



Camping De Blekker, strategie op een toplocatie

Lieselot Denorme • sociaaleconomisch beleid, WES

Aan de voet van de Hoge Blekker, middenin het Koksijdse natuurgebied De Doornpanne, ligt camping De Blekker. In tegenstelling tot veel andere terreinen, is deze camping een oase van stilte en rust. Campinguitbater Willy Van Elverdinghe vertelde ons wat zijn terrein zo speciaal maakt.

U richt zich tot een bepaalde doelgroep. Wie zijn dat?

Er zijn een aantal waarden die we erg belangrijk vinden. Denk maar aan orde, netheid, hygiëne, respect, veiligheid, rust, ruimte en fatsoen. Mensen die deze waarden ook hoog in het vaandel dragen, vormen onze doelgroep.

Bent u altijd al selectief geweest in uw publiek?

In 1985 heb ik de camping overgenomen. Toen was ze nog toegankelijk voor iedereen. Zestien jaar geleden heb ik beslist om de doelgroep nauwkeuriger te definiëren.

Vanwaar deze plotse omschakeling?

Vroeger hadden wij erg veel last van vandalisme. Zelfs een nachtwaker met herdershond bood geen oplossing. Op een bepaald moment besepte ik dat het zo niet verder kon en dat er genoeg andere mensen zijn die, net zoals ik, wél respect hebben voor de natuur, de omgeving en de eigendommen van andere mensen.

We zitten hier ook op een prachtige locatie, midden tussen de duinen, aan de voet van de Hoge Blekker. Enkel een topcamping verdient zo'n voorkeurlocatie. Op zo'n camping is geen ruimte voor vandalisme, drugs of andere baldadigheden. Ik vind ook niet dat mijn burens het slachtoffer mogen zijn van mijn publiek.

Misschien heb je er al op gelet, maar het is hier erg stil. We zitten hier midden in de natuur. Ik vind het erg belangrijk dat die stilte gerespecteerd wordt. Veel mensen appreciëren dat ook. Ze zijn eens weg van hun anders zo drukke leven. Op een dag kwam iemand zeggen: "Willy, ik heb hier vannacht de stilte gehoord". Dat is één van de grootste complimenten die ik ooit heb gekregen. Rust is voor mij enorm belangrijk. Mensen slapen hier soms tot 11 uur 's morgens. Dat zal in niet veel andere campings lukken! We zijn dan ook de enige camping aan de Kust waar de slagbomen 's morgens pas om 8.00 uur opengaan in plaats van om 7.00 uur. Onze straten zijn ook in asfalt en niet in kiezelstenen, wat zorgt voor veel minder lawaaihinder.

Uw doelgroep werd plots veel kleiner en meer select. Had dit geen repercussie op uw inkomsten?

De eerste twee à drie jaren waren erg moeilijk. Ik heb soms echt op mijn tanden moeten bijten. Neen-verkopen als het regenachtig weer is en je weinig volk hebt, is niet evident. Je blijft tenslotte met financiële verplichtingen zitten. Na enkele jaren is mijn consequente aanpak beginnen lonen. Mensen die hier kalmte, rust en respect zochten en vonden, vertelden dat door aan hun familie en vrienden. Mijn redenering was: "welke vrienden en familieleden heb je het dichtst rond je? Diegenen die het meest op je lijken". En deze veronderstelling klopt blijkbaar, want mijn cliënteel is voor een groot deel zo ontstaan.

"Enkel een topcamping verdient zo'n voorkeurlocatie als de onze"

Ik vermoed dat zich hier soms ook andere mensen aanmelden. Wat doe je als je merkt dat sommige vakantiegangers niet tot uw doelgroep behoren?

Uiteraard moet je die mensen niet zomaar wegsturen. We geven die mensen adressen waar ze wel terecht kunnen. Mensen die graag feesten, zouden zich hier toch niet thuis voelen. We hebben hier zelfs geen cafetaria! Alles wat je nodig hebt, vind je in Koksijde. Waarom een cafetaria voorzien als je hier in de buurt tientallen restaurants en cafés hebt? Hier iets verder is er een zwembad, dus ook dat hebben we niet nodig. Ons terrein is er trouwens te klein voor.

Hoeveel plaatsen heb je hier nu?

Wij hebben hier 126 plaatsen. Zestig procent van ons cliënteel zijn vaste bewoners. Dit is belangrijk om de vaste kosten op te vangen. Als er wegeniswerken in de buurt zijn bijvoorbeeld, of als het weer niet zo goed is, hebben we minder trekkers. Daar waar onze vaste bewoners vooral Vlamingen zijn, komen de trekkers voornamelijk uit het buitenland. Vooral uit Nederland, die mensen hebben een echte kampeermentaliteit. We verwelkomen ook veel

gasten uit Duitsland, Denemarken, Noorwegen en Zweden.

De kampeersector doet het niet zo goed. Hoe ervaart u dit?

Ikzelf merk eigenlijk niet zoveel van die dalende marktvraag. Dat komt eerst en vooral omdat ik met die specifieke doelgroep werk. Ten tweede maak ik ook deel uit van een internationale kwaliteitsvereniging, Camping Cheque, waar ik ook in het bestuur zit. Kampeergasten kunnen bij Camping Cheque aan een lager tarief cheques kopen, waarmee ze in maar liefst 576 campings in Europa kunnen betalen. Deze cheques gelden wel enkel in het laagseizoen.

Je hebt in de loop der jaren een hele pak awards gewonnen.

Inderdaad. In 2000 zijn we door de Nederlandse reisorganisatie ANWB uitgeroepen tot Europese Camping van het Jaar. Tot nu toe zijn we de enige in België, maar er zijn zeker nog terreinen die deze titel verdienen.

In januari 2004 ontving ik in Madrid de Trofeo Internacional de Turismo, Hosteleria & Gastronomía, in mei van datzelfde jaar mocht ik naar Parijs voor de Golden Europe Award for Quality & Commercial Prestige.

Eind december 2004 mocht ik naar Berlijn om er de Diamond Eye Award for Quality Commitment and Excellence in ontvangst te nemen. Het is de eerste keer dat deze prijs aan een camping wordt gegeven en dan winnen net wij die! Er zijn zoveel mooie grote campings in Europa. Dat ik die award gewonnen heb, bewijst dat we goed bezig zijn.

Hoe komt het dat precies jullie deze prijzen gewonnen hebben?

Al deze awards draaien om kwaliteit. Het is op basis van mijn zerotolerante aanpak dat ik deze prijzen gewonnen heb. Ik baat mijn camping ook uit met mijn hart, mensen voelen dat. Als mensen hier na een lange rit arriveren, heet ik ze van harte welkom. Ik geef ze meteen ook allerlei informatie mee over de streek. Dat is misschien vijf



Foto: Camping De Blekker

minuutjes werk, maar het wordt heel erg geapprecieerd. We kopen elk jaar ook een aantal kaarten met fietsroutes aan. De mensen mogen die gebruiken, dat zit in onze service. Ik geef hen ook tips over waar ze lekker kunnen eten, waar er leuke tearooms zijn, waar ze het beste ijs kunnen vinden, ... Wat ik ook nooit zal doen, is een plaats aan iemand verhuren en zeggen "het is nummer zoveel". We hebben een golfwagentje om met de mensen mee te gaan. We zijn zeer gastvrij, maar zoals reeds gezegd, zijn er duidelijke spelregels. Enkel gasten met gevoel en waardering voor levenswaarden zoals hygiëne, orde, milieu, netheid en een goed fatsoen zijn welkom.

Ondanks het feit dat jullie zo'n belangrijke prijzen hebben gewonnen, geeft Toerisme Vlaanderen jullie 'toch maar' twee sterren. Hoe komt dit?

Die sterren worden momenteel gegeven op basis van een aantal kwantitatieve aspecten. Mits een aantal kleine aanpassingen zou ik een driesterrencamping kunnen

worden, maar ik doe daar geen moeite voor. Het is niet op basis van die sterren dat mensen hiernaartoe komen. Ik leg mijn ziel in onze bedrijfsfilosofie. Toeristen voelen dat zeer goed aan en weten dat enorm te appreciëren.

Kwantitatieve zaken maken het verschil ook niet meer, wel de kwalitatieve. Deze worden op dit moment niet gemeten en vormen aldus ook geen basis voor het systeem.

Je moet diverse soorten terreinen hebben. Terreinen zoals die van mij, grote terreinen met veel faciliteiten, kleinere terreinen waar minder is,... Ik vind dat die sterren gegeven moeten worden volgens het karakter en de kwaliteit van de camping. Vroeger dacht men eraan om alles wat niet met de kampeervetgeving te maken had te quoteren met vlaggetjes in plaats van met sterren, bijvoorbeeld voor sport en ontspanning. Wel, van dergelijk systeem ben ik een groot voorstander. Het initiatief zal wel vanuit Europa moeten komen, zo kan een uniforme manier van quoteren

ontwikkeld worden. Dat zal volgens mij jammer genoeg nog een hele poos duren.

Hoe ziet u de toekomst van de kampeersector?

Het kampeerpубliek is langzaam aan het veranderen. Mensen willen steeds meer luxe en comfort. Een deftige caravan kost al snel 16.000 à 17.000 euro, veel mensen kunnen dat niet meer betalen. Om diegenen die dat wel kunnen betalen te lokken, moet de sector attractiever worden. We stappen bijvoorbeeld voor de jaargasten over van de klassieke containercaravan naar chalets. Die chalets laat ik vaak op maat maken voor mijn cliënteel.

We krijgen hier ook steeds vaker mensen over de vloer die ruimte, rust en een groene omgeving opzoeken. Iets dat ze hier zeker kunnen vinden! ■