

Het hotel-bungalowconcept: nieuwe sectorstandaard?

27-02-2017 11:19

Er is een voorzichtige verandering zichtbaar in bungalowland. Tussen diverse sectoren lijken de muren te vervagen, en dat is in de wereld van de verblijfsrecreatie niet anders. Volgens Merlijn Pietersma, adviseur bij ZKA, kan dat nog een stap verder gaan. "Ik zie namelijk een nieuwe familie- en groepsmarkt die ontzorgd wil worden. Deze groep kan bediend worden door een volledige mix van een hotel en een bungalowpark. Deze mix is nog nauwelijks te zien in de markt, terwijl dit bij uitstek een nieuwe product-marktcombinatie kan zijn waar nog geen concurrentie in is."

Heel praktisch kan het dan bijvoorbeeld gaan om gecombineerde services. Het standaard opmaken van bedden, een handdoekenpakket, het aanbieden van ontbijt in het huisje en dagelijkse wisselingen zijn daarvan duidelijke voorbeelden. "Bij vakantieparken waar deze services nu een optie zijn, zijn ze nog niet breed doorgevoerd", signaleert Merlijn. "Dus blijven dat in praktijk hotelkamers op een bungalowpark." **Een sneller paard** Een reden om geen nieuw hotel-bungalowconcept (of bungalow-hotelconcept) te ontwikkelen, is volgens Merlijn dat de markt hier niet expliciet om lijkt te vragen. "Je zou als ondernemer kunnen zeggen: waarom zou ik flink investeren in een verandering waar niet om wordt gevraagd vanuit de markt? Tegen deze ondernemers wil ik zeggen: overweeg het serieus! Toen Henry Ford destijds de productie van de T-Ford op een compleet nieuwe manier wilde vormgeven, was daar geen actieve markt die erom vroeg. Want als je aan het begin van de vorige eeuw aan de consument zou vragen wat men qua vervoer zou willen, zou er waarschijnlijk 'snellere paarden' worden geantwoord. Terwijl de onderliggende behoefte om sneller te reizen en grotere afstanden af te leggen er wel degelijk was. Als ondernemer moet je dus dieper graven naar deze 'verstoppte' consumentenbehoeftes." [caption id="attachment_48285" align="alignright" width="300"]



Waarom vinden we hotel-bungalow concepten bijna altijd in het premium-segment en in het buitenland? Zoals hier afgebeeld: San Luis in Italië[/caption]**Markt** Merlijn erkent dat er een investering gepaard gaat met een dergelijk nieuw concept. "Dat lijkt een gevaarlijke zet wanneer je daar geen vraag vanuit de markt voor ervaart. Maar ik daag aanbieders in beide sectoren (bungalows én hotels!) graag uit om de marktkansen beter te bekijken. Combineer het beste van de twee werelden: de luxe, het gemak, de flexibiliteit en het comfort van het hotel gecombineerd met de omgevingsbeleving, vrijheid, privacy en ruimte van de bungalow. Ik zie een steeds groter wordende markt van familie- en vriendengroepen, die actief en bourgondisch samen willen zijn, voldoende privacy willen, ontzorgd willen worden en een sterke behoefte aan vrijheid willen ervaren. Nu moeten ze vaak kiezen voor een hotel of een (groeps)bungalow. Flexibel inchecken en vertrekken? Ontbijt of salades aan huis? Bedden standaard opmaken? Handdoeken in de badkamer? Flexibele prijzen? De stap lijkt groot. Hoteliers zeggen: 'Bungalows liggen verspreid. Dus het ontbijt rondbrengen? Dat neemt te veel tijd in beslag, daar zijn we niet op ingericht.' Over dit soort praktische bezwaren zullen de sectoren in gesprek moeten gaan. Ga brainstormen en een nieuw concept uitdenken. Verlaat je hotelkamer en verlaat je vakantiebungalow... Wie zet de eerste stap? Wie durft een volledig nieuwe positionering aan? Wie durft hierin te investeren en op te schalen?" **Bonjour, nous sommes l'exemple** De manier van werken waar Merlijn voor pleit, is in het buitenland wel bekend. "Concerns

als Pierre & Vacances en Dorint Hotels & Resorts zijn in Frankrijk of Duitsland wél meer gewend de bungalow en het hotel samen te smelten. Maar in Nederland blijven het gescheiden werelden. Er liggen zoveel kansen in Nederland om werkelijk onderscheidend te zijn. En het hoeft echt niet uitsluitend in het luxesegment. Want je kunt een heel krachtige lagekostenstrategie invoeren als je het met voldoende schaal aanpakt. Ik daag marktgerichte hotel- of bungalow-parkondernemers uit om de markt open te breken. Om met een nieuwe sectorstandaard in te spelen op marktbehoeftes zoals ontzorgen, flexibiliteit, comfort, privacy en ruimte!" **met dank aan:** Merlijn Pietersma, [ZKA Leisure](#) Merlijn is bereid om door te praten over deze manier van werken. Hij is te bereiken via m.pietersma@zka.nl en 06-81909921.

ZKA Leisure