

Holland Tent weet wat de kampeerder wil

“Blijf trouw aan je eigen product”

Rob Scheenhouwer en zijn partner Mirjam Soonieus hielden zestien jaar geleden een wekenlange kampeervakantie in Zwitserland, Italië en Frankrijk. Het bracht hen op een nieuw idee: de verhuur van compleet ingerichte tenten. Scheenhouwer vertelt hoe ze dat doen. ■ tekst Anneke Verbraeken ■ fotografie Sjoerd van der Hucht

Tentverhuur is een seizoensproduct. Hoe overleven jullie buiten het kampeerseizoen?

“Laat ik eerst uitleggen dat de kampeerseizoenen verschillen. Wij hebben tenten staan op campings in Nederland en Frankrijk. Het seizoen in Frankrijk is eigenlijk alleen de maanden juli en augustus. In Nederland loopt het seizoen van mei tot september. De eerste aanvragen komen meestal rond de feestdagen in december. Daarna is een piek in januari te zien. De laatste jaren zien we ook dat veel mensen pas op het laatste moment een vakantie boeken.

Om te overleven buiten het seizoen doen we eigenlijk waar we goed in zijn: trouw blijven aan wat wij ‘het echte kamperen’ noemen. We gaan niet mee met trends zoals glamping. Dat is zeg maar superde-luxe kamperen. Dan heb je een tent met badkuip, wifi, televisie. Het enige dat nog aan kamperen doet denken is je tentdoek. Wij zetten juist in op de beleving van de plek waar je bent. Daarom onderhandelen we ook met de campings over de beste plekjes. We gaan ook niet afwachten wat de concurrentie doet. We luisteren naar onze klanten. We verzinnen wel nieuwe dingen die de kampeerdrempel kunnen verlagen. Zo hebben we een probeerweekend en kunnen mensen op koesafari

bij een Nederlandse boerderij. Mirjam is fulltime met het bedrijf bezig, en om te overleven heb ik daarnaast een baan bij de grootste woonwinkel uit Zweden. Daar werk ik overigens met net zoveel passie als voor Holland Tent.”

Hoe weten jullie wat kampeers willen?

“We hebben zelf vier kinderen en toen die nog klein waren, gingen we met hen de campings langs. We hadden twee testteams:

wij spraken met de eigenaar of organisatie, onze kinderen verkenden de camping. Als we dan terug in de auto zaten, kregen we hun oordeel: “Daar willen we nooit kamperen”, hoorden we soms, terwijl wij een andere beoordeling hadden. We kamperen nog steeds en ook daardoor weet je wat je klanten graag willen. We komen wel op campings waar de beheerder zelf nog nooit heeft gekampeerd. Die weet dus eigenlijk niet wat zijn klanten meemaken. Dat willen wij niet. Daarnaast krijgt elke klant een



Rob Scheenhouwer en Mirjam Soonieus weten wat hun klanten willen.

reactiekaart. Daarop kan aangegeven worden wat ze goed of slecht vonden van hun kampeervakantie. Ook daar leren we van, al hebben we tegenwoordig ook een vraag over het weer, want dat heeft zeker invloed op de antwoorden.”

Hoe krijgen jullie de publiciteit en marketing voor elkaar?

“Door op te vallen en linksom te gaan als de concurrenten naar rechts gaan. We houden daarom onze ogen en oren open en laten ons graag door anderen inspireren. Dat kan met een KvK-workshop, maar ook via een radioprogramma als Kunststof. Daardoor kwam ik in aanraking met graffiti-kunstenaar Hugo Kaagman. Met hem zijn we tot de ‘Delfts Blauwe Tent’ gekomen, een echt kunstwerk. Reken maar dat die tent opvalt op beurzen. Daarnaast werken we ook samen met Staatsbosbeheer bijvoorbeeld. Kleinschalig en duurzaam kamperen promoten we samen met Stichting Natuurkampeerterreinen en Duurzaam Kamperen. Verder is internet erg belangrijk, bijna alles gebeurt nu via onze site. Ook hebben we filmpjes op YouTube. Hedendaagse filmpjes, maar ook nostalgische filmpjes uit de jaren vijftig en zestig, toen je van de ANWB nog les kreeg in het kamperen.”

Wie zijn jullie klanten?

“Meestal zijn het jonge gezinnen met kleine kinderen die onze compleet ingerichte tenten wel fijn vinden. De meesten hebben nog nooit gekampeerd en willen nu de stap maken met de kinderen. En tegenwoordig krijgen we ook opa en oma die hun kleinkinderen willen laten zien hoe leuk kamperen is. Overigens zijn het meestal de vrouwen die beslissen. Zij zoeken alles uit via internet. De man betaalt en doet keurig wat zijn vrouw heeft bedacht.”

Tips voor andere seizoenbedrijven?

“Beleef je product als klant. Vraag jezelf of dit is wat je zou willen. Mis je iets? Houd regelmatig een klantonderzoek. Ga ook eens kijken – of beter nog tijdelijk werken – in een andere branche, ook zij kennen vaak een seizoensperiode. Neem bijvoorbeeld de tuincentra. Deze hebben zeer inventief manieren gevonden om klanten het hele jaar binnen de deuren te houden. Bijvoorbeeld door de verkoop van tuinmeubelen en kerstdecoraties.” ■

› **Carla en Ronald Mullié, De Witte Lelie in Maasland**
Het Maaslandse bedrijf De Witte Lelie, producent van ambachtelijke streekproducten, won de Jonge Ondernemersprijs van Water & Glas 2011. Het was de eerste keer dat deze prijs werd uitgereikt. Het Maaslandse bedrijf maakt op ambachtelijke manier jams, chutneys, piccalilly, thee en likeur. De belangrijkste ingrediënten, groenten en fruit, zijn afkomstig uit het Westland en Midden-Delfland. De producten worden verkocht in lokale supermarkten. Alle producten zijn gemaakt zonder toevoeging van geur-, kleur- en smaakstoffen. Eigenaren Carla en Ronald Mullié



ontvingen een cheque ter waarde van 2500 euro. De jury was, wat De Witte Lelie aangaat, vooral onder de indruk van de enorme inzet, passie en liefde waarmee bij De Witte Lelie wordt gewerkt.
De.witte.lelie@hotmail.com

› Lenneke Scherrewitz, Studio Swing in Den Haag

Leren rekenen door te dansen. Je taal-achterstand inhalen door te bewegen op muziek. **Lenneke Scherrewitz ontdekte de link tussen dans, taal en rekenen en ze ontwikkelde lespakketten voor peuters en kleuters.** “Onderzoek toont aan dat leren terwijl je beweegt veel sneller gaat. De kinderen leren tellen, hun lichaamsdelen benoemen, luisteren. Ik zie de kinderen veranderen tijdens de lessen. Mooi vind ik dat mijn lespakketten voor ieder kind zijn.” Scherrewitz is van oorsprong dansdocente. Haar lespakketten gingen mee naar de Meaningful Profit Award van dagblad De Telegraaf. “Ik wil graag dat zo veel mogelijk scholen, dagopvang en spelclubs kennismaken met mijn leer-dansmethode.”
www.studioswing.nl

› Jan Hendrik Plasman, Lumenlight in Oegstgeest

Jan Hendrik Plasman heeft een visioen: de 70 miljoen ouderwetse tl-buizen in Nederland vervangen door zijn energiezuinige exemplaren. “Ik heb een passie voor het besparen van energie en het hergebruiken van materialen. Zo ontdekte ik

een hele nieuwe generatie tl-buizen. Die importeer ik nu. Met mijn tl-buizen gebruik je bijna de helft minder energie. Ook leven ze drie keer zo lang als de traditionele buizen.”



Plasman startte zijn bedrijf een jaar geleden en had een vliegende start. “Bedrijven zijn verrast door de korte terugverdientijd van anderhalf jaar. Daarom zijn de buizen zeer interessant voor de grootgebruikers.”
www.lumenlight.nl

› Dennis Luiten, M2Desk in Zoetermeer

Dat gehannes met computers op scholen moet veel beter kunnen, zo dacht Dennis Luiten van M2Desk in Zoetermeer. Hij bedacht een tafel waarin de computer werd geïntegreerd. **Hiermee kunnen leerlingen nu in een handomdraai hun gewone tafel veranderen in een computertafel.** Op die manier is de computer altijd bij de hand. Op het ontwerp ligt een wereldwijd octrooi. Het belandde vorig jaar in de top 3 van beste innovatieve hardwareconcepten en in de top 100 van de beste MKB-innovaties.
www.m2desk.com

› Katwijk, André Stam, Sportomatic

Sportomatic uit Katwijk werd winnaar van de finale van de regionale starterswedstrijd voor ondernemers LEF en mag zich daarom ‘Starter van het Jaar 2011’ in de regio Leiden noemen. André Stam had een goed verhaal, zo vond de jury, al moest hij er wel voor waken niet alles zelf te willen doen.



Stam plaatst automaten in sportaccommodaties met daarin allerlei

spullen die sporters vergeten zijn mee te nemen, maar wel nodig hebben zoals veters, tape en douchegel. De sporthallen krijgen een klein percentage van de opbrengst, het is dus aantrekkelijk om de automaten te plaatsen. Hij spreekt over een nieuw distributiekanaal voor Nederland en Europa.
www.sportomatic.nl

Uw verhaal op deze pagina? Ga dan naar www.kvk.nl/inbeweging.