week wel gebeld door iemand die je een advertentie op een website of in een gids wil verkopen. Je moet weten wat je wilt, welke gasten je wilt ontvangen.’ Clara van Ravenhorst heeft zorgvuldig gekeken in welke gidsen De Boerenstee tot haar recht komt: ‘wij staan in de ANWB gids voor B&B’s en in de Kosmos reisgids ‘Langs B&B’s’. Ook zijn we laatst opgenomen in de VT Wonen Lifestylegids en dat leverde heel wat reacties op. Voor die laatste twee is een goede eigen website heel belangrijk omdat de redacties ons via internet hebben gevonden.’ Ook op verzamelwebsites is De Boerenstee aangemeld. ‘Via www.groepen.nl van het Centrum Voor Groepsaccommodaties kregen we in het begin veel aanmeldingen.’ Clara plaatst zo weinig mogelijk advertenties. ‘We adverteren wel wat om groepen te trekken. Dat doen we dan in het Reformatorisch Dagblad, een krant die gelezen wordt door families met veel kinderen. Die familiegroepen sluiten goed aan bij ons.’ In de zakelijke markt om ook de midweken te vullen wil De Boerenstee nog investeren, maar dat valt nog niet mee. ‘De zakelijke markt vind ik een moeilijke markt waar ik nog eens goed over na wil denken’, zegt Clara. ‘Trainingen en bedrijfsbijeenkomsten zijn voor ons het beste om de midweken mee te vullen. Dat gaat nu vooral doordat iemand hier met zijn familie is geweest en vervolgens met zijn werk terugkomt.’ De kwaliteit die De Boerenstee levert wordt steeds meer erkend: ‘in 2007 komen we in de Michelin gids. Daar moet je voor worden aangemeld en dan komt de Michelin controleur onverwacht kijken. Wij waren goed genoeg. Ik heb nog geen idee wat oplevert, maar ik vind het wel stoer.’

‘Overal kijken voor je start’

Zwakke punten zijn er nauwelijks op De Boerenstee. ‘Een boerderij heeft natuurlijk bedrijfsactiviteiten, zoals gier uitrijden of herrie van machines. Wij vinden dat vaak een groter probleem dan de gasten. Die vragen we ernaar, maar meestal hebben ze er geen last van. Dat we het vragen helpt denk ik ook al,’ vertelt Clara.’ Een ander lastig punt zijn de vliegen. ‘We hebben overal horren die we goed afsluiten. Zo hou je het binnen de perken.’ En De Boerenstee is moeilijk te vinden. ‘Een goede routebeschrijving helpt en die voegen we bij elke bevestiging. In de toekomst willen we wel ANWB bewegwijzering. Dat is duur: € 600,-- per jaar en dat spreidt ik liever over onze twee bedrijven De Boerenstee en de Liniehutten. Of misschien heeft iedereen straks wel navigatie in de auto.’ Een probleem is nog wel de bezetting in de midweken in het eerste kwartaal. ‘Alleen B&B lijkt me heel moeilijk, omdat je nooit die 100% bezetting haalt die je met groepen makkelijk krijgt. Ik heb het idee dat mensen soms te rooskleurig doen over B&B alleen. Ik heb er geen stress van en ben blij met de combinatie met mijn groepsaccommodatie. B&B gasten zijn wel gezelliger dan grotere groepen, want die gasten spreek je wat meer omdat je ontbijt brengt. Ik serveer trouwens melk uit een pak aan de gasten. Ik heb wel discussies gevoerd met mijn man over verse melk uit de tank, maar ik wil het niet hebben.’ Werken met gasten bevalt Clara goed: ‘onze gasten zijn bijna altijd heel leuk en blij verrast. Ze zijn er even uit en dat is altijd plezierig. En de vervelende mensen zijn zo weer weg.’ De Boerenstee is bewust ingericht: ‘voordat we begonnen, zijn we overal gaan kijken. Kees en ik gingen wel drie adressen op een dag af. Zo voorkom je dat je bedrijfsblind wordt. En elk jaar ga ik met twee vriendinnen in een B&B logeren. Dan doe je echt goede ideeën op. Eén B&B in de Neust heeft ons bijvoorbeeld veel ideeën opgeleverd, zoals de was naar de wasserij brengen en laten strijken. Die vrouw zei: zie je jezelf al 20 dekbedhoezen in de week staan strijken? Nee, inderdaad, ik niet dus.’

Nieuw soort investering

Clara en Kees van Ravenhorst waren voor de verbouw van het bakhuis tot B&B aangewezen op een lening van de bank. Dat viel niet mee. ‘Onze bank deed erg moeilijk bij het opstarten van de recreatieve tak’, herinnert Clara zich. ‘Het viel me echt op hoe makkelijk je een grote lening kan krijgen voor een agrarische uitbreiding, zoals een grote kippenschuur, en hoe moeilijk de lening voor de verbouwing tot B&B was. Onze relatiebeheerder deed erg zijn

best, maar hij werd tegengehouden van 'boven', want zulke investeringen waren helemaal nieuw. We hebben uiteindelijk 2,3 ton geleend voor 20 jaar.' De bank vond ook de eerste en reële omzetprognose van de familie van Ravenhorst te laag. 'Dus hebben we de cijfers opgehoogd. En in het eerste jaar haalden we die verhoogde omzetprognose niet. Bank boos. Nou ja, zij vonden die eerste prognose te laag! Het is wel heel leuk dat we nu in het tweede en derde jaar wel de nieuwe prognose halen, we doen het beter dan we zelf ooit dachten. En als leidraad voor jezelf is zo'n omzetprognose handig.' In het eerste jaar haalde De Boerenstee een omzet van € 49.000,--, het tweede jaar € 65.000,-- en vorig jaar € 74.000,--. Clara constateert tevreden: 'het groeit goed.'

De tips van Clara van Ravenhorst van De Boerenstee:

Ga overal kijken, zuig alles op.

Doe geen dingen die je zelf niet leuk vindt

Laat gasten niet over je grenzen gaan. Zoals bijvoorbeeld: bij ons mogen kinderen kijken bij het melken of op het bedrijf, maar alleen onder begeleiding van een volwassene. De gasten hebben ook hun eigen tuin en wij hebben onze eigen tuin. De trampoline staat in onze tuin voor onze kinderen. Kinderen van de gasten mogen daar niet op. Daar maken we altijd een verzekeringsverhaal van, wat ook zo is, maar het is ook een kwestie van privacy. En over de prijs valt bij ons niet te onderhandelen, die luxe permitteer ik me. Je moet hier ook strak in zijn. Als je zelf iets half vindt, is het veel moeilijker uit te leggen.

Deel je plannen, je hoeft ze niet geheim te houden. Dat levert alleen maar meer tips en goede ideeën op. Zoals de tip van mijn moeder: noem het de Boerenstee. Onze boerderij heet eigenlijk de Steeg. Maar B&B de Steeg klinkt niet goed, alsof het een achterafstraatje is, of voor vrachtwagenchauffeurs ofzo. De Boerenstee hebben we aan meerdere vrienden voorgelegd, die vonden dat allemaal een mooie naam. Die hebben we gekozen. De eerste artikel 19 procedure hebben we ook door DLV laten begeleiden, je moet namelijk een heel rapport indienen. Nu schrijf ik het zelf voor de liniehutten. Als je dat niet kan, moet je je echt laten adviseren. Tekeningen laat ik natuurlijk ook door een architect aanleveren.

Laat je niks voorspiegelen. Alleen een B&B is moeilijk om een goede bezetting te krijgen, je moet hard werken voor 70% bezetting.

Blijf dicht bij jezelf in wat je aanbiedt. Wij hebben een ontspannen aanbod, het is bij ons op basis van zelfvoorziening. Koffie en thee mogen de mensen ook zelf zetten en daar zijn ze blij mee, want dan kunnen ze zelf kiezen wanneer. Dat is ook makkelijk voor mij. Het is maar hoe je het verkoopt. Lunches voor vergadergroepen doen we ook, maar dan bestellen we het bij een cateraar.

De Boerenstee
Clara en Kees van Ravenhorst
De Steeg 6
3931 PM Woudenberg
telefoon 033-2770990
fax 033 – 2770991
e-mail boerenstee@deboerenstee.nl
www.deboerenstee.nl

‘KAMPEREN JULLIE ZELF SOMS OOK?’

MINI-CAMPING BOERDERIJ HAZENVELD HEEFT AANDACHT VOOR DETAIL

Piet van de Geer en Marianne Hoekstra beleefden de leukste vakanties met hun dochter op de camping. Hun gasten merken dat. ‘Kamperen jullie soms zelf ook?’ vragen ze vaker. Met aandacht voor details is de mini-camping Boerderij Hazenveld opgezet. Vloerverwarming in het sanitair, ruime douches en een dakje boven de afwasplek. ‘Alles wat we verzonnen hadden dat we zelf op een camping graag wilden, hebben we verwerkt. Wij hebben overal aan gedacht. En van nature zijn we vrolijk en vriendelijk, we gaan altijd opgewekt over de camping. Dat merken de gasten.’

Naast zijn melkveebedrijf werkte Piet van de Geer in een kaaspakhuis. Dat was zwaar werk, zodat hij samen met zijn vrouw Marianne Hoekstra ging nadenken over creatiever werk op eigen erf. Marianne wilde graag een camping en Piet graag een Bed & Breakfast: binnenkort hebben ze allebei. Doel was Piet’s loon uit het kaaspakhuis op te vangen en dat is in 2 jaar gelukt. Juist door de grote zorg die is besteed aan de inrichting van de camping waar de gasten zich prettig voelen. Bijvoorbeeld: de douches bieden voldoende ruimte en zijn voorzien van een ‘oog’ waarlangs de gast zijn hand moet halen om warm water te krijgen. Een bewuste keuze: ‘we houden niet van muntautomaten of drukknoppen. Maar we willen ook dat de gasten een beetje zuinig zijn met water. Zo’n ‘oogje’ is dan de beste oplossing. Het blijkt ook dat gasten na 7 tot 8 keer denken dat het wel genoeg is. Het werkt dus echt.’ Er staan ook luiereammers in de badruimtes. ‘We hebben nu nieuwe waar de luiers automatisch worden ingeseald. Dat ruik je niet en de gasten waarderen zo’n service erg.’ Marianne en Piet zijn bezig met de puntjes op de ‘i’ voor hun twee jaar oude mini-camping. Zo komt er een fietsenstalling voor de gasten: ‘mensen komen hier met hele dure fietsen. Die wil je dan ook goed opslaan.’ Nu genieten ze vooral van de waardering van de burgers voor de landbouw. Piet vertelt: ‘burgers willen alles weten. Als je er de tijd voor neemt, dan krijg je echt complimenten.’

Wel grootouders, geen groepen

Mini-camping Boerderij Hazenveld richt zich op gezinnen met kinderen tot 10 jaar. Voor de camping zijn daarom bewust geen spullen voor tieners aangeschaft. Ook 50-plussers en fietsers en wandelaars zijn belangrijke doelgroepen. De camping is opgenomen in de wandel- en fietsboekjes. Marianne zorgt er zelf voor dat ze bij de bekende stopplaatsen in de routes bekend raakt, zoals restaurants of brugwachtershuisjes in de buurt. Het mooiste vinden Marianne en Piet dat ook de ‘elfen’ komen logeren. ‘We zitten dicht in de buurt van kasteel de Haar te Haarzuilens,’ vertellen ze enthousiast. Hier wordt jaarlijks een Elf fantasy beurs georganiseerd, waarbij iedereen als elf, ridder of kabouter feest viert. Wij sluiten daar perfect op aan door dat weekend speciaal voor de ‘elfen’ te reserveren. Dat geeft een bijzondere sfeer op de camping.’ Boerderij Hazenveld weert grotere groepen bewust. ‘Zelfs groepen families vinden we al een twijfelgeval, behalve met Hemelvaart en Pinksteren. Groepen nemen je camping echt over, is onze ervaring.’ Er is wel behoefte aan een leuke plek voor groepskamperen op fietsafstand van Utrecht en Amsterdam, denken Marianne en Piet. ‘Waar scoutinggroepen een kampvuur kunnen stoken en schoolklassen lekker kunnen rondhangen. Als iemand daar zin in heeft en goed afgelegd woont, dan is daar echt een markt voor.’

Bedrijfsgegevens Boerderij Hazenveld

Veehouderij op 18 hectare met 25 melkkoeien en bijbehorend jongvee plus aan huis een **assurantiekantoor**

Recreatie Minicamping Boerderij Hazenveld is geopend in 2003 en heeft 15 tot 20 plaatsen. De camping is open van 15 maart tot 31 oktober. Lid VeKaBo www.vekabo.nl

Herhaald kiezen

Voor de werving van hun gasten hebben Piet en Marianne gemerkt dat kiezen en herhalen erg belangrijk is. 'Als eerste moet je een keuze maken waar je bij hoort. Wij hebben een goede camping met uitstekende kwaliteit. Daar hoort ook een iets hogere prijs bij. Wij zijn dus lid geworden van de VeKaBo.' Mini-camping boerderij Hazenveld staat in de VeKaBo gids en op de VeKaBo site. Verder is de camping vermeld in de ANWB kleine campinggids. Aansluiten bij de VeKaBo en de ANWB betekent een keuring van beide organisaties.

Marianne en Piet vinden dat prima: 'daar komen duidelijk meer gasten op af.'

Marianne en Piet zijn lid van de VVV in hun regio en zorgen ervoor dat hun flyer bij de VVV en de campinggasten verspreid is. Tot slot zorgen ze voor aandacht in de regionale pers. 'Bij ons lidmaatschap voor VVV's hebben we ook weer een bewuste keuze gemaakt, want we vallen precies tussen drie regio's in. Van de VVV Vinkeveen en de VVV Woerden zijn we lid geworden. Bewust niet van de VVV Utrecht, omdat we bang waren dan we dan de overgebleven gasten van de stadscamping zouden krijgen. En dat is toch heel ander publiek dan waar wij ons op richten.' In het gastenregister staat naast naam, adres en geboortedatum ook de vraag hoe de gasten aan de camping gekomen zijn. 'Zo kunnen we makkelijk zien of onze manier van werving werkt. We sturen gasten met Kerst een leuke winterbrief over de gebeurtenissen op ons bedrijf en de gegevens van de camping. We krijgen na twee jaar nog niet dezelfde gasten terug, maar wel vrienden en familie. Gasten nemen ook onze flyer mee en leggen die neer in hun woonplaats. We krijgen opeens veel gasten uit Beverwijk, Friesland en Wageningen; gewoon omdat we enthousiaste bezoekers uit die plaatsen hadden. Ook in de regio zijn we actief en gaan we naar allerlei beurzen, jaarmarkten en bedrijfsdagen. Onze vaste gasten, de opa's en oma's, komen daar tenslotte ook. We staan voor VeKaBo op de Erica beurs en de Kampeer en Caravan RAI. Op de Vakantiebeurs met de Vrienden van het Platteland en op allerlei regionale evenementen. Je promoot bij VeKaBo en VVP dan wel het grote verband en niet direct je eigen bedrijf, maar zo leren vakantiegangers en collega's met plattelandstoerisme je gezicht kennen. Die collega's kunnen dan weer gasten doorverwijzen.'

Verbinding

Marianne en Piet hebben zorgvuldig nagedacht over de verbinding tussen de camping en de boerderij. Ze vertellen: 'onze boerderij is een werkend melkveebedrijf. Behalve melkvee hebben we voor de gasten cavia's, konijnen en geitjes. Het agrarische bedrijf is bij ons gescheiden van de camping, echt met een hek. Zonder toezicht mogen de kinderen niet zomaar het erf op. Als de loonwerker bezig is, gaat het hek ook dicht. Hij wil gewoon door kunnen werken. Wel laten we mensen meegenieten en soms ook meewerken op onze boerderij.' 's Middags mogen maximaal 2 kinderen en 1 ouder meehelpen met melken. Met overall staan ze dan trots in de doorloopwagen. Piet is op zulke middagen iets langer bezig, maar dat vindt hij niet erg. 'Daarvoor sta je op de boerderijcamping', horen we dan. Gasten helpen ook met andere karweitjes. 'Plastic over een nieuwe kuilbult leggen is echt zo'n klusje waar je met z'n tweeën mee kan worstelen, vooral met tegenwind. Nu laten we de gasten dan even helpen. En dan frisdrank en koekjes ter afsluiting.' Drachtige koeien zet Piet in het weiland naast de camping, zodat de gasten de geboorte van dichtbij kunnen meemaken. Piet en Marianne doen ook mee met 'adopteer een koe'. In dit project kunnen burgers een koe op de boerderij adopteren. De adoptiefouders komen op de boerderij en op de camping en genieten: 'kalfjes voeren vinden ze erg leuk', vertelt Piet. 'Ook bij het hooien laten we deze mensen soms meehelpen; niet op de wagen, maar bij het pakjes optillen. We zijn erg voorzichtig met echt op de boerderij werken, we kijken steeds hoe 't gaat.' De scheiding tussen de camping en het veehouderijgedeelte maakten Piet en Marianne op aanraden van hun architect. 'De veehouderij kan helemaal worden afgesloten, zonder dat de camping ook dicht moet.' Deze scheiding zorgde ervoor dat het sanitair en het gebouw voor de Bed & Breakfast in een apart, nieuw gebouw zijn gekomen en niet in een oud agrarisch gebouw. Dat nieuwe gebouw is mooi en praktisch, maar leverde flink wat moeilijkheden op bij de vergunningverlening.

'Neem de tijd voor procedures'

Marianne Hoekstra en Piet van de Geer deden enkele jaren over het verkrijgen van de benodigde bouwvergunningen en bestemmingsplanwijzigingen. Vooral de aanvraag voor de Bed & Breakfast duurde lang. Op het gebied van procedures hebben Marianne en Piet daarom wel wat tips voor andere starters. 'Neem de tijd voor procedures en start altijd bij een subsidieaanvraag tegelijkertijd met een vergunningtraject' waarschuwt Marianne. 'Wij hebben een financiële bijdrage gekregen uit de regeling Kwaliteitsimpuls Groene Hart voor de verbouwing. Voor de subsidie moesten we kosten binnen een bepaalde termijn gemaakt hebben, en als je vergunning dan nog niet rond is, kom je in de problemen. Dat is ons bijna overkomen. Bovendien moet je altijd een plan maken dat ook zonder subsidie haalbaar is, want subsidiegeld is nooit genoeg.' Marianne en Piet hebben intussen ook ruime ervaring met de gemeente: 'de gemeente is een autonome organisatie, dus begin daar met praten' stelt Marianne voor. 'Wij hadden al enthousiaste reacties van de provincie, maar de gemeente had erge moeite met onze plannen. Ze hadden geen beleid voor toerisme op de boerderij en ze stelden voor dat wij een noodunit voor sanitair zouden plaatsen, zodat zij ondertussen hun beleid konden maken. Maar een noodunit voldoet niet aan onze kwaliteitseisen.' Uiteindelijk is de bouwvergunning voor de camping gescheiden van de vergunning voor de B&B aangevraagd. De vergunning voor de camping is verleend. Voor de B&B moest een artikel 19 procedure doorlopen worden: een bestemmingsplanwijziging waarbij de provincie ook meekijkt. Marianne vond dat een heel gedoe: 'je moet van alles onderbouwen, bijvoorbeeld op het gebied van landschappelijke inpassing, een bodemonderzoek en de inpassing tussen andere, vaak ook agrarische burens. We hebben LTO Noord dat rapport laten schrijven, dat werkte heel goed. Dat moet je zelf betalen. Bij ons duurde de artikel 19 procedure extra lang. De gemeente wilde dat we eerst een principeverzoek bij de provincie zouden indienen en na een positieve reactie zijn we pas met de echte aanvraag begonnen. We zijn in december 2001 gestart en nu ligt onze aanvraag voor de laatste maal ter inzage en komt het hopelijk binnenkort rond. Dat is dan december 2005.' De verdere regelgeving vinden Marianne en Piet redelijk en goed te begrijpen. 'Met de B&B willen we ons aansluiten bij de Groene Hart Logies', vertellen ze. 'Dan moet je zelfs aan extra eisen voldoen, zoals een brandblusser op elke kamer. We bieden onze gasten ook ontbijt. Dan moeten we ook aan hygiëne-eisen voldoen waarvoor we nog een cursus moeten volgen. Als je recreatie erbij wil hebben, moet dat gewoon gebeuren. Want de recreatieve tak is wel een neventak, maar moet in je denken en doen net zoveel aandacht krijgen als de hoofdtak.

'Meer werk dan we dachten'

Marianne en Piet werken met plezier op hun camping. 'Het is wel meer werk dan we dachten. We beginnen 's ochtends met het afbakken van de verse broodjes die de mensen de avond van tevoren hebben besteld. Met het beantwoorden van vragen bij de receptie en de ochtendcheck van het sanitair ben je daar zo een uur mee bezig.' In de ochtend werkt Marianne in haar assurantiebedrijf waarvan het kantoor naast de receptie is gevestigd. Ze is in het seizoen dan zeker 1 tot 2 uur bezig met telefoontjes van mensen die informatie willen, reserveringen bevestigen en de boekhouding. In de middag wordt het sanitair gereinigd door Piet of Marianne of door twee leuke meiden.'s Avonds checkt Piet het sanitair nogmaals en is een halfuurtje aan het schoonmaken: 'we houden het 3 keer per dag schoon omdat de gasten dat waarderen en omdat ze het dan zelf ook netter houden. Dat spaart ons weer schoonmaaktijd.' Vanaf 14.00 uur komen dan de nieuwe gasten aan. 'Onze ervaring is dat ze meestal een uur eerder er al zijn, omdat de reis toch meeviel. We zijn dus gaan lunchen in de receptie, dan kunnen we de gasten beter zien aankomen dan vanaf ons eigen huis. Dat scheelt stress.' De ochtend is voor Piet voor het agrarische werk, de middag voor het bijhouden van de camping. De ochtend is voor Marianne voor het assurantiewerk. De middag voor de camping, de campingadministratie en het huishouden. Gasten moeten voor 11.00 uur vertrekken; Piet heeft dan tussen 11.00 en 14.00 uur de tijd om de campingplek weer netjes te maken. Mini-camping Boerderij Hazenveld biedt veel service. Gasten krijgen bij ontvangst een tasje met allerlei informatie, zoals de, de bezienswaardigheden in de buurt,

informatie over Vrienden van het Platteland en van ondernemers uit de buurt. Dat scheelt Piet en Marianne tijd. De openingstijden van de receptie zijn ook slim gecombineerd met hun koffiepauze.

Medewerkers inhuren

Natuurlijk hebben Piet en Marianne ook medewerkers. Het personeel dat helpt met schoonmaken werken via een 'verloningsbedrijf', een bedrijf die hen officieel in dienst heeft en waarvan Piet en Marianne ze inhuren. Het bedrijf betaalt de ziektepremies en arbeidsongeschiktheidspremies en regelt alle administratie. Marianne: 'ik ben hiermee een kopzorg kwijt. Wij kunnen zelf kiezen wie we inzetten. We moeten nog wel een Risico Inventarisatie en Evaluatie zelf maken, maar die hoeven we niet te laten toetsen omdat we zo weinig mensen inhuren. Voor ons werkt dit perfect. We hebben hulp voor ongeveer 15 uur in de week. Met de B&B erbij zal dat wel meer worden.' Het eerste jaar hebben ze zelf de schoonmaak gedaan. 'Dat deden we express. Als je zelf tijd steekt in de alle klusjes, dus ook schoonmaken, kun je later het personeel beter aansturen. En kan je de vragen van het personeel beter beoordelen.' De totale investeringen voor camping en B&B bedragen zo'n 2 ton. Piet: 'alleen al de aanleg van de camping kostte € 45.000. Dat ligt ook aan de keuzes die we gemaakt hebben. Het kan simpeler, bijvoorbeeld door een kant en klare unit voor sanitair in een oude stal te plaatsen. Maar dat past niet bij ons. Als je de uren omrekent is het wel een laag uurloon. Maar omdat je veel uren maakt en *het leuk vindt* komt er een positief resultaat uit. We hadden een boterham, nu hebben we beleg.' De investeringen in de camping hebben een afschrijving van tien jaar, de B&B moet sneller uitkunnen. Mini-camping Boerderij Hazenveld realiseert al na twee jaar een goede bezetting: 'van Pasen tot zo'n 15 september zaten we in 2005 wel 70 tot 100% vol. In het naseizoen is het bij ons veel minder. Mensen beginnen dan weer met hun werk en hun clubs, en hebben even geen zin in vakantie. De eerste en laatste weken van het seizoen hebben we een bezetting van zo'n 25%. We vinden het elk jaar weer spannend of het lukt.'

Mini-camping Boerderij Hazenveld
Piet van de Geer en Marianne Hoekstra
Laag Nieuwkoop 36
3628 GC Kockengen
telefoon 030 - 6663372
e-mail: camping@boerderijhazenveld.nl
www.boerderijhazenveld.nl

De tips van Piet van de Geer en Marianne Hoekstra van mini-camping Boerderij Hazenveld:

Vraag je heel serieus af: 'wil ik mensen op mijn erf?' Dat moet je ook alle twee willen. En hou er rekening mee dat je kinderen het niet leuk zullen vinden. Ze zijn soms jaloers op de aandacht die je aan de gasten besteedt. 'Onze dochter van 13 vindt het soms heel leuk, maar soms ook even niet. Voor we de camping begonnen, was het haar weiland. Nu moet ze een speelplek delen.'

Realiseer je dat je met een camping 's zomers moeilijker op vakantie kan, het wordt complexer om dat te regelen. Dat is niet echt erg, maar je moet het wel in je achterhoofd houden. Je krijgt er wel een zomersfeer op je eigen erf voor terug.

Investeer het eerste jaar zelf tijd in de simpelste klusjes zoals schoonmaken. Als je het zelf ervaren hebt, kan je het personeel beter aansturen. En kan je de vragen van het personeel beter beoordelen, of het redelijk is wat ze willen of niet.

Geef de gasten duidelijkheid. Wij hebben gekozen voor een eenduidige uitstraling van iedereen die hier werkt, dus medewerkers en wij dragen eenzelfde soort sweater, T-shirt of pet. Dan weten de gasten wie ze aan kunnen spreken. Ons logo staat overal op.

Kies een doelgroep en blijf daarbij. Wij kiezen voor individuele kampeerdere en gasten, geen groepen. Je kan dan veel gericht zijn in de werving van je gasten en in contacten met de pers. Wij richten ons ook niet op tieners, dus we hebben bewust geen tienerplekken ingericht. Kies bewust!

Kijk hoe de eerste gasten bij je komen. Op het inschrijvingsformulier laten wij mensen opschrijven hoe ze aan ons adres gekomen zijn. Zo kunnen we controleren of onze werving werkt. Wij krijgen toch veel gasten via internet. Dan is het belangrijk dat je website goed is, bij de juiste zoekmachines is aangemeld en dat je website overal vermeld is. Ook in de telefoongids staan wij met onze website vermeld. Daar moet je voor betalen, maar dat loont de moeite.

Bij de werving hanteren Piet en Marianne nu de slogan van hun collega Coby van Ginkel, voorzitter van de agrotoeristische vereniging Vallei en Boerderij: 'overal waar ik ben, laat ik merken wat ik doe.'

'IK LAAT ER GEEN GRAS OVER GROEIEN'

NATUURCAMPING 'DE BOERDERIJ' BESTAAT AL SINDS 1980

Veehouder Wim Verweij is heel sportief. Hij was 24 jaar polsstokverspringer en nam in heel Nederland deel aan wedstrijden en demonstraties. Zijn uitstekend gevulde prijzenkast laat zien hoe goed hij over een sloot van 7 meter kan springen met een stok in de hand! Geen wonder dat Wim Verweij ook op de boerderijcamping sportieve activiteiten organiseert. Gasten kunnen kano's, waterfietsen en gewone fietsen huren met de bijbehorende route. Schoondochter Hennie Cromwijk vermaakt de gasten met waterspelletjes en kinderpartijtjes. En ligt midden op de camping ligt een polsstokverspringbaan. Vooral populair in de zomer: 'soms staan er wel 80 mensen te kijken.'

De Boerderij ligt op een goede locatie voor sportieve wateractiviteiten: op 500 meter afstand van het bos rond kasteel Linschoten aan het riviertje De Linschoten. Het boerenbedrijf bij Natuurcamping De Boerderij is volledig in functie: op 30 hectare houden Wim, zijn zoon Louis en schoondochter Hennie zo'n 60 stuks melkvee en 600 mestvarkens. 'Het is een echte boerderij, we houden onze gasten niet voor de gek. Onze melkput is onze ontvangstruimte, zeg ik wel 's,' vertelt Hennie. De familie Verwij laat er geen gras over groeien. Er is altijd wat te doen op hun camping. 'Ik heb nog even zitten denken over boerengolf, maar ik vind dat ik al te laat ben' zegt Wim. 'Er zijn teveel andere ondernemers die dat al doen. Ik wil iets origineels. Op onze camping kunnen de gasten kijken bij de koeien, kanoën, waterfietsen, polsstokspringen, de konijntjes aaien en de duiven horen koeren. Er is ook een speeltuintje voor kinderen met trampoline, schommel en glijbaan. We hebben een hoogstamboomgaard met geitjes. Er is zelfs een klein varkenskot, waar een paar varkens lekker buitenlopen. 'En elk jaar laten we een leblam loslopen over het erf. Ze loopt nooit weg, tot verbazing van de gasten.' Het schattige lammetje levert boerin Hennie de bijnaam 'moeder van ootje' op. Natuurcamping 'De Boerderij' is open van 15 maart tot 31 oktober. 'Er staat altijd iemand klaar voor de gasten. Ook 's avonds. Daar doen we niet moeilijk over. Ikzelf, mijn zoon of mijn schoondochter zijn altijd wel te vinden.' Schoondochter Hennie Cromwijk vult aan: 'Je geeft liefde weg, maar je krijgt het zeker weten ook terug. Boer Louis was jarig en de gasten hadden zijn hele trekker met slingers versierd! Dat is toch geweldig.'

Bedrijfsgegevens 'De Boerderij'

Melkvee- en varkensbedrijf met natuurcamping, B&B appartementen en sportieve activiteiten

Omvang: 30 hectare, 60 melkkoeien plus jongvee, 600 mestvarkens.

Aantal arbeidskrachten: Wim en zoon Louis Verweij, schoondochter Hennie Cromwijk en in de zomer hulp van Wim's vriendin Coby (halve dagen) en enkele losse hulpjes.

Natuurcamping De Boerderij:

Aantal plaatsen: naar verwachting 30 en open van 15 maart tot 31 oktober. Verhuur van fietsen, kano's en deelname aan allerlei sportieve activiteiten en boerderijactiviteiten. Lid SVR www.svr.nl en Struinen en Vorsen www.struinenenvorsen.nl

Maximaal tien vaste plaatsen

Wim Verweij is al in 1980 begonnen met een kleine camping bij zijn boerderij: 'ik hou wel van mensen om me heen, dat vind ik leuk' vertelt hij enthousiast. 'Vroeger, bij het polsstokspringen, sprong ik ook altijd verder als er meer mensen stonden te kijken. Begin jaren '80 was ik lid van de natuurkampeerterreinen, en daarna heb ik gekeken naar de richtlijnen van de ANWB voor campings. Ik schrok me rot van de investeringen die dat eiste, dus ben ik op een laag pitje begonnen als SVR camping. In het begin had ik ongeveer tien stacaravans en hadden we in totaal zo'n 25 tot 35 plaatsen. Luxe hoeft ook niet. Mensen vinden het gewoon leuk dat ze bij ons op de boerderij zijn.' De laatste vijf jaar is de camping wat uitgebreid, zijn appartementen bijgebouwd en is de familie Verweij opnieuw gasten gaan werven: 'mijn schoondochter Hennie zorgt voor de reclame voor onze camping en appartementen. We zijn altijd al lid van de SVR, daar krijgen we natuurlijk mensen van. En we staan in verschillende gidsjes, ook betaalde. Zoals Vrienden van het Platteland, Struinen en Vorsen, het Groene Hart en de gemeente. We hebben altijd mensen zat. Voor populaire weekenden als Hemelvaart en Pinksteren moeten we wel 50 mensen nee verkopen.' Doelgroep van Natuurcamping 'De Boerderij' zijn vooral de gezinnen met kinderen en de ouderen. Ook enkele tieners weten de camping te vinden. Hennie: 'we vinden het leuk dat de ouderen genieten van de jeugd en dat de jeugd rustiger wordt door de ouderen en respect krijgt. Oudere mensen willen ook wel eens wat anders dan alleen andere ouderen. We zien ze echt opbloeien!' Natuurcamping 'De Boerderij' trekt bovendien de nodige groepen die lol willen maken voor bijvoorbeeld een vrijgezellenpartijtje. Polsstokspringen doet het dan altijd goed. De camping is met zijn goede aanlegsteiger ook populair bij kanoverenigingen die graag de route van 19 kilometer over het riviertje De Linschoten varen. Wim heeft een apart kampeerveldje aangelegd voor dergelijke groepen. Gasten blijven 1 nacht tot drie weken of zelfs de hele zomervakantie. 'Trekkingers die 1 nacht blijven zijn echt allerlei soorten mensen.' Wim heeft bewust niet meer dan tien vaste plaatsen voor vaste gasten op zijn camping: 'anders wordt het zo'n kliek'.

Bestaande bedrijfsgebouwen verbouwen

In de buurt van Wim Verweij zijn verschillende boeren al gestopt. 'Ik denk dat iets meer dan de helft de laatste 15 jaar is opgehouden', zegt hij peinzend. 'Van diegenen die nog gebleven zijn is de helft wat erbij gaan doen. Met 40 koeien redt je het tegenwoordig niet meer. Ik ben blij dat wij al eerder begonnen zijn met onze natuurcamping.' De recreatietak op het bedrijf is sterk verbonden met de landbouw en de goede verdiensten maken investeringen in beide takken mogelijk. Na de afgelopen vijf jaar vooral te hebben geïnvesteerd in de camping, is dit jaar geïnvesteerd in de landbouw: dit voorjaar is de stal voor het melkvee op De Boerderij met een derde vergroot. Door de open frontstal aan de zijkant uit te bouwen is dat slim en simpel gerealiseerd. De varkensstal voor de 600 mestvarkens heeft bovenventilatie en is hoog gebouwd. 'Mensen weten dat ze naar de boerderij komen, en ze vinden dat juist leuk. We hebben daarom nooit klachten over de stank van de varkens. Nu heb ik de camping express wat verder weg gelegd, maar de mensen klagen er ook niet over. Soms ruik ik het zelf wel een beetje.' Vijf jaar geleden is de stal waar na de varkens en de melkkoeien vleesrunderen in werden gehouden, omgebouwd tot appartementen. 'Ik heb mijn 100 dikbillen weggedaan, want in het vleesvee was niet veel te verdienen. We hebben toen appartementen in de stal gebouwd.' Natuurcamping 'De Boerderij' heeft nog geen gebruikersvergunning, ook omdat de familie Verweij niet wist dat ze een dergelijke nieuwe vergunning nodig hadden. Wim had immers al jaren gewoon een kleinschalige camping bij zijn boerderij en dat vond de gemeente prima. 'De wethouder van de gemeente heeft ons toegezegd dat we voor de verwijdering van de stacaravans een camping met 30 plekken en 4 B & B appartementen mogen hebben. Ondanks dat dit allemaal op papier staat, zijn er strubbelingen.' Wim hoopt op een spoedige afhandelingen van 'al dat gedoe'. De familie Verweij heeft alleen bestaande agrarische gebouwen benut en niets bijgebouwd, waardoor het karakteristieke uiterlijk van de gebouwen behouden is gebleven. Wel zijn op de camping losse sanitaire units geplaatst. De oude hooiberg is nieuw opgebouwd en doet dienst als opslag in de winter en regenplek in de zomer, waar groepen even kunnen bijkomen. In plaats

van de oude asbestplaten zit er nu een mooi rieten dak op. 'Dat ziet er ook nog goed uit', besluit Wim tevreden.

Zelf doen

Natuurcamping 'De Boerderij' heeft geen mensen in dienst. Wim: 'we doen alles zelf of met een paar hulpjes die al met pensioen zijn. Mijn schoondochter Hennie heeft de benodigde diploma's op het gebied van bedrijfshulpverlening en EHBO en zij regelt alles met brandveiligheid. We hebben brandmelders, blusapparaten en blusdekens in de appartementen.' Ook voldoet de camping aan de regels op het gebied van afvalverzameling en wateronderzoek: 'ons water is gekeurd op aanwezigheid van legionellabacteriën. Dat moest gescheiden voor zowel ons bronwater als ons leidingwater. Ook komt er nu elk half jaar iemand langs om monsters te nemen. Al die eisen en al dat gedoe is wel duur.' Wim Verweij is zelf verantwoordelijk voor de camping, de kanoverhuur en het polsstokverspringen. In de zomer werkt zijn vriendin Coby om de andere dag mee op het bedrijf. Zij maakt onder andere de appartementen schoon. Schoondochter Hennie Cromwijk regelt de boekingen van de appartementen. De gasten kunnen meedoen aan puzzeltochten en sportieve activiteiten. Ook populair zijn de werkzaamheden op de boerderij, zoals dieren voederen, melken of koeien ophalen uit het land. Kinderen kunnen de geitjes en konijnen aaien en kijken naar de kippen, koeien en een paar varkentjes in een kot naast de speeltuin. Hennie vertelt: 'De barbecue staat klaar voor gasten om te lenen, op voorwaarde dat ze 'm schoon terugbrengen. Voor echte kampeers is dat routine. De mensen die het nog niet zo beheersen hebben op mijn verjaardagsfeest geholpen met het aanmaken van de barbecue en het vlees omdraaien. Zo heeft iedereen plezier.' En: 'ik help ook altijd bij routes plannen. We hebben ook wel 's een toerist uit het buitenland en die kunnen onze Tom Tom lenen om dwalingen en ergernis te voorkomen.' De camping brengt sommige gasten in een romantische zomersfeer: 'we stellen vuurkorven ter beschikking en daar gaan de gasten dan 's avonds omheen zitten' zegt Hennie. 'Elk jaar weer worden er gelukkige stelletjes bij ons gevormd. De omgeving is zo mooi en mensen nemen dan echt de tijd om van kleine dingen te genieten. Een kikker die kwaakt, een geitje dat mekkert, een mooie zonsondergang.' Natuurcamping 'De Boerderij' versterkt zo de uitstraling van een vriendelijke familiecamping.

Sportief springen

Wim is dol op sportieve activiteiten en is een actieve ondernemer: 'ik heb zelfs achterin het weiland een landingsbaan voor ultralight vliegtuigjes gehad. Die baan moet je dan bijhouden en maaien en dat was leuk. Mijn vergunning daarvoor is ingetrokken nadat iemand bezwaar had gemaakt vanwege 'schending van de zondagsrust'. Daar zijn we nooit tegenin gegaan, er zijn nog genoeg andere leuke dingen te doen. Zoals polsstokspringen.' De polsstokverspringbaan bestaat uit een aanlegsteiger over een sloot van 7 meter, speciaal tussen de kampeerplekken aangelegd: 'het is vooral populair bij groepen en in het weekend. We doen het nu vier jaar zo. Er moet natuurlijk altijd iemand bij zijn. Ik leg het eerst uit hoe het moet, ik heb tenslotte 24 jaar lang aan wedstrijden en demonstraties meegedaan. Dan doet mijn zoon het een keer voor en dan mogen de bezoekers. Tot nu toe is er nog nooit iets ergs gebeurd, het is alleen maar veel lol. Een keer heeft iemand de stok tegen zijn wenkbrauw gekregen en moest er een klein hechtinkje in. We vragen mensen nu dus wel om papieren te tekenen voor ze meedoen, waarin ze aangeven dat ze het voor eigen risico doen. Dat is vanwege de verzekering. Ik was eerst bang dat er dan niemand meer mee wilde doen, maar ze tekenen allemaal vrij makkelijk en dan is dat ook weer geregeld. Mijn verzekeringspremie is ietsje duurder dan wanneer ik deze activiteiten niet zou doen, maar het valt mee. Ik verdien er niet veel aan, het springen kost 2 tot 3 euro per persoon, maar het maakt onze camping leuker. En dat is belangrijk.' Wim Verweij verhuurt ook fietsen, kano's en waterfietsen. 'We hebben twee waterfietsen, een voor 4 personen en een voor 2 personen. Mensen die niet zelf willen of durven te kanoën, vinden een waterfiets vaak wel leuk. Ook kinderen zijn al blij als ze in onze waterfiets 'de Zwaan' mogen zitten. Het riviertje langs onze boerderij slingert door een mooi natuurgebied en door fantastisch boerenland.' Vanaf de boerderij kunnen gasten ook een kanoroute varen van 19 kilometer. Die route is

vooral populair bij kanoverenigingen, die met hun eigen kano's een lang weekend op de camping komen staan en er dan op uittrekken. 'Je kan zo vanaf de camping de weg oversteken en bij onze aanlegsteiger het riviertje op.' Ook amateurs kanoën de route zelfstandig. 'Ik haal de huurkano's voor ze uit de schuur en scheep ze in. Dan mogen ze op pad.' De gewone fietsen die de familie Verweij verhuurt zijn meer om het aanbod compleet te maken. 'Mensen maken daar niet zo vaak gebruik van. Maar we kunnen het wel aanbieden.'

Natuurcamping De Boerderij
Zuid Linschoterzandweg 15
3425 EM Snelrewaard
telefoon 0348 - 412 15 extra telefoonnr 0348-421199
e-mail: de.boerderij@zonnet.nl
www.home.versatel.nl/de.boerderij

‘EERST DE KOEIEN, DAN DE MENSEN’

FAMILIE VAN DER LOUW ONTVANGT AL SINDS 1980 GASTEN OP HET BEDRIJF

De familie van der Louw is zeer ondernemend. Naast de melkveehouderij hebben ze een loonbedrijf en een machineverhuurbedrijf. En hun bed & breakfast kamers zijn in de loop der jaren uitgebreid met recreatieve activiteiten: boerengolf en boerenzeskamp buiten en een grote ontvangstruimte met bar in de schuur. Gasten waarderen het dat ze op een werkende boerderij overnachten, vertelt de hartelijke gastvrouw Wilma van der Louw. ‘Als ze erom vragen, laat ik altijd alles zien op de boerderij. Als ze het leuk vinden mogen ze natuurlijk kijken bij het werk of in de stal. Vooral de dagrecreanten vinden dat wel wat. Dat is toch een extraatje.’ De landbouw tak blijft wel het belangrijkste voor de familie. Zoals Wilma zelf zegt: ‘eerst de koeien, dan de mensen.’

‘Ik ben heel gastvrij’

Wilma van der Louw heeft de B&B overgenomen van haar schoonouders in 1996. ‘Mijn schoonmoeder verhuurde al 16 jaar kamers aan gasten. Ik kom niet van de boerderij en je woont toch afgelegen. Ik zie graag mensen. Dan is het leuk om een B&B over te nemen en te runnen.’ De B&B van de familie van der Louw heeft de B&B kamers in het woonhuis van de familie. Wilma runt de recreatieve tak van het bedrijf helemaal zelf. Voor de B&B heeft ze één keer per week een halve dag een schoonmaakhulp. Vooral ’s zomers betekent dat hard werken: ‘soms sta ik al om vier uur ’s ochtends naast mijn mandje en ga ontbijten klaarmaken. Op verzoek van de gasten verzorg ik ook warme maaltijden. In de zomer draai ik werkweken van 60 tot 80 uur. Ik heb natuurlijk ook nog twee kinderen en een huishouden te doen. Maar met deze kamers is het rendement goed.’ Ook omdat de B&B al sinds 1980 bestaat realiseert Wilma van der Louw een goede bezetting. ‘Als ik wil, kan ik iedere dag wel mensen ontvangen. In de zomermaanden hebben we sowieso iedere dag gasten. Over het hele jaar gerekend is het ongeveer een bezetting van 3 personen per nacht.’ De boerderij ligt langs de dijk van de Rijn en dat betekent veel wandel- en fietstoeristen: ‘we krijgen dus ook wel gasten heel kort van tevoren, die ons bord aan de dijk zien staan en dan denken dat ze wel aan wat rust toe zijn na het wandelen en fietsen.’ Naast het bord aan de weg is de B&B van de familie van der Louw ook goed te vinden op internet. ‘We zijn lid van hoevelogies www.hoevelogies.nl, van de ANWB en de plaatselijke VVV. Wijk bij Duurstede is best een toeristisch plaatsje en daar zitten we echt vlakbij, dus dat levert ook behoorlijk wat gasten op. En internet werkt fantastisch, dat levert ons gasten op tot en met Tsjechië aan toe.’ De familie van der Louw is lid van de agrotouristische vereniging Terecht Anders en krijgt ook enkele boekingen via deze vereniging.

Bedrijfsgegevens familie van der Louw

Melkveebedrijf met loonwerk- en machineverhuur plus B&B en sportieve activiteiten.

Omvang: 57 hectare, 60 melkkoeien plus jongvee

Aantal arbeidskrachten: familie van der Louw. Wilma van der Louw doet de B&B en heeft halve dag per week schoonmaakhulp, losse hulp bij activiteiten.

B&B familie van der Louw

De bed & breakfast kamers zijn het gehele jaar open. Voor groepen biedt de familie twee sportieve activiteiten: boerengolf en boeren-zeskamp plus ontvangstruimte voor groepsactiviteiten. Lid hoevelogies www.hoevelogies.nl en vereniging Terecht Anders www.terechtanders.nl

Recreatie verbonden met de boerderij

De gemeente heeft eigenlijk nooit contact gehad met de familie van der Louw over hun B&B, ook omdat het al zolang bestond en in het woonhuis van de familie is opgenomen. Momenteel heeft Wilma wel wat problemen met de gemeente: 'sinds vorig jaar zijn ze wakker geworden,' vertelt Wilma. 'Ze hebben vooral problemen met onze dagrecreatie, terwijl we voor boerengolf helemaal geen vergunning nodig hebben. Voor het hele recreatieve bedrijf van de familie van der Louw is nu een gebruiksvergunning aangevraagd, maar er is eigenlijk geen gemeentelijk beleid bij, en dat maakt het lastig. De gemeente heeft als visie om in de top 3 van agrotourisme in Utrechtse gemeenten te komen. Het nieuwe beleid dat ze nu maken geeft maximaal 50 m² als ruimte voor die agrotouristische tak. Dat is niet genoeg, wij hebben nu al 147 m² in het achterhuis alleen. Ik snap dat niet.' Een bouwvergunning voor de verbouw van de schuur en een wijziging in de milieuvergunning is wel al gerealiseerd. De gemeente vindt het belangrijk dat het een neventak blijft. Wilma sluit zich hierbij aan: 'we doen alles al zelf en wat ons betreft blijft het ook een agrarisch bedrijf met een B&B ernaast. Als het agrarische gedeelte stopt, dan stop ik ook. Het hoort bij elkaar, ook voor de gasten.' De Inspectie Gezondheidsbescherming (voorheen Keuringsdienst van Waren) komt twee keer per jaar bij Wilma langs voor controle. Wilma is momenteel bezig met haar diploma sociale hygiëne. De gasten voor de B&B zijn niet dezelfde als voor de dagrecreatie. 'Boerengolf en boerenzeskamp doen we vooral voor bedrijven en familiegroepen, eigenlijk alleen tussen 1 maart en 1 oktober. Daarin werken we ook samen met de plaatselijke horeca. Maar mensen die hier blijven overnachten zijn meestal in kleinere groepjes en die hebben vaak geen behoefte aan golf of zeskamp.' De familie van der Louw trekt vooral gezinnen met kinderen, ook oudere kinderen. Ook ouderen die anders altijd met de caravan op stap gaan weten voor een uitje in Wijk bij Duurstede de B&B te vinden. Losse wandelaars, fietsers of kanoërs die toertochten maken en de sportieve groepen (bijvoorbeeld de kanovereniging) zijn ook belangrijk. En tenslotte trekt B&B van der Louw enkele tieners en wat buitenlandse werknemers voor korte periodes in de winter. De kamers bij de familie van der Louw zijn netjes en behoorlijk luxe met een aparte badkamer met ligbad. De kamers zijn in de oude boerderij geplaatst: dat geeft sfeer met de karakteristieke hoge balkenplafonds. In de simpele maar functionele inrichting is die sfeer doorgezet: op de schilderijtjes aan de muur staan kippen en koeien en de gordijnen hebben een fleurig bloemmotief.

'Als je het doet, doe het dan goed'

Wilma heeft nog wel wat tips voor startende ondernemers in de verblijfsrecreatie. 'Je moet goed weten waar je aan begint. Je eigen karakter moet erbij passen, je moet gastvrij zijn en mensen heel leuk vinden. En je moet tegen stress kunnen. Er kan namelijk van alles gebeuren.' En Wilma wil waarschuwen om goed over je motieven na te denken en zeker te zijn van een positieve startreden: 'je moet het nooit doen uit financiële nood. Dan kom je jezelf echt tegen.' En haar belangrijkste tip: als je het doet, doe het dan goed. Het moet van mij netjes zijn. Geen smerige handdoeken en rotzooi op het erf. Je bent toch het visitekaartje van het platteland. Soms hoor je wel eens: bij 'n boer hoort rotzooi en dan mag het. Nou, wat mij betreft niet!'

Hoevelogies Familie van der Louw
Wilma van der Louw
Rijndijk 6
3962 MX Wijk bij Duurstede
telefoon 0343 – 57 13 87
e-mail: wilmavanderlouw@hotmail.com
www.hoevelogies.nl