



## **Bedrijfsplan**

Camping Vinkenhof  
de heer H.M.J. Weijts  
Engwegen 2-A  
te SCHIN OP GEUL



## Bedrijfsplan

Camping Vinkenhof  
de heer H.M.J. Weijs  
Engwegen 2-A  
te SCHIN OP GEUL

Rapportnummer: M168774.002/PSO

Naam opdrachtgever: Camping Vinkenhof  
de heer H.M.J. Weijs

Adres opdrachtgever: Engwegen 2-A  
6305 PM SCHIN OP GEUL

Opsteller: mr. P.H.J Soogele

Datum: 01 mei 2019

### Aelmans Ruimte, Omgeving & Milieu BV

Kerkstraat 4  
6367 JE Voerendaal  
T (045) 575 32 55

Kerkstraat 2  
6095 BE Baexem  
T (0475) 459 260

Parklaan 21  
5261 LR Vught  
T (073) 303 27 00

[info@aelmans.com](mailto:info@aelmans.com)

[www.aelmans.com](http://www.aelmans.com)

KvK 14091320  
BTW 8170.53.189.B.01  
Bankrekening 11.52.94.244  
BIC RABONL2U  
IBAN NL06 RABO 0115 2942 44



Op onze dienstverlening zijn de algemene voorwaarden van Aelmans Ruimte, Omgeving & Milieu BV van toepassing die u vindt op [www.aelmans.com](http://www.aelmans.com)

# Inhoud

<b>1</b>	<b>Inleiding.....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>De onderneming .....</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Investerings- en financieringsplan .....</b>	<b>6</b>
<b>4</b>	<b>De Keuze voor glamping .....</b>	<b>7</b>
<b>5</b>	<b>Investeringen in een glamping:.....</b>	<b>8</b>
<b>6</b>	<b>Marktperspectief .....</b>	<b>9</b>
<b>7</b>	<b>Risicomanagement.....</b>	<b>10</b>
<b>8</b>	<b>Conclusies .....</b>	<b>11</b>

# 1 Inleiding

## 1.1 Vraagstelling

Hoe kan de toekomstbestendigheid van camping Vinkenhof worden gewaarborgd?  
Gezien ontwikkelingen op de kampeermarkt is het, in verband met de continuïteit, zaak om met de camping de ontwikkelingen te volgen en hierop in te springen c.q. trendsetter te worden in de regio.

## 1.2 Doelstelling

Camping Vinkenhof klaar maken voor instroom 2<sup>e</sup> generatie alsmede klaarstomen voor de toekomstige ondernemers.

## 1.3 Persoonlijke gegevens

De persoonlijke gegevens van de vennoten zijn als volgt:

### Naam venoot 1

Naam : HMJ Weijts  
Huisadres : St. Antoniusbank 28, 6268 NP Bemelen  
Telefoonnummer : 0614667770  
Emailadres : info@campingvinkenhof.nl  
Geboortedatum : 21 juni 1960  
Burgerlijke staat : gehuwd  
Naam partner : MMLC Weijts Schreurs  
Geboortedatum : 07 mei 1964  
Kinderen : Rachelle en Didier

### Naam venoot 2

Naam : MMLC Weijts Schreurs  
Huisadres : St. Antoniusbank 28, 6268 NP Bemelen  
Telefoonnummer : 0629208288  
Emailadres : info@campingvinkenhof.nl  
Geboortedatum : 07 mei 1964  
Burgerlijke staat : gehuwd  
Naam partner : HMJ Weijts  
Geboortedatum : 21 juni 1960  
Kinderen : Rachelle en Didier

Naam vennoot 3

Naam : RRM Weijts  
Huisadres : Kortenbosch 18, 6228 SX Bemelen  
Telefoonnummer : 061326270  
Emailadres : info@campingvinkenhof.nl  
Geboortedatum : 09 november 1990  
Burgerlijke staat : ongehuwd/samenwonend  
Naam partner : Dennis Heubergen  
Kinderen : NVT

Naam vennoot 4

Naam : DND Weijts  
Huisadres : St. Pieterstraat 18, 6211 JN Maastricht  
Telefoonnummer : 0610659358  
Emailadres : info@campingvinkenhof.nl  
Geboortedatum : 04 oktober 1993  
Burgerlijke staat : ongehuwd/samenwonend  
Naam partner : Britt Vliegen  
Kinderen : nvt

## 1.4 Omschrijving

Met ingang van 1-1-2016 zijn de kinderen Rachelle en Didier toegetreden tot de VOF. Ieder voor 10%. HMJ en MMLC Weijts hebben ieder 40%. Deze toetreding is gedaan om de 2<sup>e</sup> generatie een belang te geven en geleidelijk als opvolgers in te laten groeien.

## 1.5 Conclusie ondernemer

Er is bedrijfsopvolging door de 2<sup>e</sup> generatie, echter de bedrijfsomvang is te klein voor 3 gezinnen. Uitbreiding van de camping is hiervoor dan ook noodzakelijk.

## 2 De onderneming

### 2.1 Omschrijving

Camping Vinkenhof dateert van 1952. De exploitatie en het eigendom is vanaf 1 maart 2009 in handen van familie Weijts.

De camping beschikt over ca. 100 kampeerplaatsen voor passanten, 23 tentplaatsen waarvan 16 zonder stroomaansluiting, 19 seizoenplaatsen en 16 verhuureenheden waarvan 8 onder glamping vallen.

De camping is, zeker voor een kleine/middelgrote camping voorzien van moderne voorzieningen waaronder restaurant, speeltoestellen, verwarmd buitenbad, camperplaatsen en modern sanitair.

### 2.2 Conclusie onderneming

De basis is goed. De camping heeft als doelgroep de jonge gezinnen alsmede de senioren. Omdat er in verhouding tot de omvang veel voorzieningen zijn is een positie in de markt verworven. Kampeerders die de grote vakantieparken mijden vinden een goed alternatief, gezien de voorzieningen, op camping Vinkenhof. Door de uitgebreide voorzieningen is het ook mogelijk om deels met de boerderij-campings te concurreren.

### 2.3 Risico onderneming/toekomst ontwikkeling

De verkoop van caravans is in de laatste 10 jaar sterk teruggelopen. De verkoop van campers zit sterk in de lift echter de kopers hiervan vallen onder de "grijze golf". Bovendien kiezen deze ook in grote mate voor de goedkope camperplaatsen. Jonge gezinnen kopen veel minder caravans/vouwwagens en al helemaal tenten. Zij kiezen voor comfort en gemak. Wel vindt deze generatie de sfeer op een camping aangenaam om de vakantie in door te brengen. Als de "grijze golf" niet meer kan kamperen, krimpt de markt van het traditionele kamperen sterk. Dit is al enkele jaren merkbaar en zet versterkt door.

### 3 Investerings- en financieringsplan

Het aangrenzende perceel is aangekocht. Hierop worden 15 parkeerplaatsen aangelegd alsmede ca. 9 glamping plaatsen.

De totale investering bedraagt:

- Aankoop grond incl. kosten wijzigen bestemming: € 50.000,-
- Aanleg infrastructuur : € 75.000,-
- Glamping-accommodaties: € 650.000,-

#### 3.1 Ratio investering

	Jaar 1(fase 1):	Jaar 3(fase 2):	Jaar 6(fase 3):
Extra huuropbrengst Glamping:	€ 54.000,-	€ 90.000,-	€ 135.000,-
Kosten onderhoud:	€ 2.500,-	€ 7.500,-	€ 12.500,-
Rente financieringslasten:	€ 7.000,-	€ 13.500,-	€ 20.000,-
Extra omzet horeca:	PM	PM	PM
Toevoegen resultaat: (voor afschrijving)	€ 44.500,-	€ 69.000,-	€ 110.000,-

#### 3.2 Samengevat

De 9 glamping-accommodaties worden gefaseerd geplaatst. 3 + 3 + 3. Dit om de huurmarkt te creëren en de investering deels uit cashflow te kunnen realiseren. Economisch is de investering goed te verantwoorden. Tevens wordt het resultaat dusdanig verbeterd dat er financiële ruimte ontstaat om de ingetreden 2<sup>e</sup> generatie verder te laten ingroeien.

#### 3.3 Liquiditeiten

Aankoop grond: door RADI BV (management, pensioen en beleggingen) aangekocht  
 Bouwrijp maken en infrastructuur uit eigen middelen Camping Vinkenhof VOF  
 Aan te trekken financiering: € 275.000,-. Dit is inmiddels bancair geregeld.



## 4 De Keuze voor glamping

De keuze voor glamping is met het oog op de eerder geschetste ontwikkelingen op de kampeermarkt een must voor de continuïteit:

- Traditionele kamperen loopt terug en vergrijsst
- Jonge gezinnen willen meer luxe en comfort, maar wel sfeervol
- In het heuvelland zijn vele boerderij campings waardoor de camping bezetting verwatert
- Grote campings worden omgebouwd naar chaletparken (o.a. Schoonbron, Mooi Bemelen, Wolfsberg)
- In de regio is nog weinig op het gebied van Glamping, daarmee trendsetter

## 5 Investerings in een glamping:

Zie voorgaande specificatie. De keuze is op Glamping gevallen omdat:

- Dit onderscheidend is in deze regio
- Er een gezonde verhouding is tussen de investering en het rendement
- De traditionele kampeermarkt achteruit gaat
- De moderne gasten willen comfort en luxe waaronder eigen sanitair, flat screen, afwasmachine etc.

### 5.1 Conclusie balans en vermogenspositie

Balanspositie is momenteel goed. Echter ook in de toekomst moet er voldoende financiële ruimte blijven om in te spelen op de ontwikkelingen en de camping verder aan te passen aan de wensen van de moderne kampeerder.

## 6 Marktperspectief

Door brancheorganisaties en financiële instellingen is onderzoek gedaan naar de toekomst van verblijfsrecreatie. Korthedshalve wordt verwezen naar Rabobank Cijfers en trends, thema-update verblijfsrecreatie, Leisure rapport ABN-Amro en het Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd van CBS, NRIT, NBTC, CELTH.

In alle recente rapporten wordt de conclusie getrokken dat de kampeerterreinen voor grote uitdagingen staan. Voor individuele exploitanten vraagt het veel creativiteit om met een uniek product te komen en dit ook online te verkopen. Glamping is zo een uniek product dat wel toekomst heeft. Dit in tegenstelling tot het traditioneel kamperen. De onderneming richt zich al enkele jaren ook op luxer recreëren. De ervaringen hiermee zijn ronduit goed.

## 7 Risicomanagement

De volgende key risks zijn te benoemen.

### 7.1 Gebouwen en voorzieningen

Huidige gebouwen zijn in goede staat van onderhoud. Bovendien geïnvesteerd in duurzaamheid. In dit kader zijn bijvoorbeeld warmtepomp en zonneboilers gerealiseerd.

### 7.2 Bedrijfsstagnatie

Traditioneel kamperen loopt versterkt terug. Vakantieparken met chalets worden op grote schaal gerealiseerd. Ook in deze regio. Onderscheidend vermogen is een must.

### 7.3 Ondernemers

HMJ Weijs wordt in 2020 60 jaar. Overdracht aan volgende generatie moet binnen 3 jaar gestalte krijgen.

### 7.4 Conclusie risicomanagement

Door tijdig in te springen op de glamping markt is in afgelopen jaren de omzet en het resultaat verbeterd. Als wij bij het traditionele kamperen waren gebleven was een behoorlijke achteruitgang een feit. Om als klein recreatiebedrijf toekomstbestendig te zijn is verdere investering in glamping noodzakelijk. De traditionele camping zou niet alleen qua omzet achteruit gaan, maar dan ook verloederen, omdat er onvoldoende middelen zijn voor modernisering en onderhoud. Zoals al bij collega's blijkt is het plaatsen van arbeidsmigranten dan nog een tijdelijke "oplossing". Tijdelijk, omdat dit niet samen gaat met toeristisch kamperen.

## 8 Conclusies

### 8.1 Bedrijfsanalyse

Gezien voorgaande motivatie en de reeds opgedane ervaring is verdere ontwikkeling van onderscheidende glamping noodzakelijk voor de continuïteit van de onderneming.

### 8.2 Financiële analyse en begroting

De cashflow en het resultaat zijn goed. Dit komt vooral door eerdere investeringen in glamping. De toekomstige cashflow zal voldoende ruimte bieden om de 2<sup>e</sup> en 3<sup>e</sup> fase te realiseren.

### 8.3 Bancaire positie

De dekking is goed. De bancaire leningen voor de 1<sup>e</sup> fase zijn verstrekt. De financiering van de 2<sup>e</sup> en 3<sup>e</sup> fase volgt uit de cashflow.

### 8.4 Overall conclusie

De ingeslagen weg van onderscheidende glamping moet verder worden doorgezet om de onderneming toekomstbestendig te maken en overdracht naar 2<sup>e</sup> generatie te kunnen realiseren. De investeringen passen perfect in het landschap door toepassing natuurlijke materialen en in stand houding van groot deel van de begroeiing.

Aldus gedaan te goeder trouw, naar beste kennis en wetenschap en met in acht name van alle aan ondergetekende bekende omstandigheden.

Opgemaakt te Voerendaal

mr. P.H.J Soogele