

## dinsdag 21 mei, Safari Resort Beekse Bergen

- Duidelijke keuzes maken
- Verdienmodel verbreden
- Samen buitenlandse markt bewerken
  - Verschillende belevingswerelden
  - Van elkaar leren

## Uitdagend speelveld voor Nederlandse vakantieparken

Nederlandse vakantieparken staan de komende jaren voor grote uitdagingen. Consumenten verwachten steeds meer kwaliteit en beleving in de accommodatie en op het park. Bovendien groeit de Nederlandse markt niet meer, wordt de marketing specialistenwerk en er staat ons nog een grote duurzaamheidsopgave te wachten. Daarbovenop hebben we te maken met branchevervaging waardoor nieuwe spelers onze klanten verleiden en internationaal opererende platforms die de prijzen continu onder druk zetten.

### Duidelijke keuzes maken

Vakantieparken die duidelijke keuzes maken, op hun niveau topkwaliteit leveren en aansluiten bij de belevingswereld van de consument, zullen overleven. Dat kunnen enerzijds parken zijn die zich richten op een basic beleving waarbij het park vooral een uitvalsbasis is voor activiteiten in de regio maar anderzijds ook parken die zelf een meer volledige beleving bieden en daarmee ook voor de regio aantrekkelijk zijn door bijzondere horeca en dagrecreatieve voorzieningen.



## Verdienmodel verbreden

Ook voor vakantieparken met een specifiek thema en daarbij behorende doelgroep zien we een goede toekomst. Daarmee verbreden ze hun verdienmodel want een model dat voornamelijk is gericht op verhuur van standplaatsen en accommodaties zal in toenemende mate onder druk komen te staan. Consumenten zullen namelijk alleen voor unieke locaties, de nieuwste accommodaties en de meest bijzondere belevingen de hoofdprijs willen betalen.



## Samen buitenlandse markt bewerken

De Nederlandse verblijfsrecreatie moet zich voorbereiden op een stabiele Nederlandse markt. De groei zit vooral in de buitenlandse gast die ons bijzondere aanbod in toenemende mate ontdekt. Dat gaat niet vanzelf en zal de nodige marketinginspanningen vereisen die veel individuele bedrijven niet zullen kunnen opbrengen. Samenwerking is hier het devies waarbij niet alleen regionaal maar ook thematisch kan worden samengewerkt.



## Verschillende belevingswerelden

Campings zullen om een substantiële rol in de verblijfsrecreatie te blijven spelen zich duidelijker van het bungalowsegment moeten onderscheiden. Op een campings staat samen zijn met andere gasten veel meer centraal dan op een bungalowpark waar het beleven van de vakantie met het eigen gezin/familie veruit het belangrijkste is. In zowel de marketingcommunicatie als productontwikkeling moet dat aspect een veel prominentere plek krijgen. Campings zullen daarnaast een antwoord moeten vinden op het ontkamperen van de Nederlanders en een oplossingen moeten bieden in het aanbieden van kampeeruitrustingen.

## Van elkaar leren

Er is kortom veel werk aan de winkel maar daarin staan de bedrijven zeker niet alleen. We kunnen veel van elkaar en van innovators uit andere sectoren leren. Die kennis brengt PleasureWorld NRIT ook dit jaar weer bij elkaar op de Vakdag Het vakantiepark van de toekomst. Dit jaar op een toonaangevend en innovatief park, Safari Resort Beekse Bergen waar we bij Libéma te gast zijn. Een bedrijf dat zowel in dag- en verblijfsrecreatie en het zakelijk segment opereert. We hopen u daar te ontmoeten om samen uw bedrijf en de branche vooruit te brengen.

Nieuwsgierig naar de invulling van het  
programma?

[Kijk dan op de congreswebsite](#)

[Reserveer nu je ticket](#)

[Programma](#)

[Meer informatie en aanmelden www.hetvakantieparkvandetoekomst.nl](http://www.hetvakantieparkvandetoekomst.nl)



Pleasureworld NRIT is hét platform in toerisme, recreatie en vrije tijd waar advies, kennis en inspiratie samenkomen. Dat doen wij onder andere met talloze bekende publicaties, het organiseren van evenementen en Vakdagen, het kennisplatform van NRIT Media en de diensten van Pleasureworld Advies voor onderzoek en support aan alle soorten ondernemingen in onze branche.  
[Uitschrijven voor de Vakdag Het vakantiepark van de toekomst](#)