

Wat de hotelwereld kan leren van vakantiepark De Bongerd

Hotellerie in de buitenlucht

Op een zonnige ochtend wandelt Hotelvak met parkmanager Tom Clarijs over het terrein van vakantiepark De Bongerd in Tuitjenhorn, Noord-Holland. We staan stil bij een appelvormige glijbaan, lopen langs het theater en eindigen in het restaurant het Klokhuis. Wat direct opvalt: dit is geen traditionele camping, en ook geen standaard vakantiepark. “Het voelt meer als een klein vakantiedorp,” zegt Clarijs, terwijl op de achtergrond een groep kinderen enthousiast uit de Holle Bolle Plons komt gerend. “Maar dan één waar hotelverwachtingen samenkomen met campingvrijheid.” Welkom bij wat de Fransen zo treffend hotellerie de plein air noemen – een buitenluchthotel. En wat hier gebeurt, is verrassend leerzaam voor hoteliers.

Tekst **Richard Otten** Beeld **Capfun**

Tijdens het gesprek schetst Clarijs het verhaal van het park. Vijftig jaar geleden begonnen de ouders van Wilma Vriend naast hun appelboomgaard een kleine camping. De eerste sanitaire voorzieningen kwamen uit een oud verzorgingshuis. Daarna gingen Peter en Wilma verder en bouwde het uit tot een begrip in de recreatiesector. Inmiddels is het terrein uitgegroeid tot 36 hectare, met: 400 accommodaties, 136 kampeerplaatsen en 200 jaarplaatsen.

En op piekdagen meer dan 3.500 gasten. Toch is de oorspronkelijke charme behouden. “De appel zie je overal terug: in onze glijbanen, ons logo, de horeca. Dat verhaal klopt en wordt gevoeld.” De thematisering werd aangescherpt na een

bezoek van Peter Vriend aan Disneyland in de VS. Een conceptontwikkelaar werd ingevlogen, de welstandscommissie gaf verrassend snel akkoord, en sindsdien is alles onderdeel van één groot, doorleefd verhaal.

GEEN HOTELKAMERS, WEL HOTELVERWACHTINGEN

Hoewel er geen enkele hotelkamer te vinden is, zijn de verwachtingen van gasten inmiddels gelijk aan die van hotelbezoekers. “Gasten willen comfort, kwaliteit en service; en dat krijgen ze ook,” legt Clarijs uit. “Maar wel met behoud van hun eigen regie. We maken het bed niet voor je op, maar het restaurant draait op bistro-niveau, en de sfeer klopt.”



Buitenluchthotel De Bongerd.

Wat het park uniek maakt, is de flexibiliteit in verblijfsvormen. Opa en oma in een luxe huisje, de kinderen in een eiland-lodge en de rest in de camper – allemaal samen op één locatie. “Voor hotels ligt daar echt een kans,” zegt Clarijs. “Denk in beleving en verbinding, niet alleen in kamers.”

SFEER ALS STUURINSTRUMENT

Wat Clarijs het meest bezighoudt als leidinggevende? Geen techniek of marketing, maar sfeer. “Als een gast met een glimlach naar huis gaat, dan weet ik dat we het goed doen.” Dat begint bij taal. Geen ‘personeel’, maar medewerkers. Geen ‘nachtwaker’, maar sfeerbeheerder. Nieuwe medewerkers krijgen een eigen onboarding via het Bongerd College, waarin merkverhaal, gedrag en verwachtingen samenkomen. Zelfs het woord ‘moeten’ staat op de interne verboden woordenlijst.



De appel keert overal terug.



Parkmanager Tom Clarijs.

“Een hotel heeft vaak moeite met piekbelasting, maar wij draaien daarop”

GROTE SCHAAL, STRAK GEORGANISEERD

In het hoogseizoen werken er 150 tijdelijke krachten en 50 vaste medewerkers. “Een hotel heeft vaak moeite met piekbelasting, maar wij draaien daarop,” vertelt Clarijs. “Onze processen zijn tot in detail uitgewerkt, maar wel met ruimte voor eigenheid en gastvrijheid.”

Die combinatie van schaal en persoonlijke benadering vraagt om een andere HR-filosofie. “We sturen op betrokkenheid, niet op hiërarchie. Als je het gevoel hebt dat je ertoe doet, dan straalt je dat uit naar de gast.”

VOL ZONDER BOOKING.COM

Opvallend: De Bongerd werkt niet met externe boekingsplatforms. Alle reserveringen lopen via de eigen website of het Capfun-systeem. En dat loont. “We zaten op 1 januari al vol voor de zomervakantie. Alleen al op onze eerste boekingsdag komen er al 200 boekingen binnen.”

Ook internationaal groeit de bekendheid. Waar het park eerder bijna uitsluitend Nederlandse gasten trok, is inmiddels 20 procent van de bezoekers Duits. “En Duitse gasten zijn net zo trouw.”

OVERNAME DOOR CAPFUN

In april 2019 werd De Bongerd overgenomen door het Franse Capfun, dat meer dan 100 campings bezit in Europa. Peter en Wilma

Vriend bleven aan het roer, net als Clarijs. “We krijgen de schaal en het netwerk van een grote partij, maar behouden onze eigenheid,” legt hij uit. “De overname gaf ruimte om verder te investeren, dit resulteerde in een vergroting van het verhuuraanbod van 15 naar 400 in 4 jaar tijd.

Volgens Clarijs is Capfun de perfecte match: “Ze focussen op gezinnen, beleving, kwaliteit. Net als wij.” ■

WAT HOTELIERS KUNNEN LEREN VAN DE BONGERD:

- **Vertel een écht verhaal**
Thema's die voortkomen uit historie of omgeving zijn geloofwaardiger en onderscheidender dan verzonden concepten.
- **Organiseer flexibel verblijf**
Faciliteer multigenerationeel logeren met variatie in accommodaties op één locatie.
- **Stuur op sfeer, niet alleen op cijfers**
Sfeer is meetbaar én stuurbaar – en essentieel voor terugkerende gasten.
- **Investeer in directe boekingen**
Een sterke eigen site en community maken tussenkomst van platforms overbodig.
- **Geef je medewerkers identiteit**
Laat personeel zich gastvrijheidsambassadeur voelen – en wees daar creatief in.



Hotelvernachtingen komen in De Bongerd samen met campingvrijheid.