

De

Bed & Breakfast

in beeld

Jaargang: 2010



Foto: Bed & Breakfast Nederland

'De Bed & Breakfast in beeld' is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies

Even voorstellen...

Van Spronsen & Partners horeca-advies

Van Spronsen & Partners horeca-advies is onderdeel van de Van Spronsen & Partners groep. Hiertoe behoren tevens de volgende onafhankelijke bedrijven: personeel en salarissystemen, administratieve dienstverlening en trainingen. Onder het motto “Anders denken, anders doen” zijn wij al 23 jaar actief binnen de horeca- en leisuremarkt en stellen wij de opdrachtgever en zijn doel centraal.

Werkzaamheden van Van Spronsen & Partners horeca-advies bestaan voornamelijk uit het uitvoeren van haalbaarheidsonderzoeken, bedrijfsdoorlichtingen, en rendementsverbeteringen, het ontwikkelen van nieuwe horecaconcepten, het opstellen van marketing en communicatieplannen en het geven van management-ondersteuning.

Dit brancheonderzoek Het Bed & Breakfast in Beeld is één van de onderzoeken die wij gratis op onze website www.spronsen.com publiceren. Kijk voor meer publicaties op www.spronsen.com/Brancheinfo.html

Publicatiedatum: 31 augustus 2010

De Bed & Breakfast in beeld

De oudste bed & breakfast's zijn de kloosters. Van oudsher dienden zij als overnachtingplaats voor reizigers. Inmiddels is de bed & breakfast-sector uitgegroeid tot een professionele sector en een aanvulling op de reguliere hotelsector. Op dit moment vallen logies-verstreckende bedrijven met meer dan 2 kamers en 5 bedden binnen de werkingssfeer van het Bedrijfschap Horeca en Catering, deze bedrijven moeten dus ook zijn ingeschreven. Bed & Breakfast Nederland hanteert een bovengrens voor kleinschaligheid van 7 kamers. De verscheidenheid tussen de diverse B&B's is groot, zo zijn er nog steeds eenvoudige B&B's met weinig voorzieningen, maar ook B&B's die niet onder doen ten opzichte van een luxe boetiek Hotel.

Er heeft sinds 2000 een sterke groei van B&B's in Nederland plaatsgevonden en ook nu nog zijn er veel mensen die plannen die richting op hebben. Wil je dus als starter succes hebben en je doel bereiken, of dit nu is in inkomen voorzien of meer contact met mensen, er zijn een heleboel factoren waarmee rekening dient te worden gehouden.

Een ontwikkeling die in het buitenland maar ook in Nederland wordt gesignaleerd is het steeds verder gaan in de gastvrijheid. Men kan oppas voor de kinderen regelen maar ook voor huisdieren. Voor B&B's is dit een interessante ontwikkeling, uw gasten willen iets cultureels doen terwijl u op de kinderen en/of hond past.

Veel leesplezier!

Inhoudsopgave

3

Brancheontwikkelingen

7

Interview Hanny Hoedemaker-Arens

9

Consument

8

Interview Alexandra Noij

11

Samenwerken in de branche

12

Buitenland

13

Trends & ontwikkelingen

14

Toekomstvisie

Logies-ontbijt, gastenkamer,... allemaal termen om de hedendaagse bed & breakfast te beschrijven. Ter verduidelijking de definitie van de bed & breakfast volgens Bed and Breakfast Nederland:

Bed & Breakfast = Een kleinschalige overnachtingaccommodatie gericht op het bieden van de mogelijkheid tot een toeristisch en veelal kortdurend verblijf met het serveren van ontbijt. Een bed & breakfast is gevestigd in een woonhuis of bijhuis en wordt gerund door de eigenaren (of bewoners indien er sprake is van huur) van het betreffende huis en heeft maximaal zeven kamers.

Deze definitie geeft tevens de begrenzing van de activiteiten aan indien men een vergelijking wilt maken met een pension of hotel. Het hoofddoel van een B&B is wonen en de nevenactiviteit het verstrekken van logies.

De grens van 7 kamers is ook in de Engelstalige landen gebruikelijk.



Foto: www.destination360.com

Ontwikkeling aanbod Bed en Breakfasts in Nederland

Volgens cijfers van Bed and Breakfast Nederland en NRIT Media telde Nederland in 2009 circa 5.000 B&B's, waarvan er 3.800 zijn aangemeld bij Bed and Breakfast Nederland. Het exacte aanbod is moeilijk vast te stellen omdat een bed & breakfast niet altijd verplicht is zich in te schrijven in het Handelsregister van de Kamer van Koophandel. Waren er in 2007 nog 4.000 B&B's, in twee jaar tijd is dit met 25% toegenomen naar 5.000 B&B's. Sinds 2000 is het aanbod van B&B's sterk gegroeid. In de periode 2000-2009 is 85% van het huidige aanbod gestart. De 5.000 B&B's in Nederland tellen circa 12.000 kamers en 28.500 bedden. Echter het aantal kamers per B&B blijft beperkt, 63% heeft 1 tot 2 kamers.

B&B in cijfers

In 2009 had een gemiddelde bed & breakfast:

- 2,4 gastenkamers / 5,7 bedden;
- gemiddeld 196 gasten / 356 overnachtingen;
- een gemiddelde verblijfsduur van 1,8 nacht tegen een gemiddelde overnachtingprijs van € 65,=.
- een gemiddelde omzet van € 8.002,=
- een bedbezetting van 17,0%
- gemiddeld 23,9 arbeidsuren per week in 2008 in 2006 was dit nog 23,1. Medewerkers in dienstverband slechts 0,8 uur per week.
- gemiddeld per kamer € 1.600,= aan kosten (dit is exclusief arbeidskosten).

Kamers	%	Bedden	%
1	27%	1-2	23%
2	36%	3-4	33%
3	15%	5-6	16%
4	11%	7-8	13%
5	6%	9-10	6%
6	4%	11-12	5%
7	2%	13 en meer	3%

Verdeling kamers en bedden. Bron: Wegwijs in de Bed & Breakfast Sector, NRIT Media

Spreiding over Nederland

In verhouding met het aantal hotelbedden zijn er in de provincies Groningen, Drenthe en Gelderland veel B&B's. De concurrentie is daar dus relatief groter en met name in de wintermaanden is het dus lastiger om gasten te trekken. Alhoewel er bijvoorbeeld in Noord-Holland veel B&B's zijn gevestigd is dit in verhouding met het aantal hotelbedden niet het geval. Waardoor er mogelijkheden zijn om in deze regio te starten met een B&B. Daarnaast loopt volgens B&B Nederland het huidige aanbod in sommige provincies enigszins achter bij de vraag, dit is bijvoorbeeld in Friesland, Zeeland en Limburg het geval.

Leidraad voor vestigingsplaats

Het motief om een B&B te beginnen is voor de keuze van de vestigingsplaats altijd de belangrijkste leidraad. Moet er een inkomen mee worden verdiend of zijn er andere redenen? Voor slechts 16% van de Nederlandse eigenaren wordt de Bed & Breakfast gezien als een hoofdactiviteit en wordt het volledige inkomen hieraan verdiend. Uit een enquête van Bed & Breakfast Nederland blijkt dat 41% van de B&B's als startmotief 'gezelligheid en contact' aangeeft. Daarnaast geeft 27% aan de B&B gestart te zijn vanwege extra inkomsten. Echter de huidige B&B ondernemers aangeven aan 80% van hun tijd bezig te zijn met de minder leuke kanten van vak, dat wil zeggen, schoonmaken enzovoorts. De overige 20% worden besteed aan het contact met de gasten.

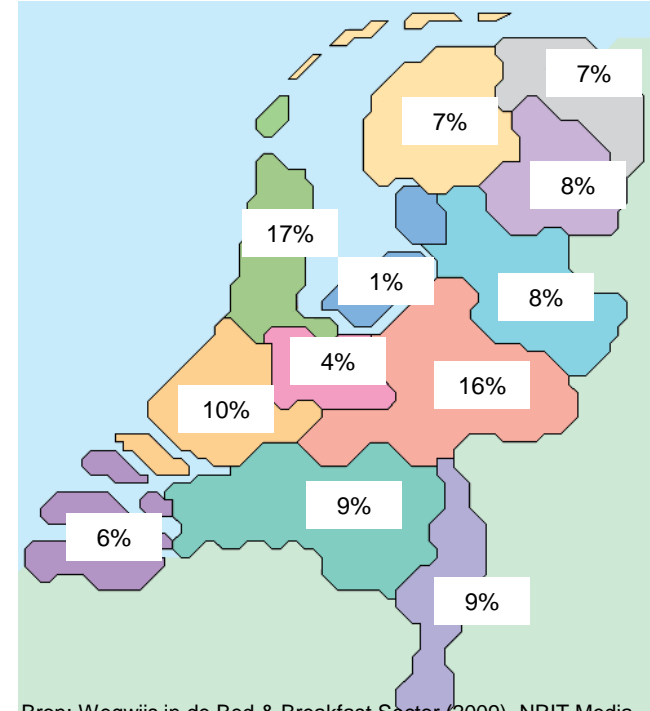


Foto: www.lacornilliere.com.fr

Uit het onderzoek van het NRIT Media en Bed & Breakfast Nederland is gebleken dat de maanden juni, juli en augustus over het algemeen de drie drukst bezochte maanden zijn en de maanden december, januari en februari het minst druk. Verder blijkt dat vrijdag, zaterdag en zondag de drukste dagen zijn. Vooral de zaterdag is erg geliefd.

Voorzieningen en faciliteiten

Uit hetzelfde onderzoek blijkt dat 86% van de gastenkamers beschikt over een eigen wastafel, 81% over een toilet op de kamer, 21% over een eigen bad en 82% over een eigen douche. Andere populaire voorzieningen op de gastenkamers zijn een tv, een zitje, radio, wekker, internet, video/dvd-speler, kitchenette en een minibar. Bij 87% van de Nederlandse B&B's kan gratis worden geparkeerd en een afsluitbare fietsenstalling wordt door 82% aangeboden. In veel Nederlandse B&B's mogen gasten de tuin (75%) of een balkon (54%) gebruiken. Bij 60% van de B&B's kan men internet gebruiken.

Tulpen classificaties

Begin 2007 heeft de stichting Bed & Breakfast Nederland een classificatiesysteem opgezet om de kwaliteit van de betreffende B&B aan te duiden met één tot vijf tulpen, waarbij vijf tulpen het hoogst haalbare is. In Nederland beschikken circa 401 B&B's over een classificatie. Elk jaar worden de beste B&B's van Nederland verkozen. Zie de tabel hiernaast voor de winnaars per categorie in 2010.

Een Bed en Breakfast moet voldoen aan minimale eisen om één of meerdere tulpen te behalen. De classificatie is gebaseerd op factoren die objectief gemeten kunnen worden. Per tulp is een normenlijst vastgesteld waarin onder andere gekeken wordt naar privacy en veiligheid, licht, klimaat en elektra, bed en meubilair, sanitair, ontbijt, netheid, onderhoud en gastvrijheid. Een B&B met vijf tulpen behoort tot het topniveau.



Foto's: Bed & Breakfast Nederland

Categorie	Naam B&B	Plaats	Provincie
5 tulpen	1. Gastenverblijf Huize Nijhof	Aalten	Gelderland
	2. B&B Op de Keizer	Deventer	Overijssel
	3. De Rakelhoeve	Middelbeers	Noord-Brabant
4 tulpen	1. De Tekenkamer	Vroomshoop	Overijssel
	2. 3B Bed & Breakfast	Bergschenhoek	Zuid-Holland
	3. Bed & Breakfast Amsterdam-Landsmeer	Landsmeer	Noord-Holland
3 tulpen	1. Herberg de Ring van Dreischor	Dreischor	Zeeland
	2. De Bloemdijken	Heinkensand	Zeeland
	3. Bed & Breakfast Familie Spaanstra	Zandvoort	Noord-Holland
2 tulpen	1. Mieke Karmelk Bed & Breakfast	Amsterdam	Noord-Holland
	2. Villa Sonnevanc	Apeldoorn	Gelderland
	3. De Meidenkamer	Goudriaan	Zuid-Holland
1 tulp	1. Tuinhuis Ruige Weide	Oudewater	Utrecht
	2. Motorschip Elisabeth	Leeuwarden	Friesland
	3. Livada	Oldeberkoop	Friesland

Bron: Bed & Breakfast Nederland (2010)

Duurder en luxer

Over het algemeen zijn de B&B's duurder geworden in 2009. Betaalde men in 2008 nog € 62,30 voor een kamer, in 2009 is de gemiddelde prijs voor een overnachting met 4,3% naar € 65,= per nacht. Daarnaast zijn de faciliteiten in de kamers beter geworden. Een luxe B&B doet niet meer onder voor een 4-sterren hotelkamer, gezien het karakter is er meer persoonlijk contact met de gast. Alhoewel het exploiteren van een B&B een hobbymatige bezigheid blijft, heeft een kwart van de B&B's uitbreidingsplannen, hierbij gaat het om extra kamers maar met name ook voor uitbreiding van voorzieningen en/of diensten.



B&B's versus hotelsector

In Nederland zijn er meer B&B's dan hotels maar met het aantal slaappleaatsen is de B&B sector slechts een speler van beperkte betekenis. Hieronder een aantal verschillen tussen de B&B-sector en de hotelsector. Zo zijn het aantal accommodaties in de Bed & Breakfast sector (circa 5.000 bedrijven) groter dan de hotelsector (2.875 bedrijven) in Nederland. Echter beschikt een B&B gemiddeld over 2,4 gastenkamers met 5,7 bedden. Een hotel beschikt gemiddeld over 34,7 kamers met 2,1 bedden per kamer.

Volgens de uitgave 'Wegwijs in de B&B sector' van Bed & Breakfast Nederland en NRIT Media, heeft de Nederlandse B&B een gemiddelde jaaropbrengst van € 8.002,= terwijl de hotelsector een gemiddelde omzet heeft van € 1,2 miljoen per hotel. Een B&B heeft gemiddeld 196 gasten op jaarbasis en een hotel gemiddeld 11.490 gasten. De gemiddelde bedbezetting van hotels is 43,2% (2009) en een Bed & Breakfast heeft volgens het NRIT en Bed & Breakfast Nederland een bedbezetting van circa 17%.

Echter voor de hotels en B&B's die bij elkaar in de directe omgeving liggen is er wel degelijk sprake van een directe concurrentiepositie. Met name de grootste (7 kamers) en luxe B&B's concurreren met de boetiek hotels in de directe omgeving. Vandaar dat ook KHN graag meer duidelijkheid in regelgeving wil. Het platform Bed & Breakfast Nederland, waarin alle Nederlandse B&B organisaties vertegenwoordigd zijn, pleit voor afschaffing van de inschrijfplicht bij het Bedrijfschap Horeca en de verplichte deelname aan de Nederlandse Hotelclassificatie voor B&B's tot 7 kamers. Demissionair Minister Donner heeft hiervoor in 2010 een adviesaanvraag ingediend bij de SER en de B&B sector wacht nu op een besluit.

Wet- en regelgeving

Voor een Bed & Breakfast gelden landelijke en gemeentelijke regels. Een Bed & Breakfast moet worden ingeschreven in het Handelsregister als het voldoet aan het "ondernemersbegrip". Het criterium ligt bij een omzet vanaf € 10.000,-. De Belastingdienst hanteert weer andere criteria voor ondernemerschap om onder andere te bepalen of u BTW-plichtig bent. Een B&B met meer dan twee kamers en 5 bedden moet ingeschreven staan bij het Bedrijfschap Horeca en Catering en de



Foto: blauwe kamer B&B 'Kamer01 – Amsterdam'

Bestemmingsplan

Steeds meer gemeenten maken de B&B-activiteit planologisch mogelijk en nemen deze mogelijkheid op in de nieuwe bestemmingsplannen. Om meer transparantie te bieden heeft Bed & Breakfast Nederland een beleidsnotitie ten behoeve van gemeenten opgesteld. De verschillen tussen gemeenten blijven echter groot, zolang er geen landelijke regelgeving is op dit gebied. Gemeenten mogen zelf hun beleid bepalen op het gebied van ruimtelijke ordening.

De Voedsel en Waren Autoriteit (VWA) is belast met de handhaving van de Warenwet en de Drank- en Horecawet. Hygiënewetgeving is in ieder geval van toepassing omdat er meestal een ontbijt wordt geserveerd, hiervoor dient een hygiënische bereidplaats te zijn. Als er alcoholische dranken verstrekt en genuttigd worden tegen betaling, dan moet een B&B een drank- en horecaverunning van de gemeente hebben. Dit komt zelden voor.

Hanny Hoedemaker-Arens is voorzitter van de stichting Bed & Breakfast Nederland sinds 2006 en oprichter van www.bedandbreakfast.nl in 1999. Haar drijfveer; "Bed & Breakfast is een mooi en duurzaam product van Nederland en daar ben ik trots op. Iedere B&B is uniek en dat maakt logeren in een B&B tot een beleving op zich".

Terugblik op 2009

Net als voorgaande jaren vormt online marketing nog steeds de belangrijkste spil tussen bed & breakfast eigenaar en bed & breakfast bezoeker. De portal www.bedandbreakfast.nl heeft Top 3 posities op de meest relevante trefwoorden in zoekmachines als Google, Yahoo en Bing. Door de uitstekende vindbaarheid en miljoenen bezoekers zet de groei van het aantal aangesloten bed & breakfasts onverminderd door. Met 600 nieuwe aansluitingen telde de website in 2010 ruim 3.800 adressen. Begin 2009 verscheen de derde en geheel herziene gedrukte gids 'Bed & Breakfast in Nederland' in de Nederlandse en Vlaamse boekhandel. De sleutelwoorden van 2009 waren 'kwaliteit' en 'vindbaarheid'. Stichting Bed & Breakfast Nederland, die verantwoordelijk is voor het classificatiesysteem, certificeerde 142 B&B's. De subjectieve kwaliteit komt tot stand door reviews (gastenbeoordelingen) en komt tot uitdrukking in een puntenscore. In 2009 werden op de site meer dan 10.000 gastenreviews ingevuld door sitebezoekers. De Nederlandse Bed & Breakfast Classificatie en de gastenreviews bieden de consument duidelijkheid en prikkelen de kleinschalige accommodaties tot kwaliteitsverbetering in het belang van de B&B's zelf en de sector. In het kader van de vindbaarheid op internet stond 'Search Engine Optimisation'(SEO) hoog op de agenda en werden intensieve (online) advertentiecampagnes ingezet. Aangezien een regionale of landelijke internetportal in de toekomst te klein is om vindbaar te zijn via de internationale zoekmachines is de nieuwe portal www.bedandbreakfast.eu gelanceerd. Hiermee kan de hoge positie in zoekmachines en daarmee de vindbaarheid van B&B's gewaarborgd blijven. De Europese site telde eind 2009 ruim 5.500 B&B's in Europa.

Vooruitzichten voor 2010

Het aantal gasten van bed & breakfasts neemt nog steeds toe. De sector lift mee op de tendens van de huidige consument om kritisch te kijken naar het prijs-/kwaliteitsniveau van accommodaties. De gast heeft behoefte aan gastvrijheid (aandacht, persoonlijke benadering en betrokkenheid), verantwoordelijkheid (authenticiteit en echtheid) en luxe. B&B's spelen in op de vraag naar luxe door meer faciliteiten aan te bieden, zoals wellness, eigen entree, privé sanitair en draadloos internet. B&B ondernemers hechten veel waarde aan authenticiteit en echtheid en kennen de kunst van uitstekend gastheerschap én gastvrouwschap. B&B's die kwaliteit leveren in dienstverlening en goed zijn uitgerust voor de veeleisende consument hebben een goed toekomstperspectief. Aandachtspunten liggen op het gebied van (telefonische) bereikbaarheid, beschikbaarheid en het snel en adequaat afhandelen van reserveringsaanvragen.

De doelstellingen voor 2010:

- **Het uitdragen van de kwaliteit voor een veilige en comfortabele accommodatie.**

Gastenverblijf Huize Nijhof in het Gelderse Aalten is uitgeroepen tot Beste Bed & Breakfast van Nederland 2010. De winnaar werd bekend gemaakt op 22 juni 2010 tijdens een feestelijk ontbijt in Bergharen. Met behulp van de puntentelling in de classificatie en de gastenreviews werd uit drie genomineerden een winnaar bekend gemaakt. Stichting Bed & Breakfast Nederland zal landelijk haar marketingactiviteiten intensiveren en ondernemers ondersteunen bij hun lokale en regionale public relations.

- **Het optimaliseren van vindbaarheid en bereikbaarheid voor de internationale**

consument.

Om goed vindbaar te blijven wordt de portal www.bedandbreakfast.eu (Bed & Breakfast Europe) verder ontwikkeld, waarmee ook BBN haar hoge positie in zoekmachines kan behouden. Onder het motto "Nederland is klein, denk groot" zal ICT en innovatie de Nederlandse B&B sector een impuls gaan geven. Kansen liggen er op het gebied van interactieve communities waar B&B-eigenaren en B&B-bezoekers met dezelfde interesses elkaar via internet kunnen vinden volgens de basisprincipes van connecting and sharing.



• **Het verbeteren van de usability voor B&B-eigenaren en sitebezoekers.**

Door een continu proces van monitoring van de websites worden verbeteringen aangebracht in de functionaliteit van de websites. Voor B&B-eigenaren komt er onder andere een vernieuwde module voor het snel kunnen afhandelen van reserveringsaanvragen, waarbij de internationale taalbarrières geen drempel meer vormen. Voor websitebezoekers wordt het onder andere mogelijk om een eigen profiel aan te maken om interesses te matchen met het aanbod. Het sleutelwoord voor 2010 is 'usability' ofwel gebruiksvriendelijkheid teneinde de bezoekers zo snel en adequaat mogelijk naar het doel (reserveringsaanvraag) te leiden.

• **Het verder uitdragen van de standpunten van de B&B sector.**

Bed & Breakfast Nederland ondersteunt de principes van duurzame ontwikkeling. Een Bed & Breakfast vormt geen belasting op het gebied van ruimtelijke ordening en milieu: B&B's worden gerealiseerd in bestaande woningen en er hoeft niet nieuw gebouwd te worden. Bij B&B's zijn bovendien geen grote investeringen gemoeid om een beleving te creëren; overnachten in een B&B is een beleving op zichzelf. Met bed & breakfast als duurzame logiesvorm kan het beddentekort worden opgeheven, zonder concessies te doen aan het milieu, mens, natuur en cultuur. Om een bijdrage te leveren aan de sociaal-economische vitaliteit, moeten B&B-eigenaren blijven zoeken naar samenwerking met lokale bedrijven in het toerisme, de recreatie en horeca. Een tweetal externe factoren hebben een negatieve invloed op een duurzame economische groei en vormen de speerpunten in de lobby voor bed & breakfast:

- Afschaffing van de inschrijfplicht bij het Bedrijfschap Horeca en Catering: de 2 kamer/ 5 beddenorm zorgt voor een verkeerde interpretatie van het

begrip bed & breakfast en werkt buitenproportionele en tegenstrijdige lokale regelgeving in de hand.

- De verplichte deelname aan de Nederlandse Hotel Classificatie moet worden afgeschaft. De B&B's betalen mee aan het classificatiesysteem van

de hotelsector, terwijl dit systeem niet geschikt is voor B&B's.



Chambre d'hôtes in een oude boot gelegen aan het Canal du Midi in Frankrijk!

Foto: Péniche Chambre d'hôtes, Cers France, Languedoc Roussillon - Hérault



Op deze manier trek je wel aandacht voor je B&B. Kunstenaars uit Idaho verzonden "a woof above your head" om de aandacht van de voorbijganger te vestigen op hun B&B.

Foto: www.dailymail.co.uk

Meer binnenlandse vakanties

In het vakantiejaar 2009 zijn 12,6 miljoen Nederlanders op vakantie geweest. Zij hebben in totaal 36,4 miljoen korte en lange vakanties doorgebracht, waarvan ongeveer de helft in eigen land. Dit is een stijging van 3% ten opzichte van 2008. De verwachting is dat in 2010 het aantal binnenlandse vakanties nog meer zal toenemen. Door de huidige economische omstandigheden en de toenemende werkloosheid (tussen juni 2009 en juni 2010 een stijging van 18,8%) zullen er meer Nederlanders kiezen voor een vakantie in eigen land.

Overnachtingen in B&B's

Ook het aantal overnachtingen in bed and breakfasts is toegenomen. Vonden er in 2006 nog 1,2 miljoen toeristische overnachtingen plaats in B&B's, in 2008 was dit toegenomen tot 1,6 miljoen. Dit is een aandeel van 1,9% van het totale toeristisch overnachtingen in Nederland in 2008.

Bezoekers

Het merendeel van de B&B-eigenaren richt zich op oudere (echt)paren zonder kinderen, jonge (echt)paren zonder kinderen, zakenmensen en senioren. Opvallend is dat 24% van de overnachtingen tot het zakelijk segment behoort. Maar met een aandeel van 76% blijft de toeristische markt het belangrijkste. Van de gasten komt circa 36% uit het buitenland.

De B&B-bezoeker is over het algemeen een bewuste consument met een grote belangstelling voor natuur en cultuur. De begrippen 'rust' en 'onthaasting' maken een groot deel uit van zijn of haar vakantiemotivatie. Ontsnappen aan de drukte en stress van alledag staat centraal. Daarnaast is de bezoeker gevoelig voor de landschappelijke en cultuurhistorische kwaliteiten van de streek waar hij/zij verblijft. Zo zijn wandel- en fietsroutes van groot belang. De bezoeker staat open voor nieuwe ervaringen en wil iets bijleren over de regio.

De B&B-bezoeker is vaak ook een milieubewuste consument, die respect heeft voor maatregelen die natuur en milieu beschermen, en is geïnteresseerd in streekproducten. Comfort is voor de B&B-bezoeker belangrijk, men rekent minimaal op hetzelfde comfort als thuis. De bezoeker verwacht een gastvrije service, persoonlijke aandacht en oprechte interesse. Ook de inrichting wordt steeds belangrijker.



foto: "Wegwijs in de Bed & Breakfast sector" onderzoek van NRIT Media en Bed & Breakfast Nederland 2006/2007.

Boekingen

De meeste boekingen, 61% komt binnen via internet. De overige boekingen worden telefonisch gedaan.

Internetmarketing & vergelijkingswebsites

B&B-eigenaren zien naast internet mond-tot-mondreclame als belangrijkste marketingmiddel. Van de ondervraagde B&B-eigenaren geeft 16% aan dat mond-tot-mondreclame het belangrijkste marketingmiddel is (en nog eens 56% het op één na belangrijkste). Maar liefst 73% van de Nederlanders maakt gebruik van vergelijkingswebsites. Men oordeelt en vergelijkt natuurlijk ook bed & breakfasts!

Alexandra Noij is eigenaresse van culinair art deco bed & breakfast, De Vliegende Kok, in Amsterdam gelegen nabij het centrum met tables d'hôtes en culinaire arrangementen. Wij volgen elkaar op twitter en hebben haar gevraagd een toelichting te geven op het zakelijk gebruik van social media.

Waarom heb je er voor gekozen om een bed & breakfast en kookstudio te beginnen?

“Ik wilde graag als kok en adviseur op het terrein van bedrijfsvoering en dienstverlening ervaren hoe het in de praktijk gaat. ‘Zeg wat je doet en doe wat je zegt!’, dat is ons motto. Zo zijn tables d’hôtes in Frankrijk heel gangbaar, dus waarom niet in Nederland? Het biedt een extra service aan de klant en speelt in op een interesse van eerlijk voedsel en eerlijke keuken waar wij ook voor staan. Daarnaast verzorgen wij kookworkshops. Hier brengen wij met teams in de praktijk waar ze het in hun dagelijkse werk willen bereiken: wat betekent teamwork? Wat betekent klantgericht zijn? Samen koken laat de kernkwaliteiten in het gedrag van medewerkers en managers zien. Ze bekijken elkaar in een nieuw licht en zien, zeg maar ‘herkennen’ elkaars kwaliteiten op een directe manier zonder theoretische rompslomp van organisatiemodellen.”

Je gebruikt social media, twitter, facebook voor de B&B. Waarom? Merk je er effect van?

“De grootste verandering de afgelopen jaren is dat het hele zoek- en boekproces steeds meer via internet gaat. Was een paar jaar geleden nog mond-tot-mond reclame belangrijk, tegenwoordig boekt 90% van de gasten via internet. Op de eerste pagina’s van de zoekmachines komen is dus marketingdoel nr 1. Daarvoor zijn social media steeds belangrijker geworden. Dus als ondernemer speel je daar op in. Ik heb me gespecialiseerd in on-line marketing voor onze bedrijfstak.”



Foto's: www.devliegendekok.nl



“Ik moet zeggen dat dit zo goed gaat, dat ik bijna permanent volgeboekt ben. Sommige weekenden had ik wel 60 kamers kunnen verhuren. De kracht van social media zit in klantervaringen, de recensies die op het internet worden geplaatst. Wat jouw klant als ervaring deelt is 20x zo krachtig op het net dan jouw eigen marketingverhaal.

Enkele tips hierbij zijn:

- Hoe goed ben je vindbaar op Google (maps) en andere zoekmachines?
- Laat je als bedrijf een meer dan positieve indruk (gemiddeld is niet goed genoeg!!) achter op de gast?
- Hoe zorg je voor reviews van jouw klanten?

Naast de klantervaringen is ook het belang van de website en visuals (foto's, video's, webcams) toegenomen. Als klant selecteer je op basis van beelden en sferen. Is het een zakelijke omgeving, is het gezellig, is het geschikt om....? Beelden lijken een stuk betrouwbaarder dan woorden! Zo wilde een overkoepelende site van groene en natuurvriendelijke accommodaties onze accommodatie opnemen in hun gids. Hoe komen ze erbij? Wij wonen in de stad, wel bij het water, maar veel natuur in een tuin van 6x5 meter? Klantverwachting en werkelijkheid moeten wel bij elkaar liggen.

Het gebruik van social media is voor ons het belangrijk als ondersteuning van de internetmarketing. Ons marketingbudget is beperkt, de mogelijkheden op internet zijn legio en vaak zonder kosten. Je kunt zelf voor (onbetaalde) links zorgen naar jouw bedrijf. Voordeel van Twitter is dat je in kan gaan op de vraag van de klant. Het is een on-demand medium en niet zo aanbodgericht als vanuit de klassieke marketing. Bijvoorbeeld zeggen hoe goed of goedkoop jouw product is, werkt niet meer! Dit wordt door de community toch als spam gezien. Mensen zoeken een persoonlijke touch en een echt unieke ervaring.”



Bed and Breakfast Nederland

Veruit de grootste brancheorganisatie, met 3.800 aangesloten B&B's is Bed and Breakfast Nederland. De organisatie is opgericht in 1999 en heeft als doel de krachten van B&B's in Nederland te bundelen om de gemeenschappelijk sociaal-economische belangen te behartigen. Op de website www.bedandbreakfast.nl kunnen gasten kamers boeken van de aangesloten leden. Stichting Bed & Breakfast Nederland heeft sinds 2007 een classificatie-systeem ingevoerd voor bed & breakfast's om zo meer transparantie in de markt te krijgen, en gasten ook een beter beeld krijgen van het aanbod van B&B's.

www.bedandbreakfast.nl



Stichting Karakteristiek Bed & Breakfast De Pronkkamer

Stichting Karakteristiek B&B De Pronkkamer is in 2006 ontstaan uit een fusie van Stichting de Pronkkamer en Stichting Karakteristiek Bed & Breakfast. De naam van Stichting de Pronkkamer is ontleend aan de 'mooie kamer' die vroeger alleen tijdens hoogtijdagen en 's zondags na de kerk gebruikt werd. Bij de stichting zijn circa 140 leden aangesloten die allemaal onderworpen zijn aan een strenge selectie op het gebied van authenticiteit, sfeer, comfort en gastvrijheid.

www.pronkkamer.com



Erfgoed logies

Erfgoed logies is in 1996 opgericht als samenwerkingsverband tussen de provincie Groningen en de provinciale VVV. Het doel was om de toeristische markt in de provincie een impuls te geven, en het aanbieden van kleinschalige logiesaccommodaties te stimuleren. In samenwerking met het Ministerie van Economische Zaken en de Europese Gemeenschap werd naar alternatieve bestemmingen gezocht van leegstaande en slecht onderhouden monumentale panden. Inmiddels zijn ruim dertig historische panden gerestaureerd tot bed & breakfast. Erfgoed Logies telt circa 210 deelnemers in Nederland, België, Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Frankrijk.

www.erfgoedlogies.nl



Hoeve-Logies Nederland

In het bestand van Hoeve Logies Nederland zijn circa 400 bedrijven opgenomen van tuinders, boeren en eigenaren van boerderijen die logiesmogelijkheden aan bieden. De bedrijven die hierbij zijn aangesloten bieden een beleving in het buitengebied aan, waarbij rust en persoonlijke aandacht de kernwaarden zijn.

www.hoevelogies.nl

Frankrijk

In Frankrijk is veruit het grootste aanbod te vinden van bed & breakfasts, of Chambres d'Hôtes, zoals deze in Frankrijk genoemd worden. Er waren in 2009 zo'n 37.576 Chambres d'hôtes met 75.152 bedden (bron: www.insee.fr). Chambres d'hôtes worden vaak gecombineerd met table d'hôtes en Gîtes Rural. Een Gîte is een vakantieverblijf dat te huur wordt aangeboden en los staat van het huis van de eigenaar. Hiervan zijn er naar schatting zo'n 45.000. Overkoepelende organisaties geven een classificatie aan de chambres d'hôtes en gîtes (1 tot 5 épis, een korenaar). De landelijke gemiddelde bezettingsgraad bedraagt 14 weken per jaar met redelijk grote afwijkingen naar gelang de regio. De gemiddelde verblijfsduur bedraagt 3 dagen. De bezoeker is vaak Frans maar er zijn ook buitenlanders die het leuk vinden om rond te reizen in Frankrijk en te slapen en eten bij diverse Chambre d'hôtes. Daarnaast zijn er veel Nederlanders, Belgen, Duitsers en Engelsen die in de vaak toeristische regio's een chambre d'hôtes exploiteren. Er zijn ook gidsjes op de markt zoals Logeren bij Belgen en Logeren bij Nederlanders. Naast het voorstellen van de locatie maakt de toekomstige gast ook alvast kennis met de eigenaar in deze Belgische gidsjes.

Engeland en Ierland

Engeland en Ierland worden vaak als voorbeeld genoemd voor de B&B sector. Beide landen zijn al jaren bezig met het ontwikkelen van de B&B sector door het bundelen van de krachten. Engeland en Ierland hebben dan ook meerdere verenigingen vergelijkbaar met Bed & Breakfast Nederland. Eén van de meest ontwikkelde netwerken is het B&B Ireland Network. De website van dit netwerk geeft informatie over de B&B sector van Ierland en heeft speciale aanbiedingen. Tevens biedt de website de mogelijkheid tot het boeken van een B&B online. In Ierland maakt men onderscheid tussen Guesthouses en Townhouses. Het principe is hetzelfde alleen beschikken guesthouses gemiddeld over meer kamers dan townhouses. Een guesthouse telt gemiddeld 11 kamers, een townhouse 3. In Ierland ligt deze sector onder druk. Zo waren er in 2004 nog 461 guesthouses en 3.278 townhouses, in 2008 waren dit er respectievelijk 360 en 2.680. Tussen 2005 en 2009 nam het aantal guesthouses in Ierland af met bijna 22% en het aantal townhouses met 18%. Daarentegen steeg het aantal hotelkamers in dezelfde periode met 13.500.

Foto: www.paroux.com

Bed & Breakfast Europe

Bed & Breakfast Nederland is gestart met de website bedandbreakfast.eu. Het doel van B&B Nederland is om in de toekomst de grootste Bed & Breakfast website van Europa te worden. Het wordt mogelijk om in 17 talen een boeking te maken via één klik. De website telt in 2010 ruim 24.000 B&B's in Europa.

Het concept Bed & Breakfast Europe werkt hetzelfde als Bed & Breakfast Nederland. Daarnaast wordt er samengewerkt met diverse Europese reserveringsorganisaties. Op de website is het gemakkelijk de verschillende B&B's met elkaar te vergelijken en via een digitale kaart kan er makkelijk gezocht worden naar een B&B in een land, regio of plaats. Een reserveringsaanvraag wordt direct gedaan bij het betreffende B&B. Deze website is niet alleen voor Nederlandse ondernemers in het buitenland maar bijvoorbeeld ook voor Spaanse, Franse en Italiaanse B&B eigenaren.

Beleving

Ook voor de B&B's is beleving een steeds grotere en snel groeiende trend. De consument is op zoek naar authenticiteit, duurzaamheid, slow food, aandacht voor streekproducten en meer contact. B&B's kunnen daar perfect op inspelen met hun gastvrijheid en authenticiteit. Aandacht voor streekproducten en de mogelijkheid bieden aan "stadslui" om kennis te maken met bijvoorbeeld koeien en te laten zien waar de melk vandaan komt en hoe kaas bijvoorbeeld v



Foto: www.catharinedal.be

Bed & Breakfast in....

Een museum bijvoorbeeld. Het museum van Lammert Boerma is omgetoverd tot Bed & Breakfast. Zijn motto 'overnachten in een kunstwerk' spreekt voor zich. De kamers zijn ingericht met eigen gemaakte schilderijen en andere kunstwerken die tot de collectie behoren van het museum. Ook de architectuur is ontworpen en uitgevoerd door Lammert Boerma, de kunstenaar van het huis.



Foto:
www.museum-boerma.com

Design

Een mogelijkheid om je B&B te onderscheiden is het gebruik maken van design in het inrichten van de kamers. Het design bepaalt mede de prijs die per kamer gevraagd kan worden. In de loft van Chambre d'hôtes Chez Bertrand in Parijs kan bijvoorbeeld worden geslapen in een lelijke eend. Maar ook in Nederland zijn er meerdere B&B's met prachtige



Foto's www.chezbertrand.com en
en in www.haagschesuites.nl

Huisdieren ook welkom

Bij Sheepleys B&B in Wales, zijn sinds de renovatie ook paarden welkom. De stallen zijn flink onder handen genomen en sindsdien staan de paardenliefhebbers in de rij om te komen overnachten. Ook in Nederland zijn er een 8-tal B&B's die stallen voor eventuele paarden hebben.



Foto: www.dezaansegans.nl

Naar verwachting zal de komende jaren het aantal B&B's blijven groeien. Niet alleen zal de omvang van de groep die het meest een B&B bezoekt toenemen door de vergrijzing, ook het aantal mensen die een B&B starten zal toenemen. Extra inkomsten in economisch mindere tijden als je een groot huis bezit is altijd meegenomen.

Professionaliseren

Transparantie is geen trend meer maar bepalend voor het beeld dat de gast meekrijgt via internet. Dus duidelijk zijn over hetgeen de B&B biedt is een vereiste. De classificatie van B&B Nederland geeft daarin duidelijkheid. Zaak dus om zoveel mogelijk B&B's te classificeren.

Hotels versus bed & breakfasts

De concurrentie voor hotels neemt toe met het luxere aanbod van kamers bij B&B's. Anderzijds vormen de low-budgethotels een bedreiging voor de minder luxe B&B's. Alhoewel we wel reëel moeten blijven, met 5000 B&B's in Nederland zijn er meer B&B's dan hotels, maar met het aantal slaappleaatsen is de B&B-sector slechts een speler van beperkte betekenis. Gezien ook de wensen van B&B Nederland om de inschrijfplicht bij het Bedrijfschap Horeca en Catering te laten vervallen en het niet willen deelnemen aan de Nederlandse Hotel Classificatie is het goed dat er meer duidelijkheid komt in de regelgeving. Alhoewel je moet afvragen in hoeverre B&B's met 2 kamers moeten professionaliseren, is het voor de grote B&B's en de hotelsector wel belangrijk dat er in de komende jaren zo weinig mogelijk, maar duidelijke wettelijke regels komen, getoetst aan de Europese normen.

Marketing wordt steeds belangrijker

Ook voor de B&B's wordt het kenbaar maken aan de markt dat je B&B bestaat steeds belangrijker. Uit ervaring blijkt dat de meeste B&B's een vrij vaste groep gasten heeft. Het contact met de vaste gasten onderhouden via nieuwsbrieven, persoonlijke brieven of social media zal steeds meer een "must" worden. Daarnaast zijn deze gasten uw ambassadeurs. Verder zul je ook als B&B-eigenaar op de hoogte moeten zijn van ontwikkelingen in de markt. Inspelen op ontwikkelingen op lokaal niveau maar ook de landelijke trends volgen kan een voordeel opleveren. Het gebruik maken van de social media zoals Alexandra Noij beschrijft is hier een mooi voorbeeld van.

Daarnaast is er een bron van informatie en inspiratie die nooit uitgeput raakt: uw collega B&B-eigenaren. Ik raad u aan vooral vaak op vakantie te

Vergrijzing

De 65+ markt wordt steeds fitter waardoor het aantal gebruikers tussen de 65 en 70 jaar oud zal groeien, met name buiten het seizoen een interessante markt voor arrangementen. Het bieden van extra service zoals vervoer, speciale maaltijden, hoge bedden enzovoorts is interessant voor de 65+ groep.

Kansen zakelijke markt

Zoals eerder vermeld komt 24% van het aantal overnachtingen in een B&B uit de zakelijke markt. Met het toenemende 'home-away-from-home'-gevoel van met name zakelijke reizigers liggen hier kansen voor de B&B's. Wanneer een zakelijke gast écht de persoonlijke aandacht ervaart, zal dit bijdragen aan een toename van het aantal zakelijke overnachtingen in B&B's. Dit staat nog los van het feit dat B&B's over het algemeen goedkoper zijn dan hotelkamers, en dat is in de huidige economische situatie alleen maar gunstig voor bedrijven die hun personeel op reis stuurt. Voor deze gasten is de aanwezigheid van een wireless netwerk wel een vereiste.

Design

Ik verwacht dat de B&B's ook bij de jongere doelgroepen steeds populairder wordt, al heeft deze doelgroep een voorkeur voor luxe en design. Maar het moet ook betaalbaar blijven, want dit blijft een belangrijke reden om gebruik te maken van B&B's. In de zeer beperkte groep B&B's kan zich een veel hoger luxe niveau permitteren en de daaraan gekoppelde hogere prijs vragen. Vooral in Frankrijk maar ook in Nederland zien we al Chambre d'hôtes met zwembad, spa, golfterrein, kookcursussen, schildercursussen enzovoorts. Op dit niveau worden ook prijzen betaald die te vergelijken zijn met de prijzen in boetiek hotels.



Niek Timmermans, adviseur

Bronnenlijst:

Wegwijs in de Bed & Breakfast sector,
NRIT Media en Bed & Breakfast
Nederland 2009

Stichting Bed & Breakfast Nederland

Bed & Breakfast , de nieuwsbrief voor
de Bed & Breakfast sector,
Uitgeverij PS

Rapport: Bed & Breakfast sector in
Zuid Limburg, KvK Limburg

www.bedandbreakfast.nl
www.bedandbreakfastclassificatie.nl
www.bedandbreakfast.eu
www.kvk.nl
www.cbs.nl
www.nbt.nl
www.nritonderzoek.nl
www.wikipedia.nl

