



De Karaktervolle Groene Campings

Van klein naar *karaktervol*

Collegialiteit, kwaliteit, persoonlijke aandacht voor de gasten en een groen karakter staan voorop bij de dertig bedrijven die zijn aangesloten bij de KGC – de Karaktervolle Groene Campings. Het samenwerkingsverband bestond in 2017 dertig jaar. De KGC blijkt trouwe gasten te hebben, die met het papieren gidsje in de hand heel Nederland bereizen.

In 1987 werd de KGC opgericht als de 'Kleine Groene Campings'. Toenmalig RECRON-regioconsulent Derk-Jan Verstand stond mede aan de wieg van de marketingorganisatie, die zich profileerde met een eigen KGC-boekje. In de loop der

jaren groeiden de bedrijven door, en het kleine ging er een beetje af. Vandaar dat de naam een jaar of tien geleden werd gewijzigd in 'Karaktervolle Groene Campings'. Inmiddels tellen de KGC-bedrijven zo'n 50 tot 250 plaatsen.

Ballotage

"De KGC was uitgegroeid tot een begrip en we wilden die afkorting niet kwijt", vertelt Wijnand van Triest, voorzitter van de KGC en eigenaar van camping De Grebbelinie in Renswoude.

"Wie lid wordt van de KGC moet er echt voor gaan. Het is niet zomaar een labeltje dat je erbij plakt."

"We zijn nu met dertig bedrijven en daar mogen er best een paar bij", vindt Van Triest. "Maar we willen alleen bedrijven die er volledig bij passen. We hebben ook echt een ballotage. Als een nieuw bedrijf zich aanmeldt gaat er eerst een bestuurslid kijken. De entree moet groen en gastvrij zijn. Het sanitair en de voorzieningen brand-schoon. Het bedrijf moet ruime plaatsen bieden in een natuurlijke omgeving. En we willen alleen bedrijven die fulltime met recreatie bezig zijn, zodat de ondernemers zich volledig kunnen wijden aan hun gasten."

De afgelopen jaren zijn er enkele boeren-campings geweest die zich wilden aanmelden, maar dat werd niet geaccepteerd. "Je kunt geen lid zijn van de KGC én van Vekabo of SVR", vindt van Triest. "Wie lid wordt van de KGC moet er echt voor gaan. Het is niet zomaar een labeltje dat je erbij plakt. Toch denk ik dat er genoeg RECRON-bedrijven zijn die bij ons zouden passen. Die zijn van harte welkom."

Persoonlijk contact

Die strenge ballotage maakt dat de KGC-bedrijven een hechte band ontwikkelen. De ondernemers kennen elkaar persoonlijk. Naast de ledenvergadering – elke keer op een ander bedrijf – is er het jaarlijkse 'bedrijvenrondje', om een kijkje in elkaars keuken te nemen. De KGC-taken worden onderling verdeeld. De één zit in het bestuur, de ander staat op een beurs, weer een ander doet wat meer met Facebook.

"Het label van de Karaktervolle Groene Campings past heel goed bij ons bedrijf", vertelt Anciëlla Tap, samen met haar man Roger Cornelissen eigenaar van Camping Waalstrand in Gendt. "Elk bedrijf legt binnen het groene kwaliteitslabel eigen accenten, dat spreekt voor zich. Zo is er een bedrijf waar kinderen niet welkom zijn. Dat is specifiek gericht op de wat oudere rustzoekers. Die rust vind je trouwens overal, ook bij ons. Door de focus op groen en gastvrijheid krijgen we een heel leuk publiek. Actieve mensen, die genieten van de natuur rond het bedrijf, het water, de fiets- en wandelmogelijkheden." Tap spreekt van 'echte KGC-gasten', mensen die met het gidsje in de hand op vakantie gaan en zo heel Nederland ver-



Over de KGC

De KGC, het samenwerkingsverband van Karaktervolle Groene Campings, is in eerste instantie gericht op marketing. Jaarlijks wordt een papieren gids uitgegeven, de KGC is actief op Facebook en er is een gemeenschappelijke website. Die site heeft als doel mensen door te geleiden naar de sites van de aangesloten bedrijven, die elk hun eigen karakter behouden. Er is dan ook geen gezamenlijk zoek-en-boek systeem. Daarnaast neemt de KGC deel aan beurzen, waaronder de Caravana in Leeuwarden. Om de binding tussen de ondernemers te vergroten vindt de jaarvergadering op telkens een ander bedrijf plaats en zijn er diverse activiteiten voor de leden, gericht op het delen van kennis. Het lidmaatschap zit jaarlijks rond de 1.300 euro – grote bedrijven betalen wat meer, kleine wat minder. Alle leden van KGC zijn verplicht ook lid van RECRON. “Wat RECRON voor de branche doet is heel belangrijk”, vindt KGC-voorzitter Wijnand van Triest. “Nu dreigt er weer een btw-verhoging. Zonder RECRON kunnen we geen vuist maken. En wat ook telt: binnen RECRON vind je de betere bedrijven. Daarmee is het ook een selectie criterium.”



De papieren gids blijft enorm populair

massale recreatieparken. In 2016 wonnen we een gouden Zoover Award en daar zijn we echt trots op. Ons bedrijf ligt niet aan de kust, maar in een stuk Groningen waar je altijd moet vechten voor je gasten. Dat we toch een heel goede bezetting behalen komt echt door ons eigen karakter en door deelname aan de KGC.”

Het lidmaatschap van de KGC is belangrijk voor de aangesloten bedrijven, omdat je jezelf als zelfstandig bedrijf in de markt niet meer kunt profileren, vertelt Ruijtenberg. “En de vertrouwensband tussen ondernemers is groot. We sturen gasten naar elkaar toe als ze om een goed adres vragen. Dat levert goodwill op van de gasten en van je collega’s. Die gasten krijg je dus vanzelf weer terug. Zo versterken we elkaar.”

kennen. Het gemeenschappelijke karakter van de KGC-bedrijven is sterk en dat maakt dat gasten graag van de ene naar de andere camping gaan. “In de tijd dat ik in het bestuur zat hebben we wel eens de discussie gevoerd of de papieren gids moet blijven”, vertelt Tap. “Maar ondanks internet blijft het enorm populair. En je ziet dat het de website en Facebook nog steeds aanvult.”

Papa-en-mama bedrijven

Gastvrijheid is belangrijk en Tap beschrijft de KGC-leden dan ook grotendeels als papa-en-mama bedrijven. André Ruijtenberg van camping De Watermolen in het Groningse Opende herkent die omschrijving. “Ik verwelkom iedere campinggast persoonlijk. Daarin blinken we echt uit en gasten merken dat die persoonlijke betrokkenheid veel sterker is dan bij de grote

