



Vn**Wal**

Bed, Breakfast & Break out

Het ene oog
ziet,
het andere
voelt...

Paul Klee, kunstschilder (1879-1940)

Inhoud

De markt

Feiten en cijfers	7
Concurrentiestrategie	7

Wat is VnWal?

De positionering	9
Een beleving	10
De locatie	12

Wat biedt VnWal?

Bed & Breakfast	14
Botenverhuur	15
Rondvaarten	15
Eten en drinken	15
Fietsenverhuur.....	16
Arrangementen	16

Wie is de klant?

Hedonisten, vitalen en traditionelen	20
De klant met vier doeleinden.....	20
Wat wil de klant	21

Hoe ziet VnWal eruit?

Inhoud	24
Ontwerp	24
Bouwkunding.....	24
Interieur.....	25
Omgeving.....	25
Locatie.....	26
Gebouwfuncties en fasering.....	31
Terreinindeling.....	32
Impressie.....	36
Plattegronden	46
Gevelaanzichten.....	54
Doorsneden	58
Lofhome referenties.....	60

Stakeholders

Partners	64
Investeerders	64
Kaag en Braassem	65
Toeleveranciers	65



Het doel van deze presentatie

VnWal is een nieuw concept in de groeiende recreatiemarkt. Ondanks dat de markt groeit is het aanbod van de verschillende recreatiemogelijkheden versnipperd. Hierdoor hebben recreanten doorgaans veel werk aan het samenstellen van de activiteiten en overnachtingsmogelijkheden voor een korte trip.

VnWal biedt in essentie een totaalconcept van overnachting tot dagactiviteit. Naar specifieke behoefte ingevuld. Het geheel vindt plaats aan het water van de Braassem en is gericht op het beleven van het verhaal achter de plaatselijke en authentieke Hollandse cultuur. Door het goed doorgevoerde belevingsconcept is de bezoeker niet zomaar een dagje weg maar een bijzondere ervaring rijker.

Deze presentatie heeft als doel om belanghebbenden inzicht te geven in de visie op de markt, het product en zijn positionering.

VnWal biedt in essentie een totaalconcept van overnachting tot dagactiviteit.

De markt



Zuid-Holland
is een
kansrijk gebied.



Feiten en cijfers

De recreatiemarkt is dé nieuwe groeimarkt voor Nederland.

Volop kans om te groeien!

NRIT Media heeft in samenwerking met Bed & Breakfast Nederland in 2009 een onderzoek gehouden. Van 2007 tot 2009 zijn er 25% nieuwe Bed & Breakfast accommodaties bij gekomen en deze groei is nog lang niet ten einde. Vooral bijzondere locaties zijn gewild. Hierbij wordt ook Zuid-Holland aangegeven als provincie met groeimogelijkheden.

In de zomer 2014 is een onderzoek uitgevoerd naar de recreatieve mogelijkheden in Kaag en Braassem. Dit is uitgevoerd door de gemeente, kamer van koophandel, Rabobank en de stichting Kaag en Braassem promotie.

Uit dit onderzoek kwam naar voren dat er zonder problemen een groei van 300 bedden binnen de gemeente mogelijk is.

Concurrentiestrategie

Concurrerende bedrijfstakken zijn hoofdzakelijk bed & breakfast, kleinere hotelconcepten en aanbieders van dagarrangementen en activiteiten.

In de basis biedt VnWal het beste van beide.

Hierdoor zal het concept uit beide bedrijfstakken klanten trekken die waarde hechten aan het gemak van één totaalconcept, gekoppeld aan een unieke locatie met veel buitenactiviteiten met comfort onder alle weersomstandigheden.

Concurreren met lage kosten en een hoge waarde

De strategie is erop gebaseerd om een relevante en onderscheidende mix te bieden en de kosten voor bedrijfsvoering en investering beperkt te houden. Investering beperkt zich in eerste instantie tot een accommodatie die mogelijkheden biedt voor overnachting, (groeps)verblijfsruimte en uitvalsbasis voor dagtrip. De extra waarde zit in de manier waarop de bezoeker iets extra's beleeft. Dit kan zijn door verrassing, authenticiteit en het verhaal achter het aanbod.

In de basis biedt
VnWal het beste van
beide concurrerende
bedrijfstakken.

Wat is VnWal?

Een compleet andere belevenis aan het water.



Wat belooft het?

Een compleet andere belevenis aan het water.

Wat beleef je?

In de recreatiemarkt onderscheidt VnWal zich ten opzichte van het reguliere aanbod van overnachting en dagarrangementen, door het beste van beide in één maatwerkeraanbod.

Daarbij zit de klant niet zomaar lui achterover maar wordt geprikkeld door hem zelf in beweging te brengen en het onverwachte aan te bieden. Letterlijk en figuurlijk verlaat de klant de vaste wal om een avontuur vol verrassingen tegemoet te gaan.

Hoe zie je dit terug?

Slapen aan het water. Niet zomaar comfort maar licht, ruimte en verrassende elementen.

Varen naar bijzondere plekjes van lokale cultuur. Kaas maken, broodbakken, paling roken? Je doet het zelf. Vanuit je bed, in de boot, op de fiets, alles ligt voor je klaar.

Een beleving

Het totaalpakket biedt gemak en is relevant maar niet onderscheidend.

De toegevoegde waarde is de beleving die de bezoeker krijgt.

Op het water zijn, de tocht, de activiteiten en bezoeken.

De bezoeker wordt letterlijk onderdeel van het verhaal.

Een dagprogramma is niet zomaar relaxen en dingen bekijken. De bezoeker wordt geprikkeld om zelf actief te worden. Hij maakt zelf zijn kaas of melkt de koeien. Hij ziet niet alleen, hij proeft, ruikt, voelt, doet en creëert. Lokale cultuur en natuur vallen op een verrassende manier samen met de bezoeker als middelpunt van het verhaal.

Een “avontuurlijke tocht”
vol lokale cultuur.



Paling roken?
Je doet het zelf.



Bloemen plukken
in de kas?
Je doet het zelf.



Kaas maken?
Je doet het zelf.



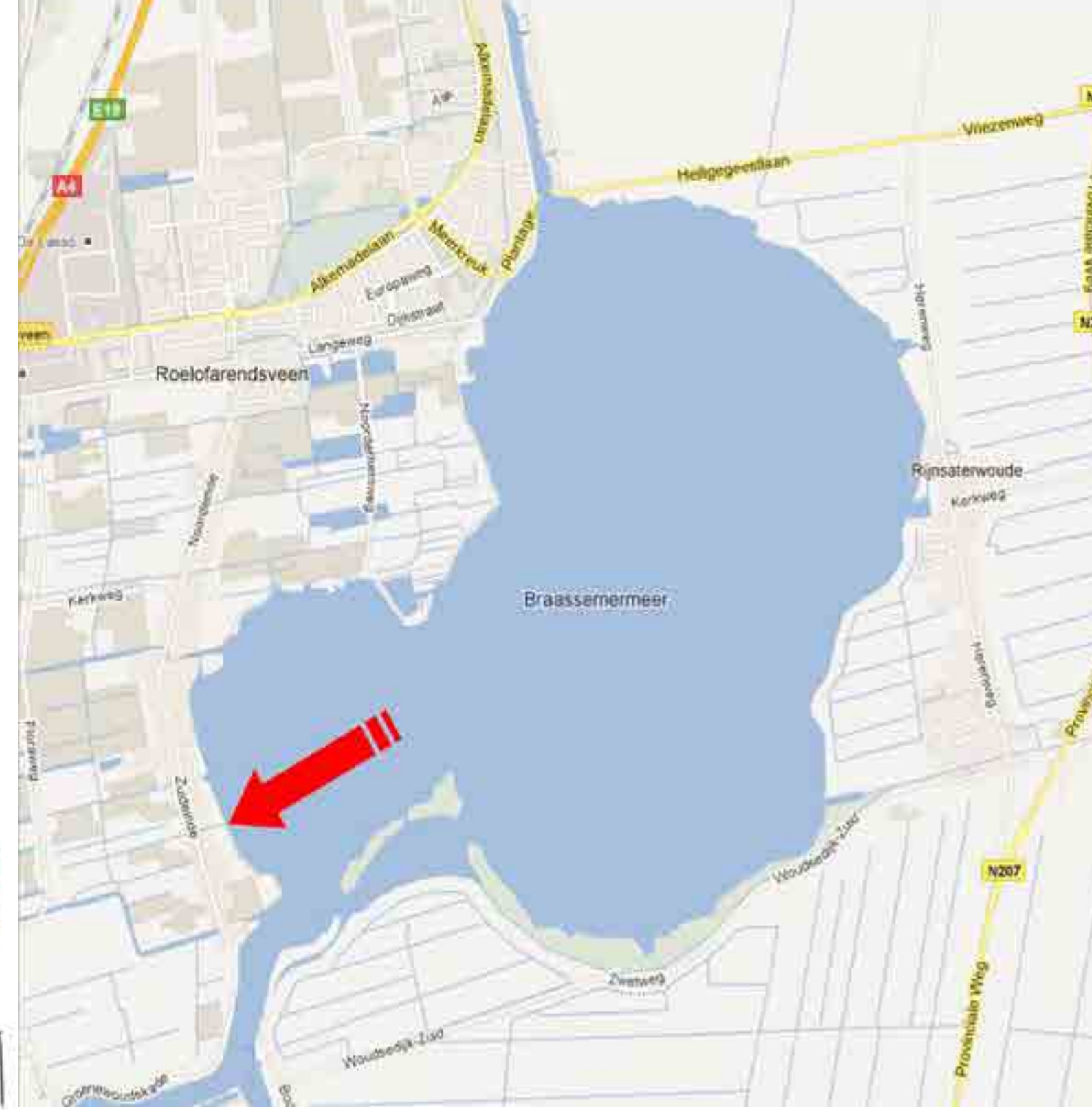
Laat je meevoeren en
onderdompelen in de
cultuur van deze streek.

De locatie

De bijzondere architectuur, de gebruikte materialen, de inrichting en omliggende elementen vloeien rechtstreeks voort uit het belevingsconcept en de merkbeloofte.

De locatie is gelegen aan het Zuideinde 99 in Roelofarendsveen. De ruimte verrast en inspireert. Dit in samenspel met het Braassemmeer. De ervaring van de wijdsheid en het open karakter van de omgeving is op zichzelf al een ervaring. Het gebouw kenmerkt zich door veel glas, waardoor de verblijfsruimtes optisch worden vergroot. Door het glas is buiten niet meer buiten maar trek je de ruimte en wijdsheid van buiten naar binnen. Het klotsende water, goede ligging van het terras en de eigenwijze inrichting zijn een logisch gevolg.

Inspiratie en comfort.



Study nature,
love nature,
stay close to
nature...

Frank Lloyd Wright, architect (1867-1959)

Verantwoord voor milieu

De accommodatie is gebouwd op basis van moderne technieken die het mogelijk maken de ruimte voor meerdere doeleinden in te zetten en aan te passen. Daarnaast maken tal van eigenschappen mogelijk dat de accommodatie nagenoeg milieuneutraal gebruikt wordt. Natuurlijk verwerkt als één geheel met de bijzondere architectuur. Een aantal voorzieningen wordt doorgevoerd zoals: hoogwaardige isolatie, WTW installatie, zonnecellen en warmtepompen.

Wat biedt VnWal?

Van specifieke invulling tot volledig totaalprogramma

Overnachting, dagaccommodatie of eropuit. Compleet met eten en drinken.

Individueel of met een groep, privé of voor de zaak. Het kan.

VnWal biedt altijd een invulling op maat.

Bed & Breakfast **SLAPEN** aan de Braassem

Voor fietsers, wandelaars, recreatieve vaart en andere toeristen een overnachtingsplaats in de gemeente Kaag en Braassem. De locatie voor Bed&Breakfast kan 32 gasten herbergen voor overnachting.



Botenverhuur **ZELF VAREN** op de Braassem

Elektrische boten en kanoverhuur om zowel op de Braassem als in de polder te kunnen varen. Voor ieder soort vaarplezier een mogelijkheid.

Rondvaarten **VAREN** op de Braassem

Bob on Board heeft verschillende typen rondvaartboten beschikbaar welke passen bij de schaal en invulling van arrangementen.

Overnachting,
dagaccommodatie of eropuit.

Eten en drinken **GENIETEN** op/aan de Braassem

Gasten worden vanuit de streekgebonden keuken voorzien van eten en drinken:

- Ontbijt bij de Bed & Breakfast
- Catering tijdens de rondvaarten
- Als onderdeel van groepsarrangementen



Voor zowel gasten van de B&B als in combinatie met arrangementen.



In combinatie met alle recreatieve ondernemers in de regio worden flexibel samen te stellen pakketten aangeboden voor een halve of hele dag uit of een geheel verzorgd weekend op en rondom de Braassem.

KORTOM:...



Bed, Breakfast & Break Out

Slapen



Zelf varen



Arrangementen



Proef de streekgebonden keuken



Rondvaarten



Fietsen



Dagje uit



Break out!

De Braassem op naar meer...

Vn**Wal**

SLAPEN AAN DE BRAASSEM

ZELF VAREN

ARRANGEMENTEN

RONDVAARTEN

PROEF DE STREEKGEBONDEN KEUKEN

FIETSEN

STREEKGEBONDEN DAGJE UIT

Individen en groepen
op en rond de Braassemermeer.

Wie is de klant?

Hedonisten, vitalen en traditionelen

Deze drie groepen hechten in meer of mindere mate waarde aan comfort, dynamiek en avontuur en echtheid. Zij zoeken actief en bewust naar een betekenisvolle invulling van het leven en hebben daar geld en tijd voor over.

Socio-economische kenmerken

Middelbare tot hogere opleiding. Werkend maar ook tijd (over) voor waardevolle invulling van de vrijetijdsbesteding. Inkomen is hoger dan modaal met hoog besteedbaar inkomen.

Psychografische kenmerken

Sterke eigen persoonlijkheid, stelt eisen. Maar kent zijn plaats in de groep. Neemt verantwoordelijkheid. Hoge behoefte aan sociale omgang. Streeft naar balans in werk en vrije tijd. Is soms toe aan uitdaging. Hecht waarde aan comfort en authenticiteit. Neemt het leven zoals het komt. Liever puur en losjes dan volgens een strak patroon. Wel waarden en normen maar kan afwijken van regels.

Demografische kenmerken

Leeftijd: 35 - 70, gezinssituatie, kinderen opgroeiend of uit huis.

Mediagebruik

Zoekt gericht en bewust op internet. Laat zich frequent informeren over mogelijkheden, maar leest slecht. Krant, magazine en RTV worden vluchtig en algemeen gelezen. Hecht veel waarde aan aanbevelingen van bekenden.

De klant met 4 doeleinden

Om het aanbod en de werving van klanten af te stemmen op de behoefte, onderscheiden we vier categorieën gasten. De gebruiker zoals hiervoor omschreven in de algemene doelgroep kan zowel een zakelijke als privé gast zijn.

1 Individuele recreant vrije tijd

Deze doelgroep reist vaak in een koppel en een klein gezelschap. Zoekt een specifieke daginvulling en/of overnachtingsmogelijkheid. Hebben meerdere korte trips. Zoeken actief naar een waardevolle en inspirerende maar toch ook comfortabele invulling van trips en verblijf.

2 Groepsrecreant vrije tijd

Deze doelgroep is op zoek naar een compleet en harmonieus programma met voor elk wat wils. Groepsgevoel en tevredenheid staan centraal. Is incidenteel en zoekt actief naar invulling.

3 Individuele zakelijke gast

Zoekt vooral een praktische en comfortabele overnachtingsoplossing tijdens zijn zakelijke trips.

4 Zakelijke groepen

Zoeken accommodatie voor zakelijke groepsaangelegenheden zoals een bedrijfsuitje. Met daarbij de nodige inspirerende onderdelen om te werken aan nieuwe energie en teamgeest binnen afdeling of bedrijf.



Wat wil de klant

Deze groepen en hun vrije tijd en trips

Deze groepen gaan enkele malen per jaar individueel of in de groep erop uit. Hebben meerdere korte trips. Zoeken actief naar een waardevolle en inspirerende maar toch ook comfortabele invulling van trips en verblijf. Deze zijn onderverdeeld in twee subdoelgroepen op basis van het onderzoek van de Recron.

De doelgroep "ingetogen aqua" (Recron)

Vakantiegangers in het segment aqua kunnen als rustig en ruimdenkend worden getypeerd. In deze belevingswereld vinden we veel empty nesters, die weer tijd hebben voor hun eigen hobby's en interesses. Inspirerende maar rustige vakanties horen daar ook bij. In Nederland gaat men graag meerdere keren op pad, op een rustig moment naar de (kleinere) camping of bungalowpark met veel privacy. Cultuur en (kalme) sportieve mogelijkheden - wandelen, fietsen, nordic walking - worden gewaardeerd.

De doelgroep "avontuurlijk paars" (Recron)

Avontuurlijk paars is de wereld van mensen die graag iets nieuws willen beleven of ontdekken in hun vakantie. Gewoon is niet goed genoeg voor deze groep. Ze gaan op zoek naar een bijzondere ervaring. Dat mag een tikje wild zijn - een boomhut of een survivaltent - maar het bijzondere kan 'm ook zitten in het beleven van luxe en exclusiviteit. Avontuurlijk paars is meer met zichzelf bezig dan met de anderen. U trekt ze dus eerder met iets individueels dan met het 'groepsgebeuren'.

Comfort, dynamiek,
avontuur en echtheid.

● Ruimte, rust, water,
licht, landschap

Vakantiegevoel

Ontspanning

● Cultureel erfgoed

Inspiratie

Verwenerij

Wat vindt hij al
maar kan
nog beter...

● Kwaliteit, comfort en
extraatjes binnen de faciliteiten

In de vetgedrukte behoeftes liggen de grootste kansen waaraan het concept op een onderscheidende en relevante manier invulling kan geven. De merkidentiteit geeft als het ware antwoord op deze vragen.

Wat wil hij
nog **wat** er
niet is...

● Ongecompliceerd

● Persoonlijke aandacht waardering

● Het gemak van een totale
op maat oplossing aan één loket

Wellness

Verrassing /anders dan anders

Geen gedoe

● Vermaak en entertainment

● Bijzondere plekjes

Het verhaal ergens achter

● Authentieke / karakteristieke mensen
en producten van een streek

Geen standaard of
massa concept

Intense beleving,
daardoor echt even weg

● Verrassing en geprikkeld worden

Nergens aan hoeven denken

Hoe ziet VnWal eruit?

Inhoud

VnWal bestaat uit de onderstaande 3 onderdelen:

VnWal bed&breakfast en arrangementen

Er zijn twaalf 2-persoonskamers en vier studio's beschikbaar welke zijn voorzien van een keukentje voor langer verblijf. De centrale ruimte wordt naast het ontbijt voor de gasten van de b&b ook gebruikt voor eten en drinken gecombineerd met arrangementen zoals varen en fietsen.

Bob on Board , rondvaarten

Bob on Board verzorgt al enkele jaren in de regio kleinschalige rondvaarten. De groepsgroottes variëren van 5 personen tot circa 50 personen. Daarnaast heeft Bob zijn vloot verder uitgebreid met aluminium elektrosluipjes waarmee bezoekers zelf een rondje kunnen varen over de meren of in de polder.

Bedrijfswoning

Omdat het recreatiebedrijf permanent aandacht en inzet vereist is het van cruciaal belang voor zowel VnWal als Bob on Board om ter plekke te wonen.

Ontwerp

Watermark

Het idee is om met VnWal een watermark neer te zetten zodat passanten en bezoekers deze mooie plek op het netvlies hebben staan. De voor- en achterzijde zijn geheel transparant en staan open naar de omgeving. Tevens geven de geschakelde daken een knipoog naar het achterliggende (historische) kassengebied.

Bouwkundig

Voor de opbouw is het Lofthome-concept gekozen (zie www.Lofthome.nl). Deze bouwwijze bestaat uit sandwichpanelen op een stalen constructie waaroverheen een sinusplaat wordt bevestigd. De uiteinden zijn hoofdzakelijk van glas en binnen wordt een extra ruimtelijk effect gecreëerd door te werken met vides. Enkele belangrijke voordelen van het bouwconcept zijn het lichte gewicht, prijsniveau (snelle bouwtijd) en zeer energiezuinig. Door gebruik te maken van warmtepompen en bijvoorbeeld zonnepanelen is het zelfs mogelijk om een energieneutraal gebouw neer te zetten.

Interieur

Voor de beleving van de gasten van VnWal is het van belang dat het interieur aansluit bij de bouwwijze en functie van het gebouw. Door een interieurarchitect zal dit verder uitgewerkt worden. Randvoorwaarden zijn water gerelateerd, luchtig en niet te strak zodat bezoekers zich snel thuis voelen op een bijzondere plek aan de Braassemermeer.

Omgeving

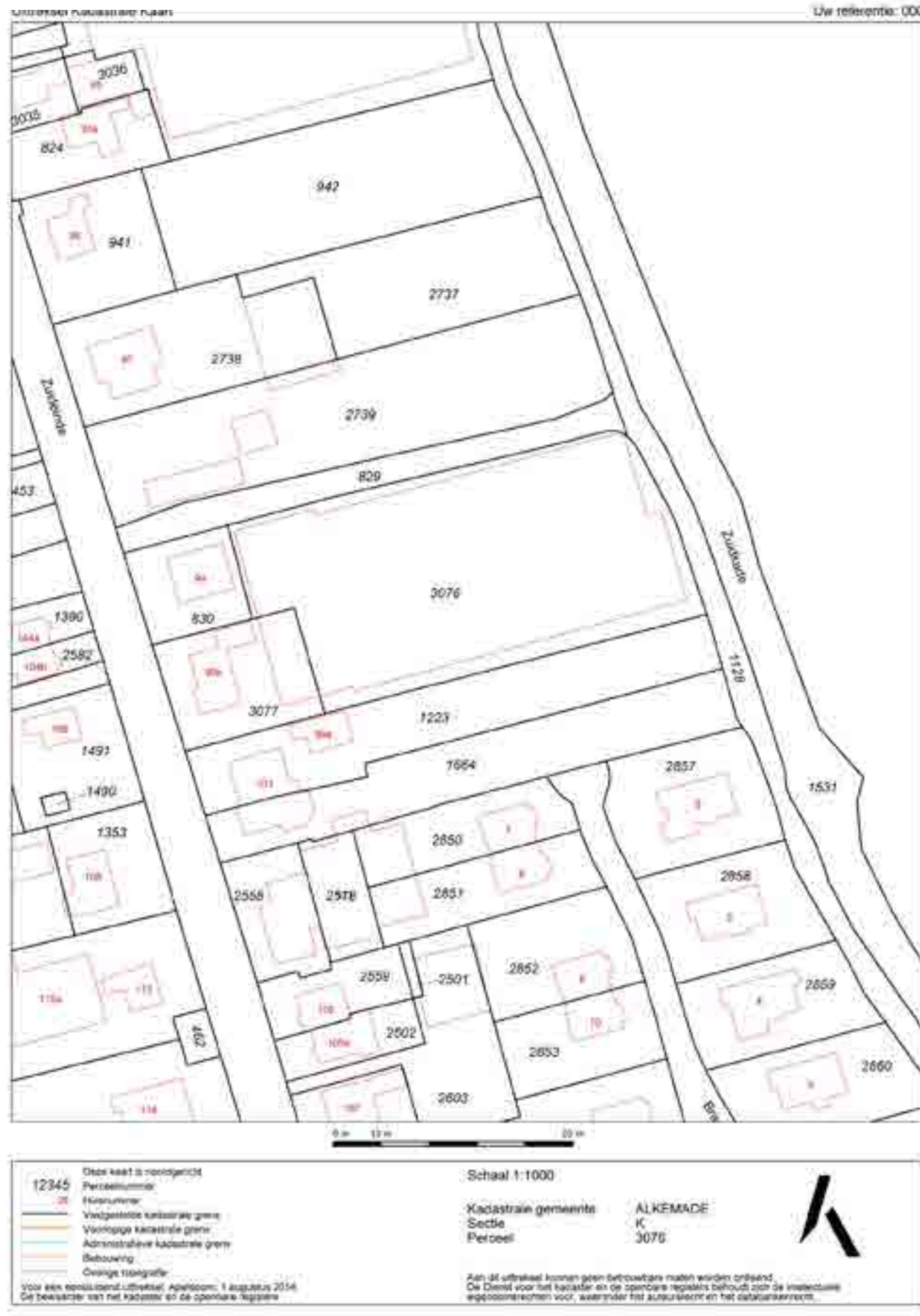
Wandelen door de polders en langs het water van Kaag en Braassem, een mooi gebied in het Groene Hart, vlak bij Leiden. De historie ontdekken en genieten van het gevarieerde landschap.

Op de fiets is Kaag en Braassem en de rest van het Groene Hart op een gemakkelijke en leuke manier te verkennen. Verschillende routes langs onze dorpen, door de polders en langs het water. Onderweg een tussenstop maken bij één van de gezellige terrassen, of even afstappen bij de boer om te proeven van verse streekproducten.

Vaar over de Kagerplassen, het Braassemermeer en de Wijde Aa, of doorkruis de vele sloten en poelen. Vanaf het water de schoonheid van het Groene Hart intens ervaren. Vanuit Kaag en Braassem is de binnenstad van Leiden gemakkelijk bereikbaar.



Locatie



Locatie



Locatie



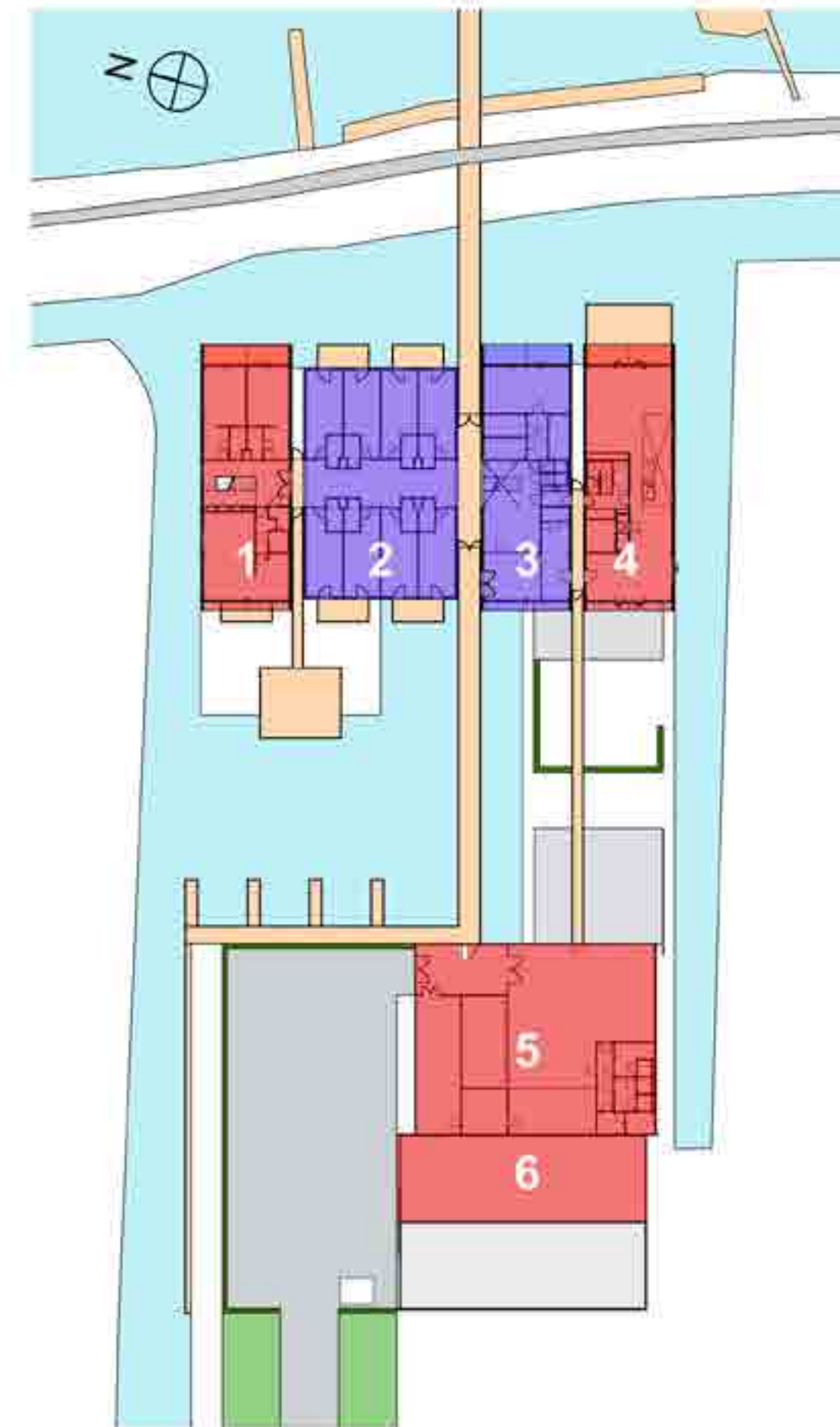
Locatie



Locatie, omgeving



Gebouwfuncties en fasering



FASE 1 █

FASE 2 █

GEBOUW 1 (fase 1)
Gebouw 1 bevat vier B&B kamers en vier studio's verdeeld over drie bouwlagen. De studio op de begane grond wordt in fase 1 als ontbijtruimte gebruikt.

GEBOUW 2 (fase 2)
Gebouw 2 bevat acht B&B kamers op begane grond niveau. Het dak van dit gebouw wordt ingericht als daktuin met terrassen.

GEBOUW 3 (fase 2)
Gebouw 3 bevat op de begane grond de entree en receptie, berging en een wasruimte. De eerste verdieping bevat de keuken, de ontbijt- en verblijfsruimte voor de gasten van de B&B. De tweede verdieping bevat een woning.

GEBOUW 4 (fase 1)
Gebouw 4 is een woonhuis.

GEBOUW 5 (fase 1)
Gebouw 5 is de reeds aanwezige kas, deze kas wordt opgeknapt en gereed gemaakt voor groepsarrangementen en als verblijfsruimte voor de gasten van de B&B.

GEBOUW 6 (fase 1)
Gebouw 6 is de reeds aanwezige loods. De loods wordt deels gesloopt en gereed gemaakt als opslagruimte.

Situatie 1:500



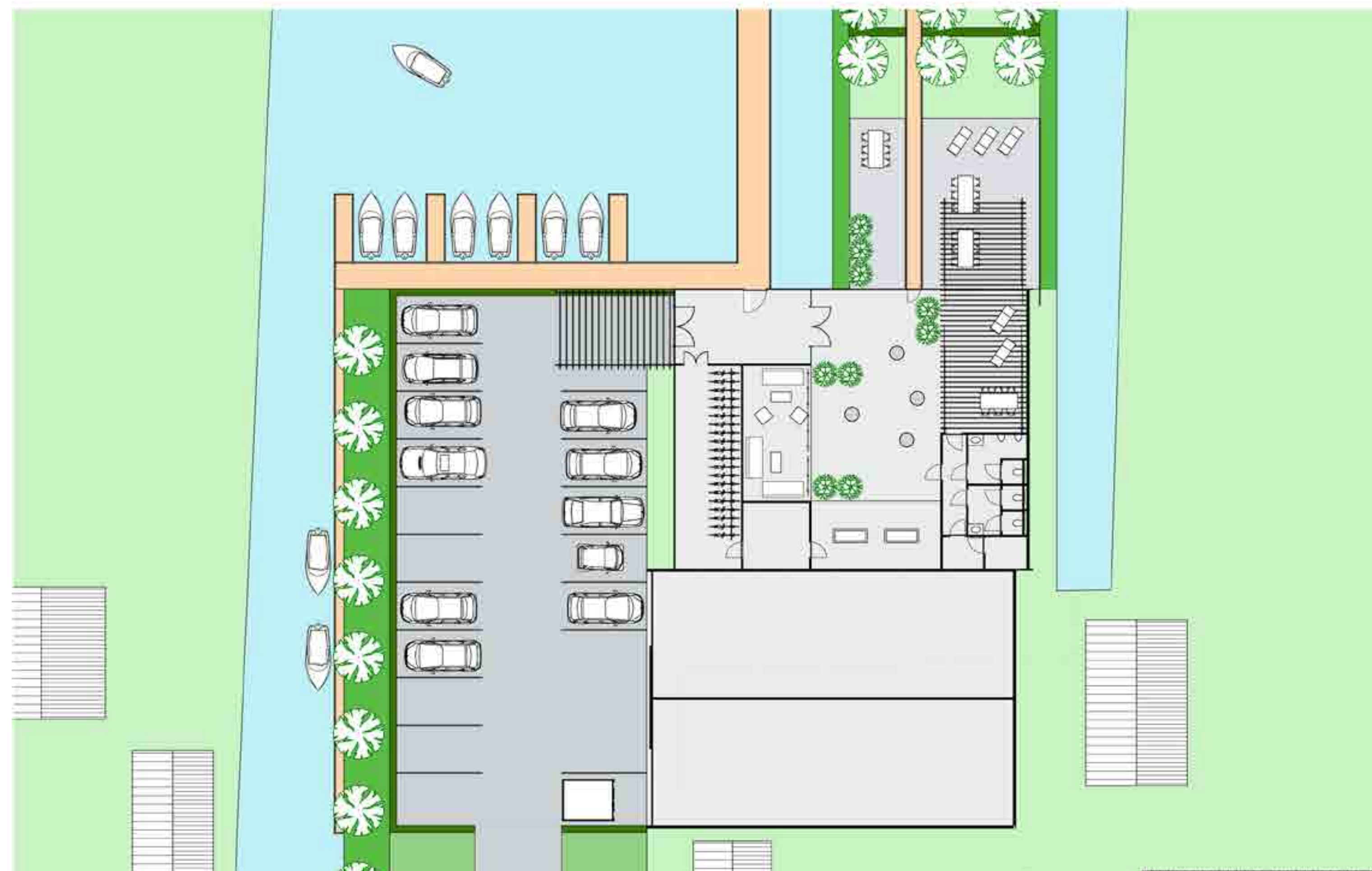
Situatie 1:500



Situatie 1:200



Situatie 1:200



Impressie



Impressie



Impressie



Impressie



Impressie



Impressie



Impressie



Impressie



Impressie



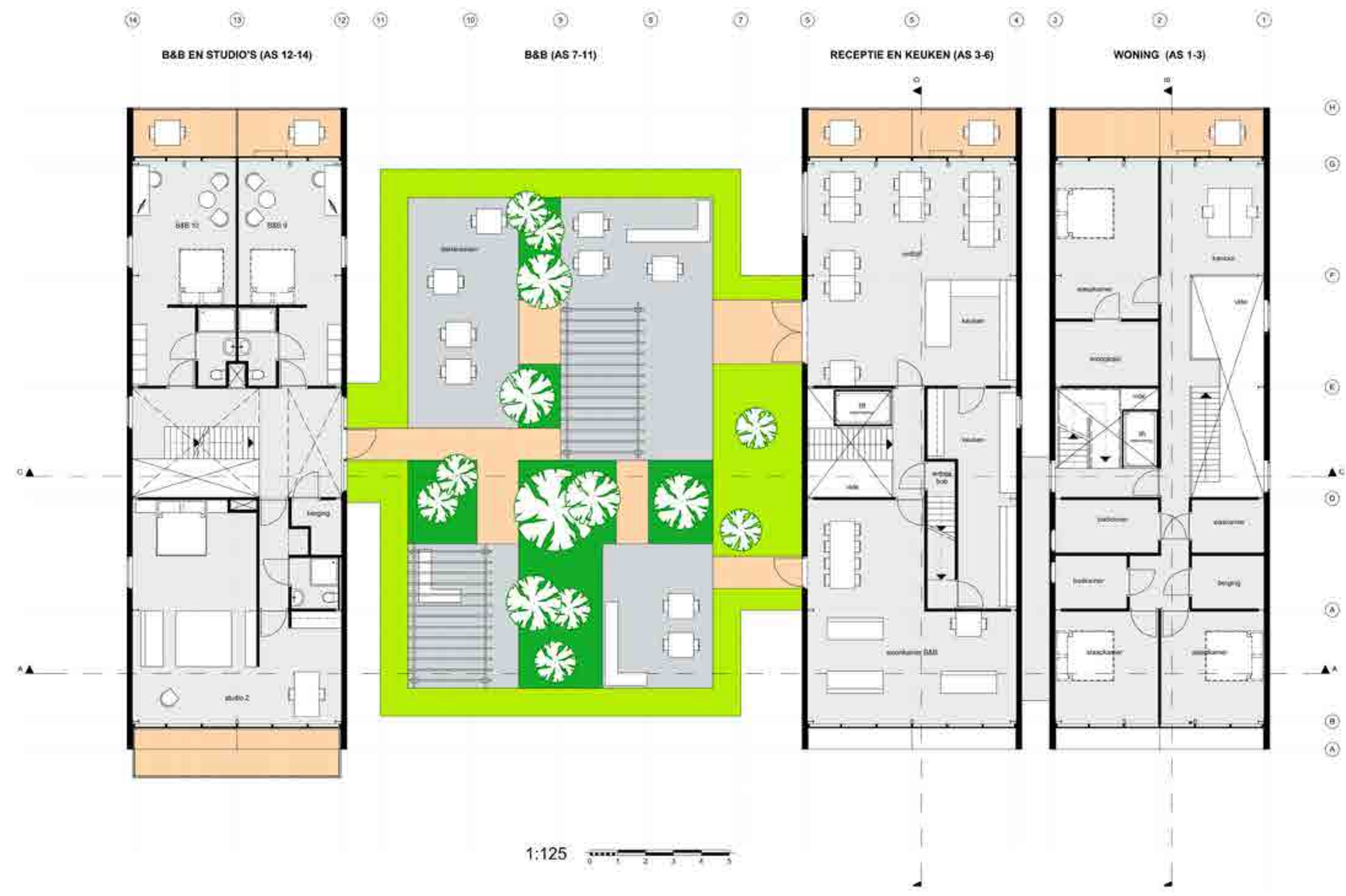
Impressie



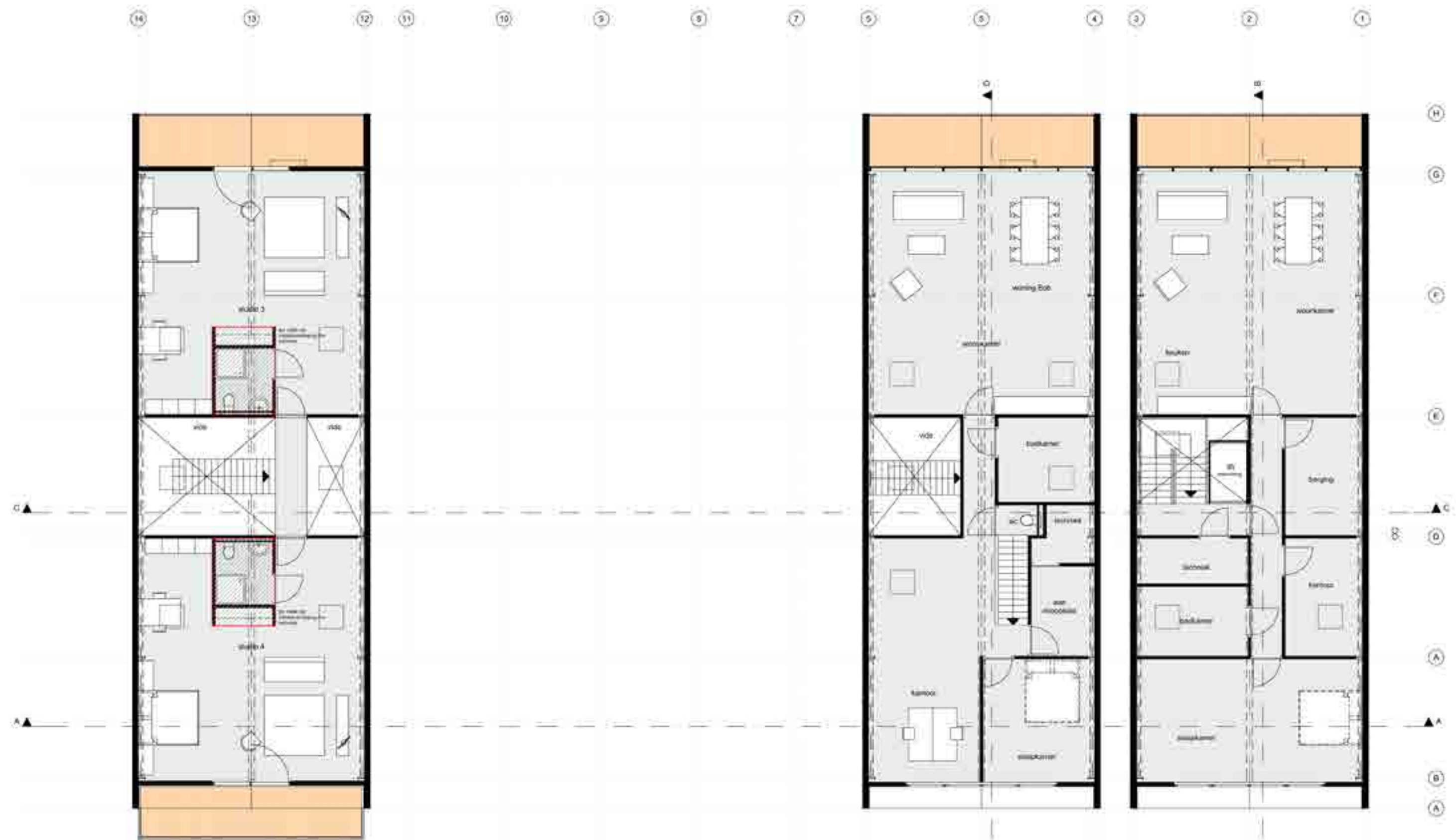
Plattegrond begane grond



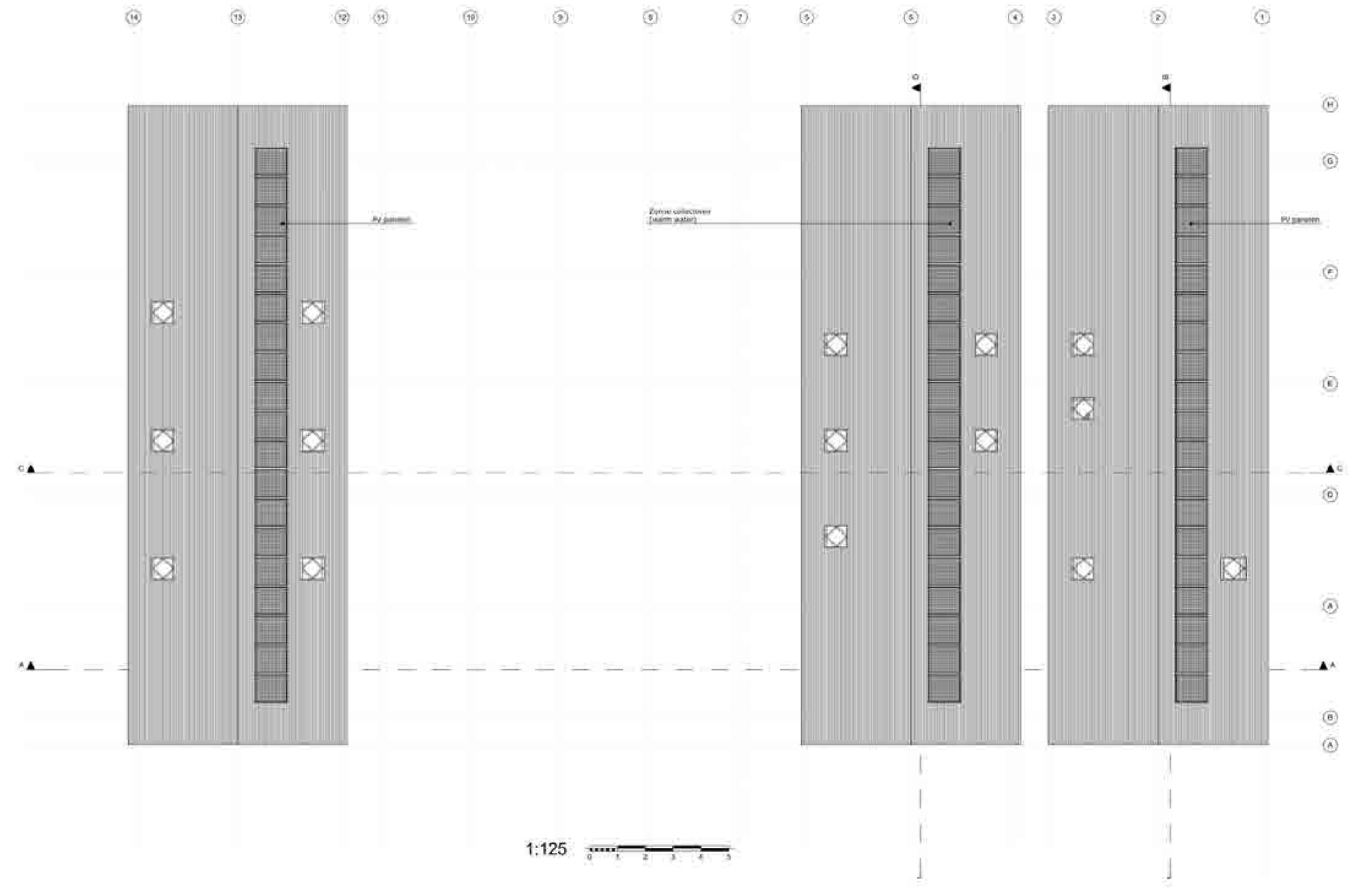
Plattegrond 1e verdieping



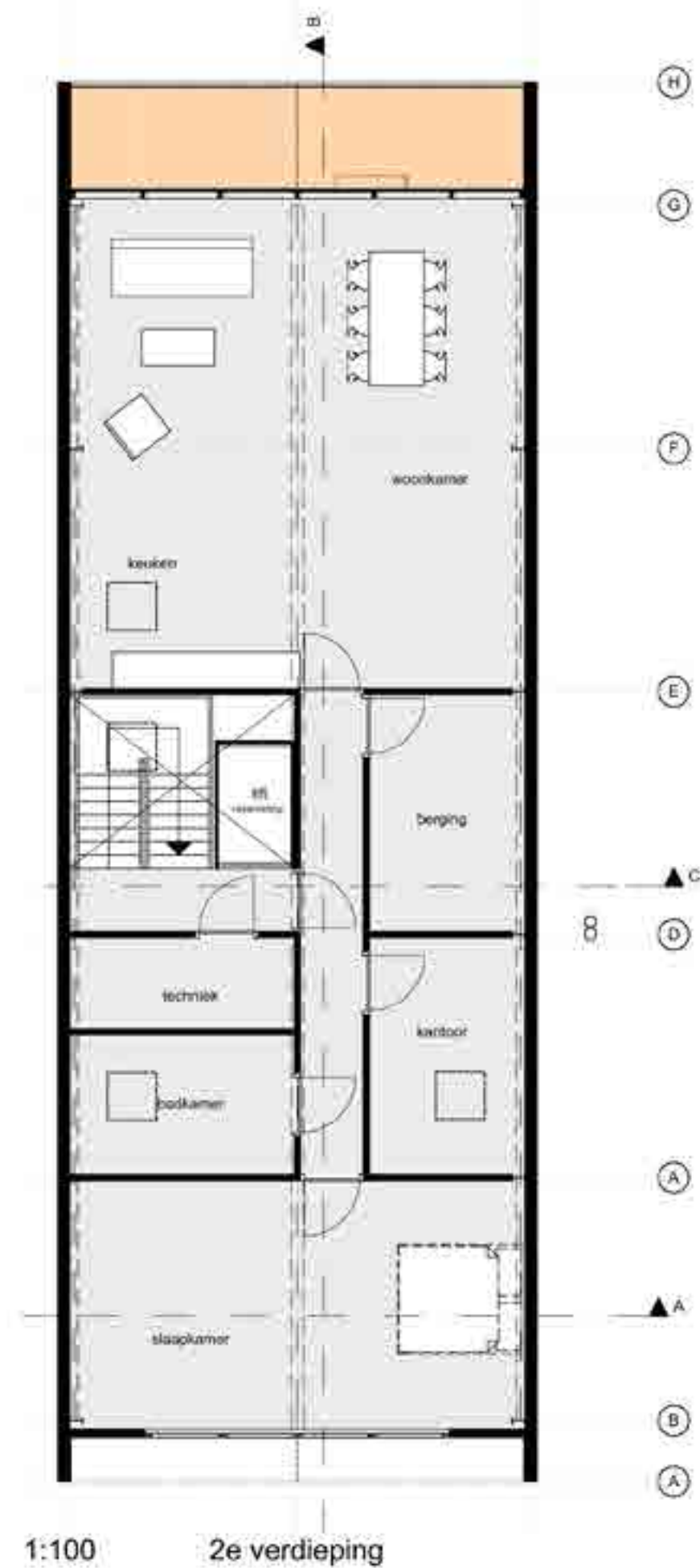
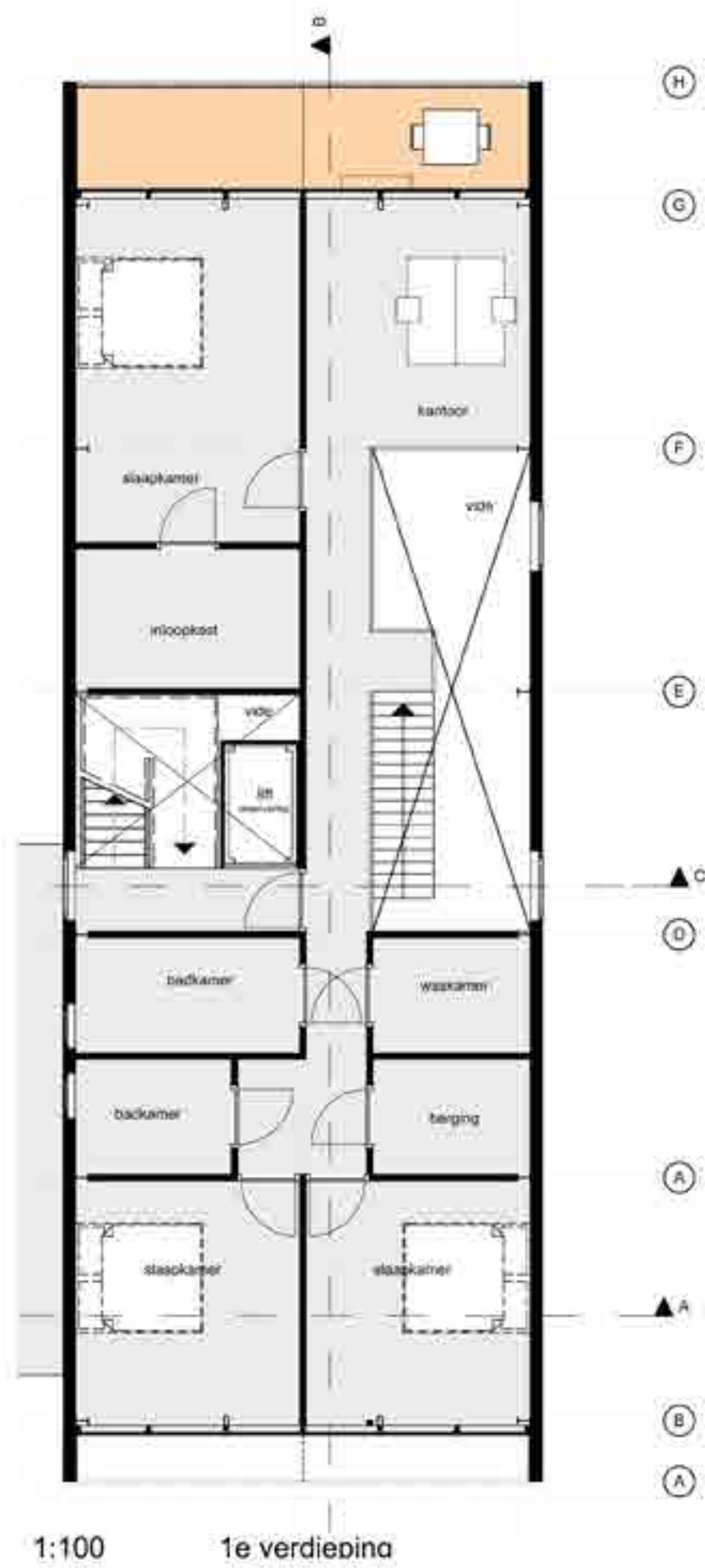
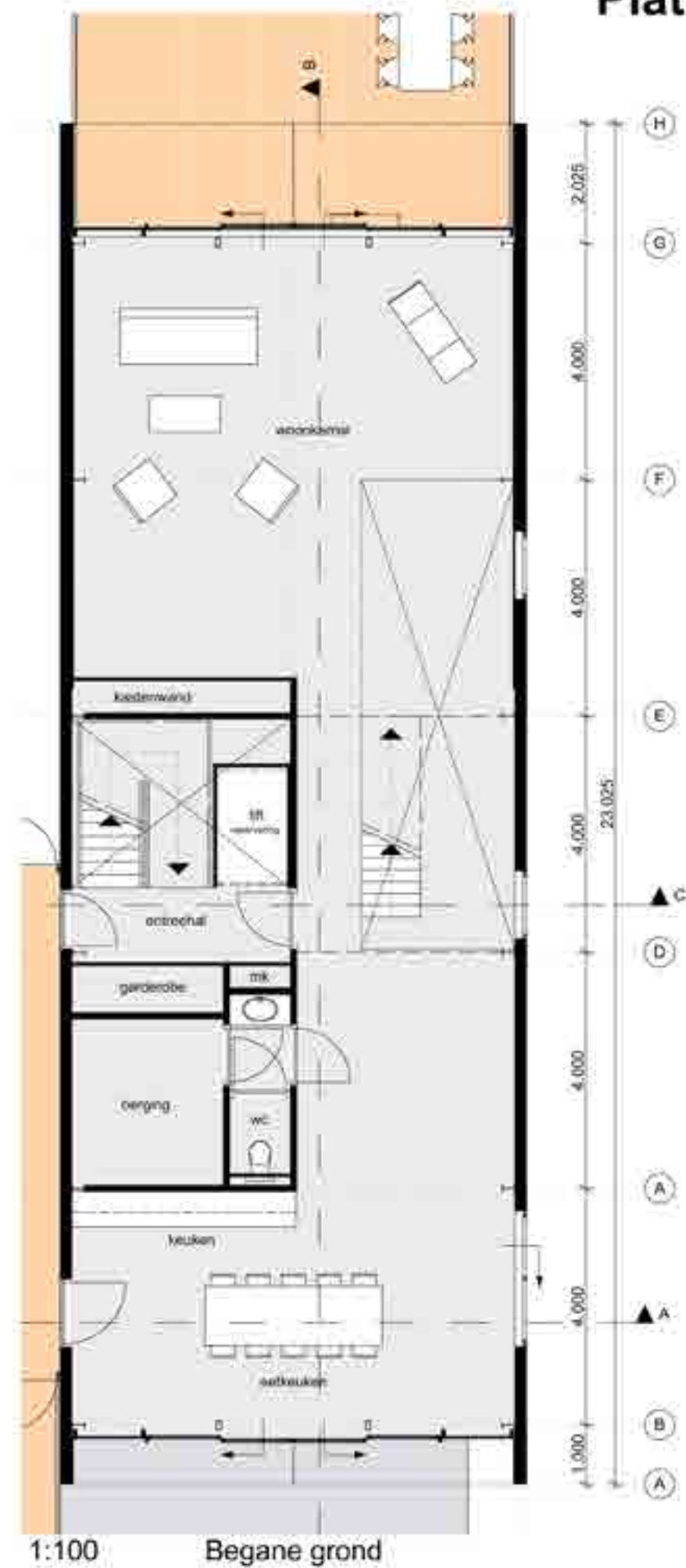
Plattegrond 2e verdieping



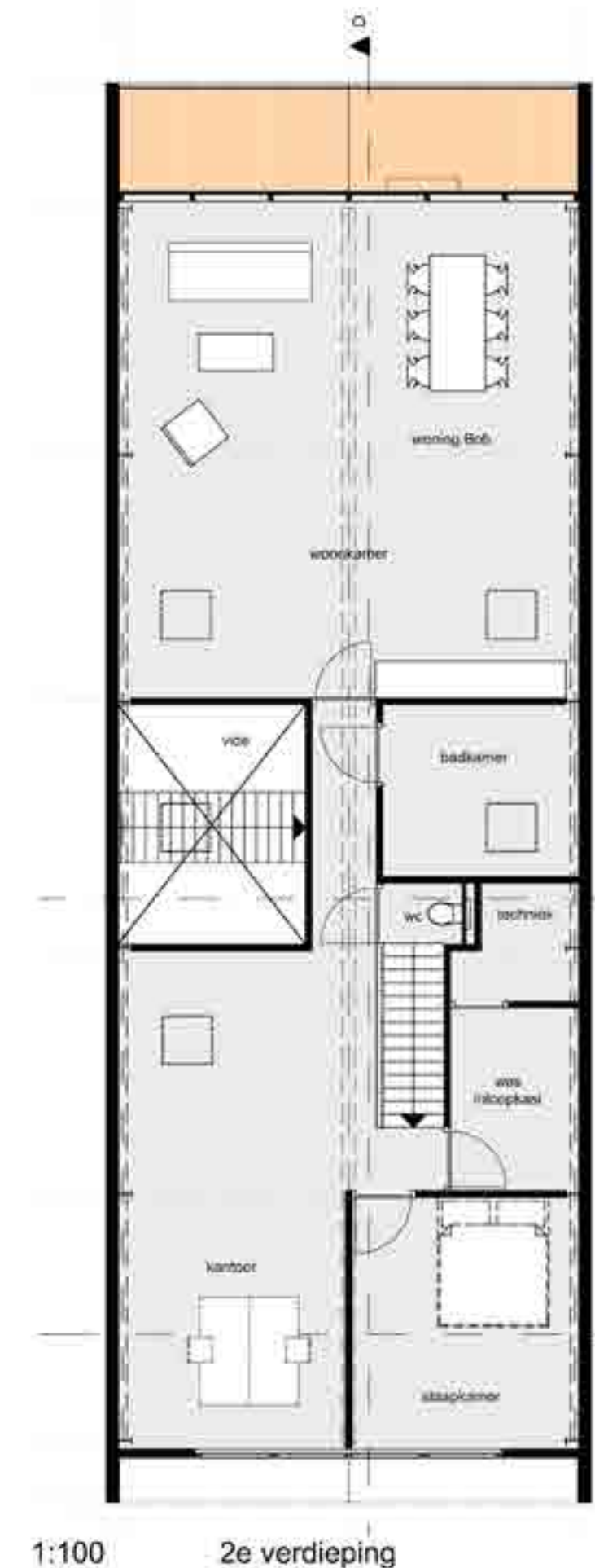
Plattegrond dakaanzicht



Plattegronden (woning Diane en John)



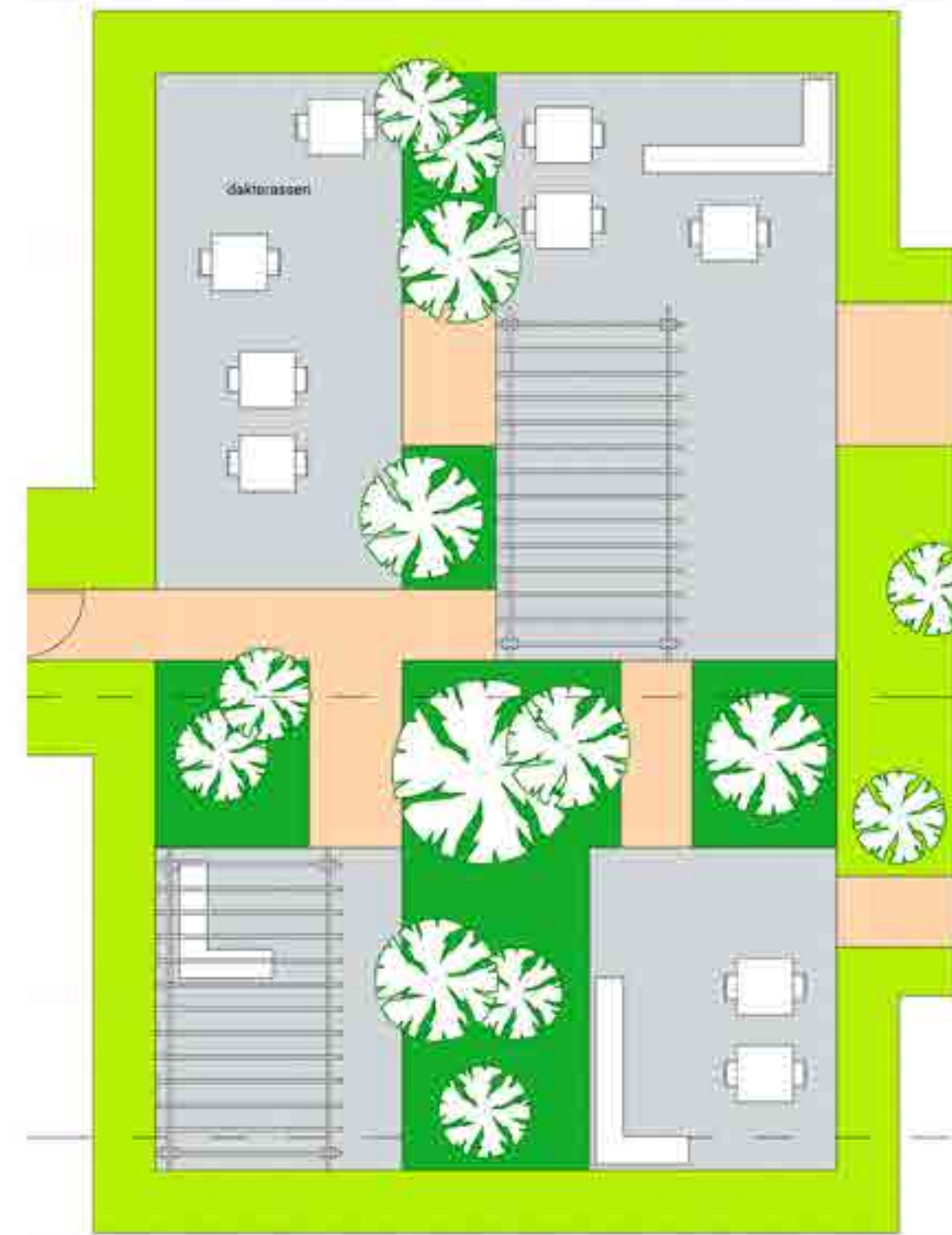
Plattegronden (ontbijt / woning Bob)



Plattegronden (B&B en dakterrassen)

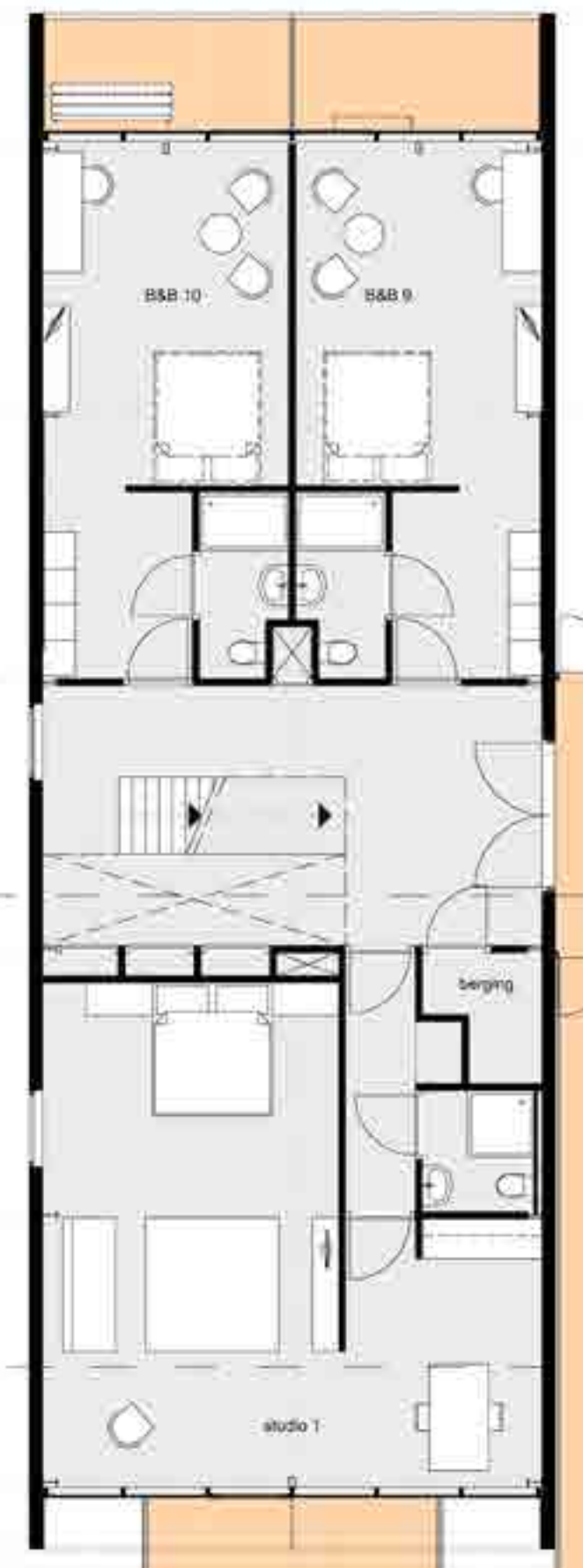


1:100 Begane grond

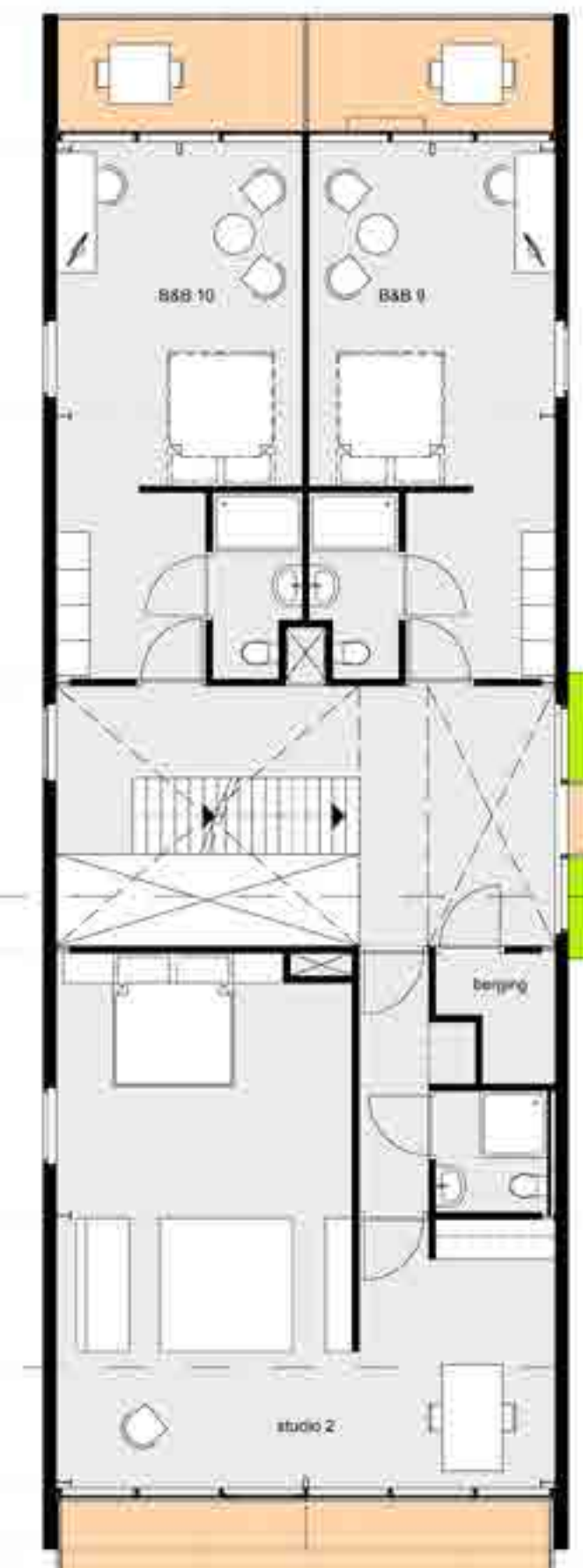


1:100 1e verdieping

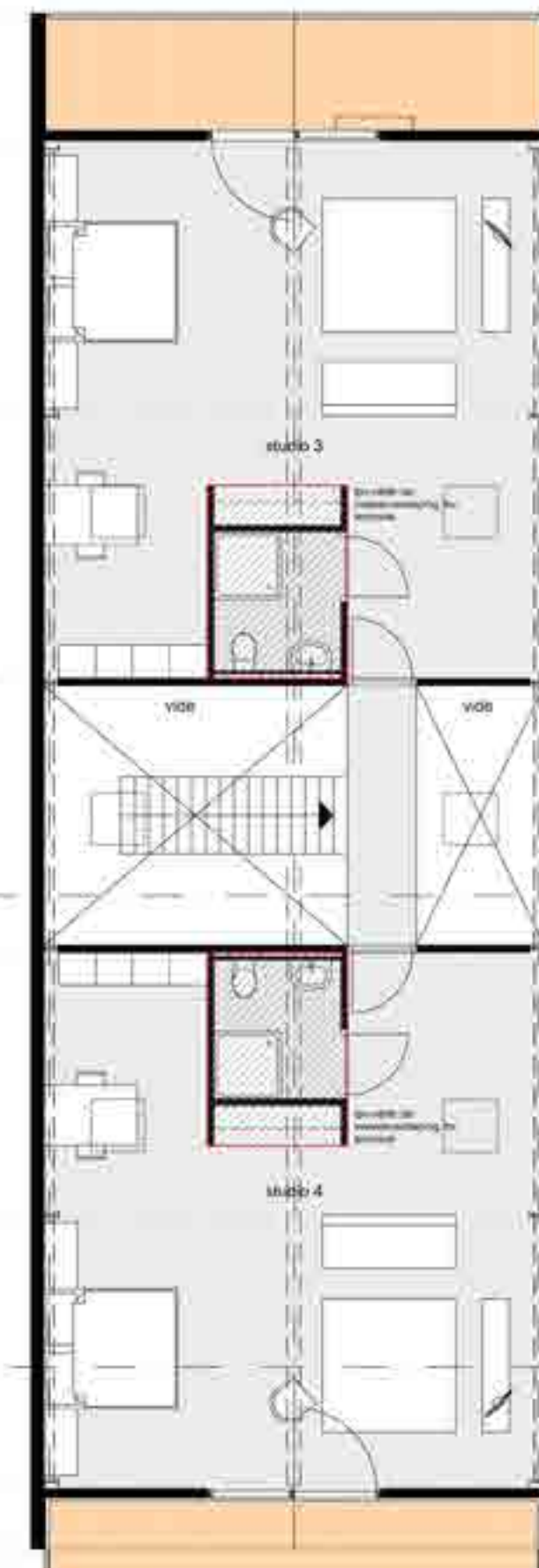
Plattegronden (B&B en Studio's)



1:100 Begane grond

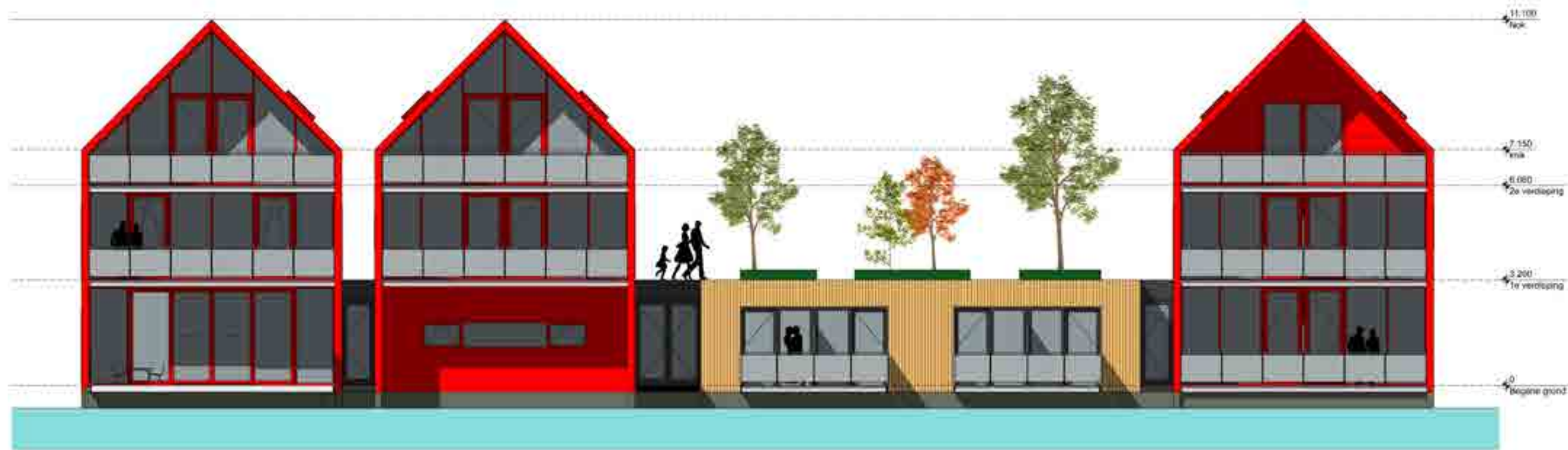


1:100 1e verdieping



1:100 2e verdieping

Gevelaanzichten

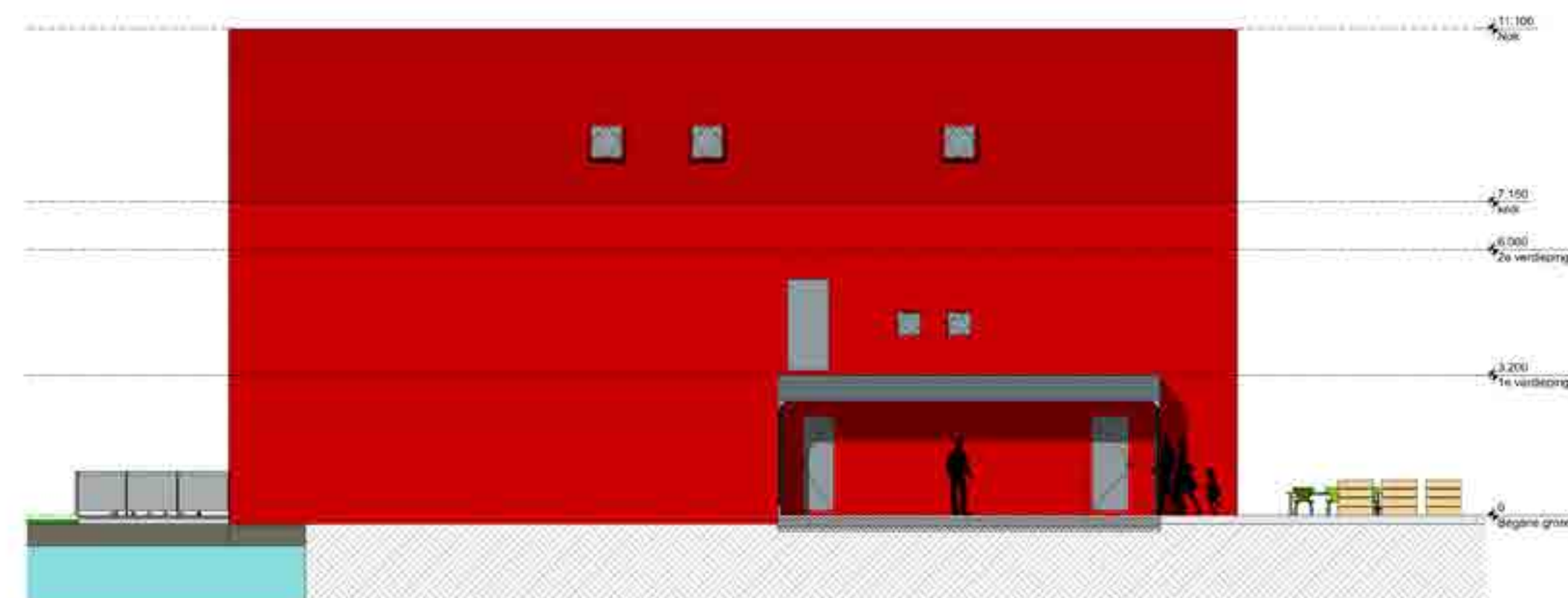


Oostgevel

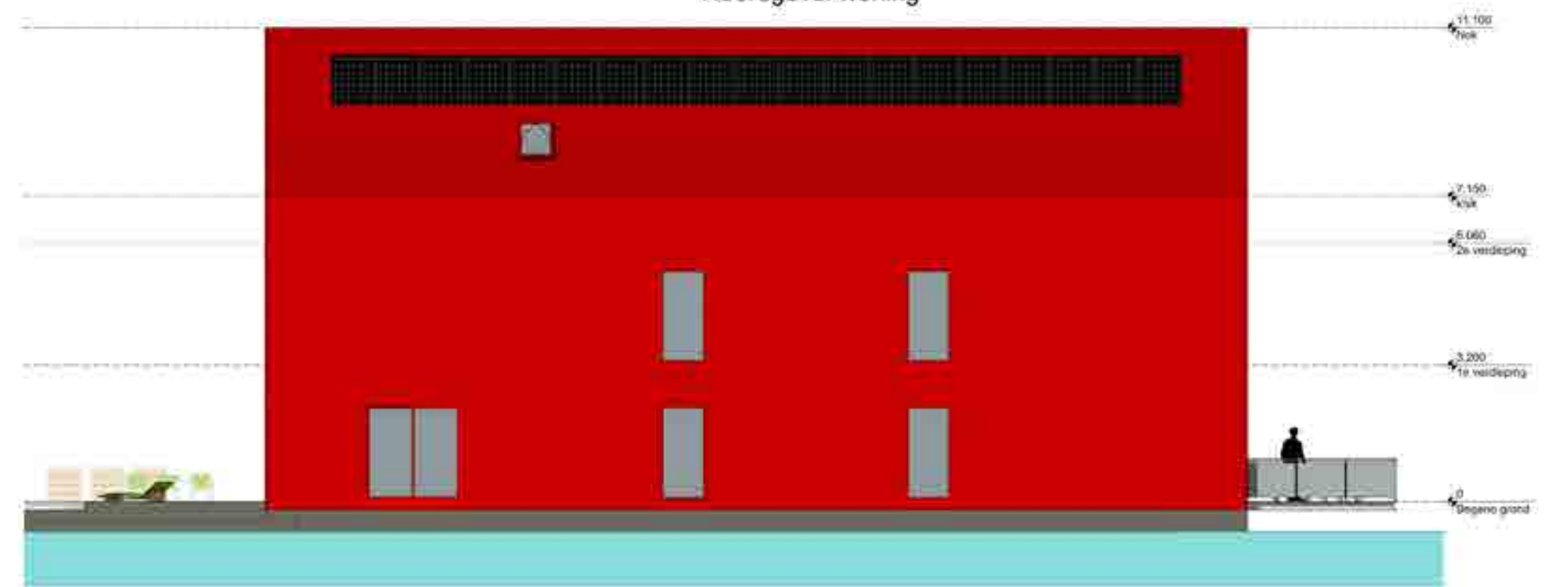


Westgevel

Gevelaanzichten

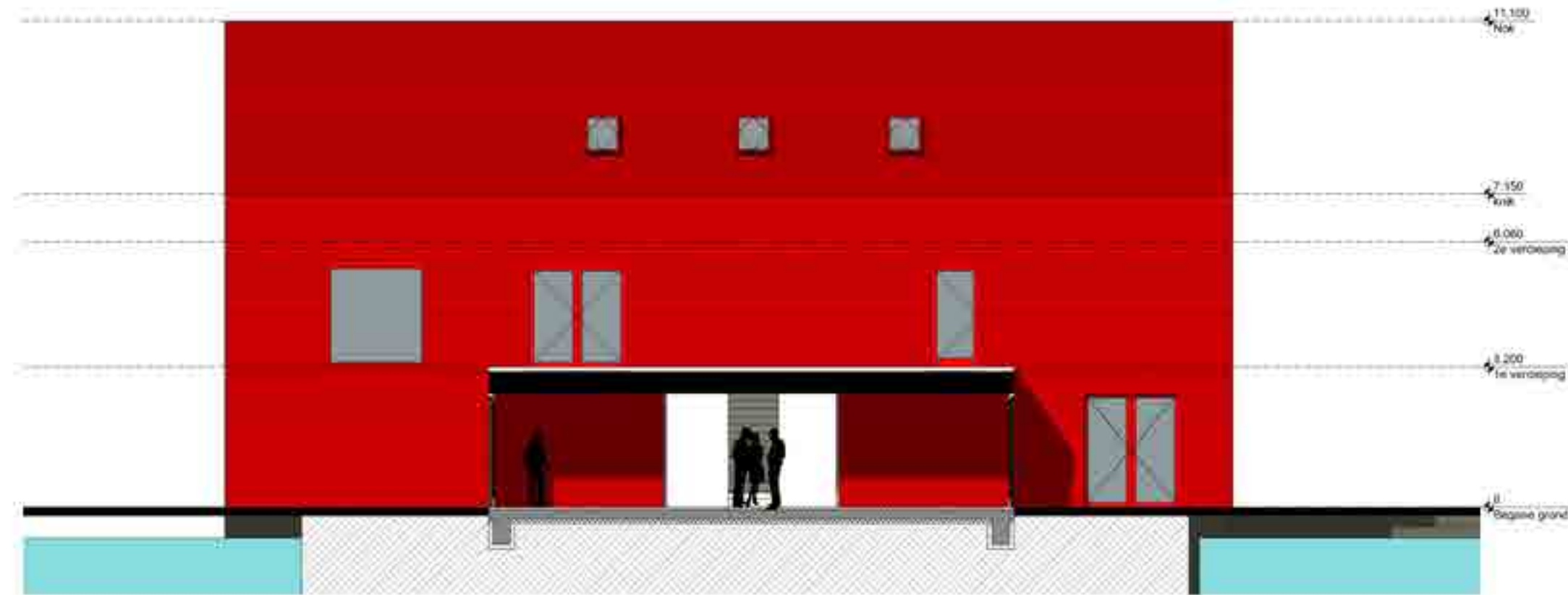


Noordgevel woning

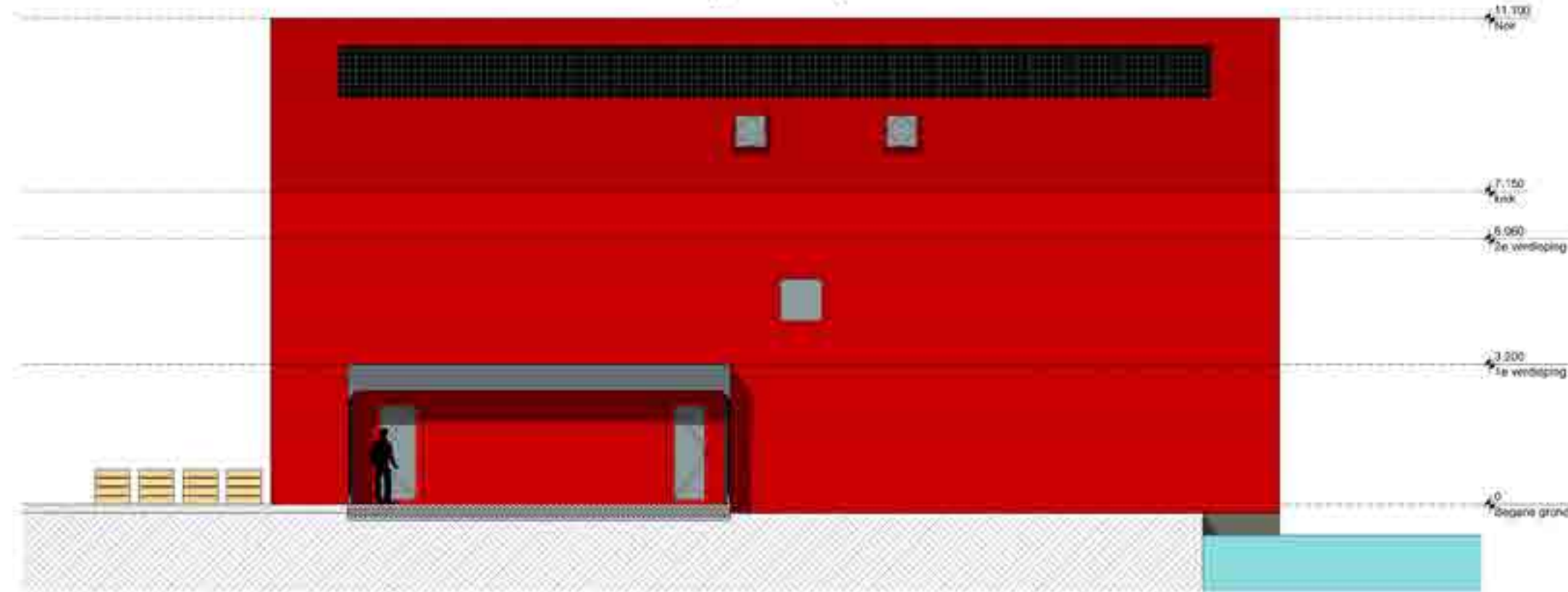


Zuidgevel woning

Gevelaanzichten

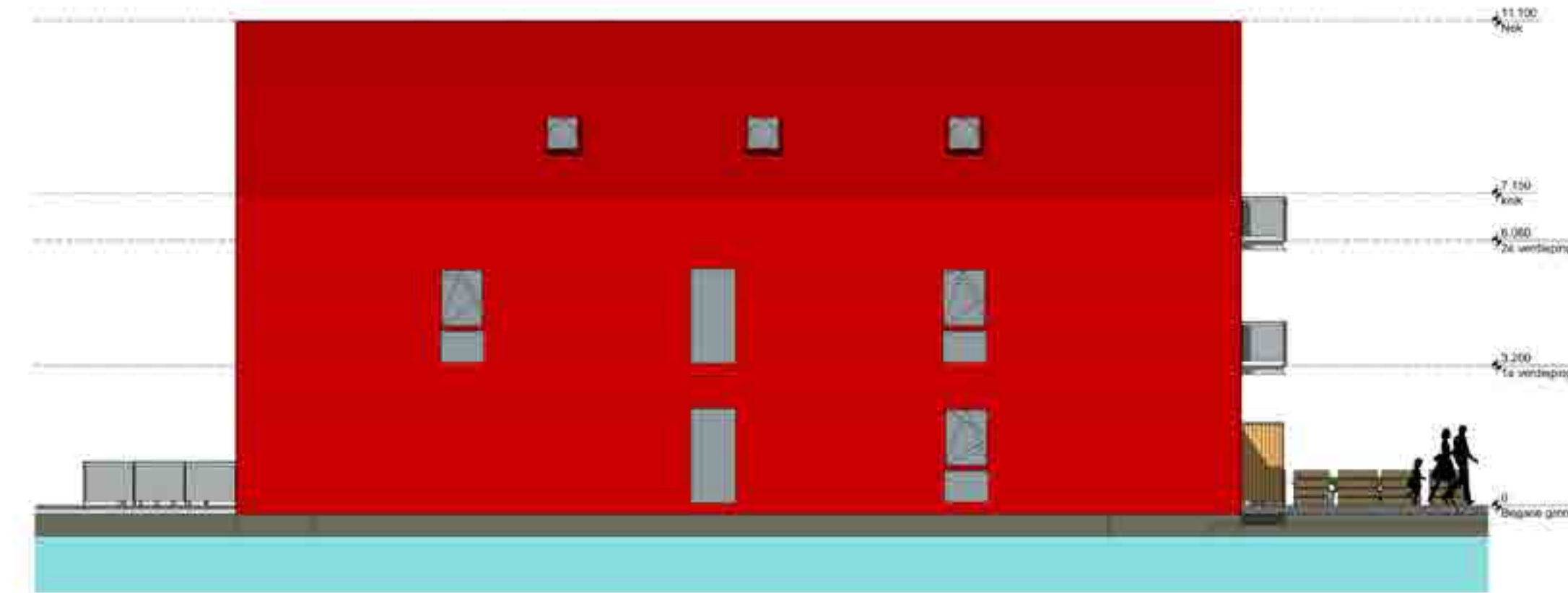


Noordgevel receptie & keuken



Zuidgevel receptie & keuken

Gevelaanzichten

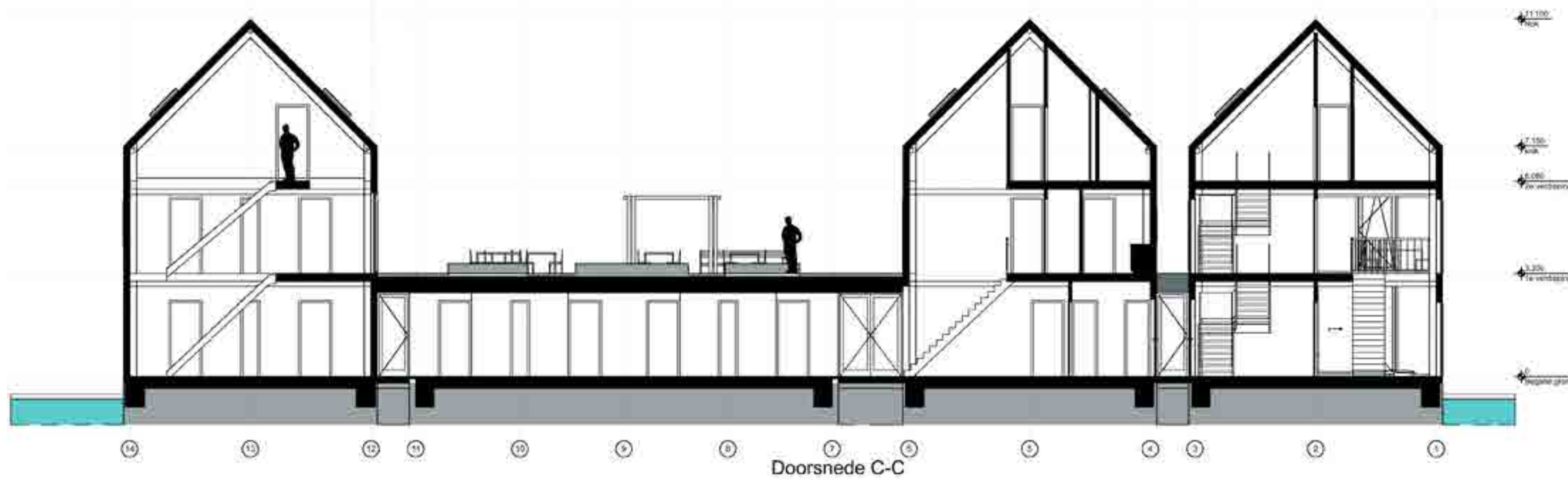
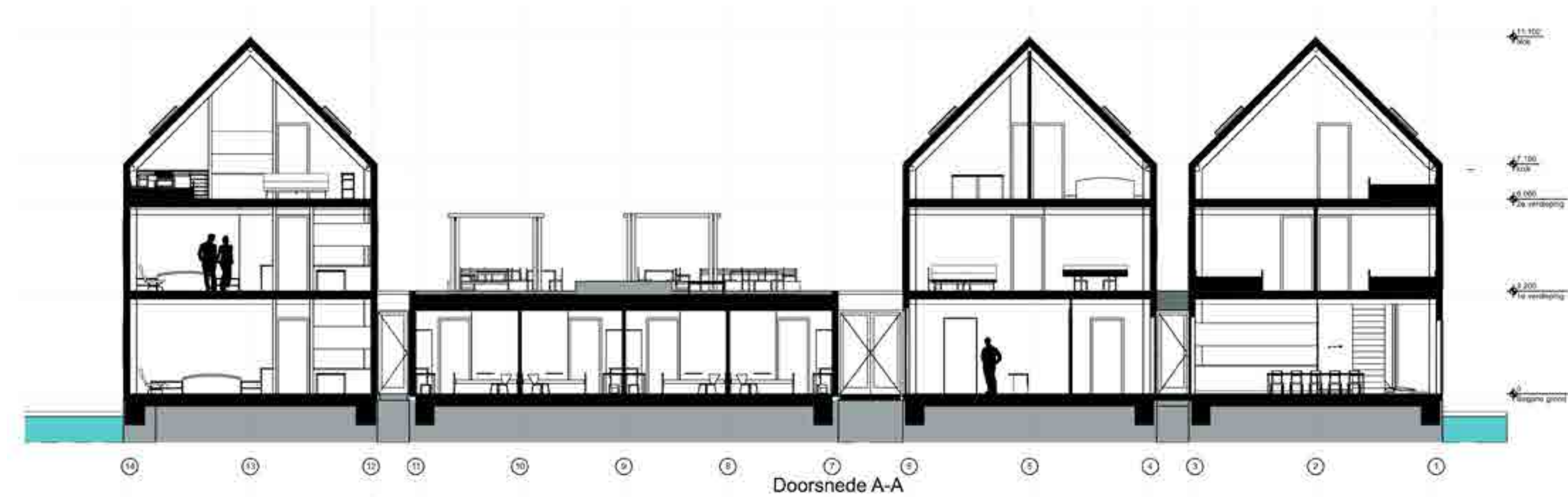


Noordgevel B&B en studio's

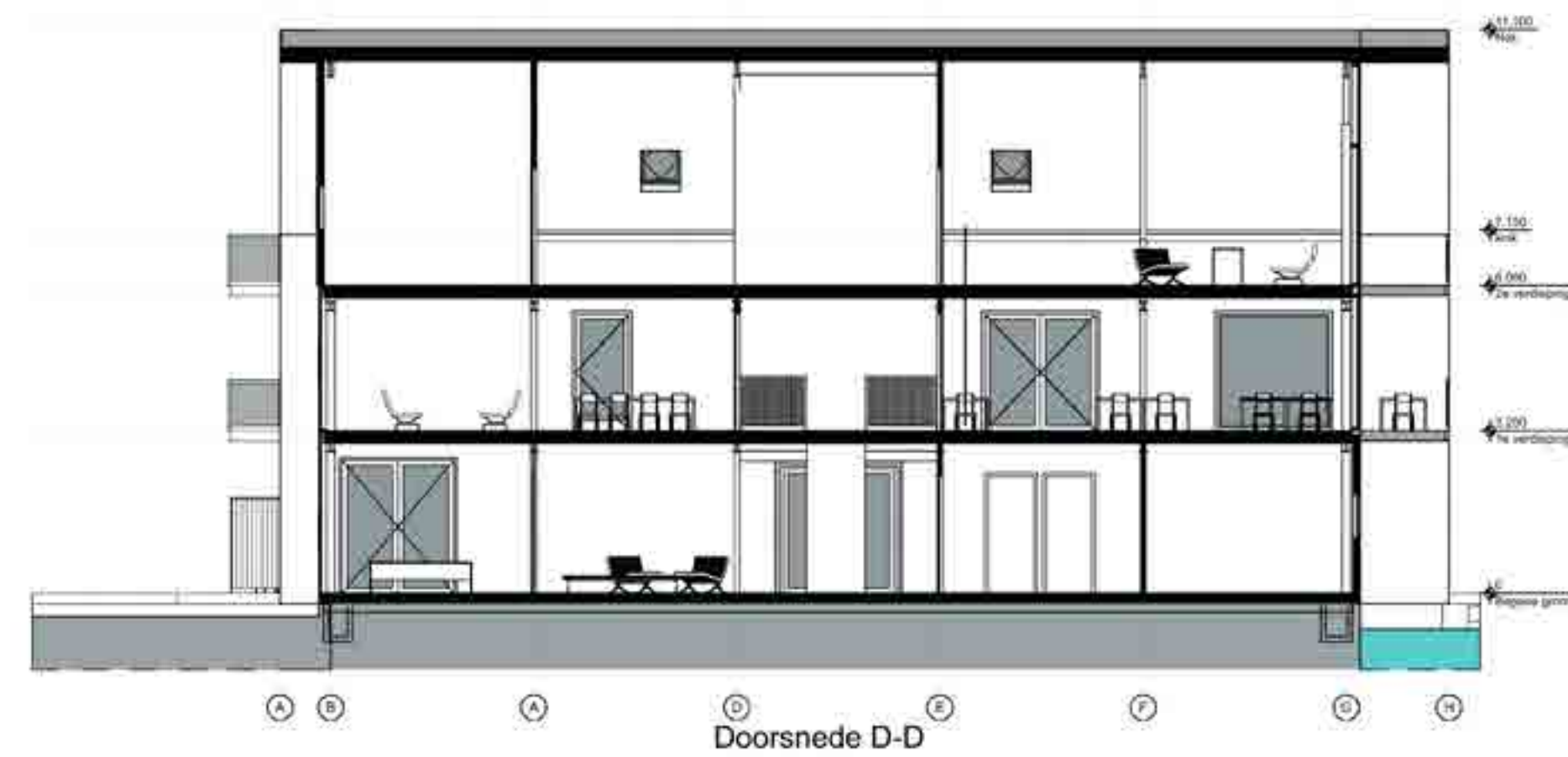
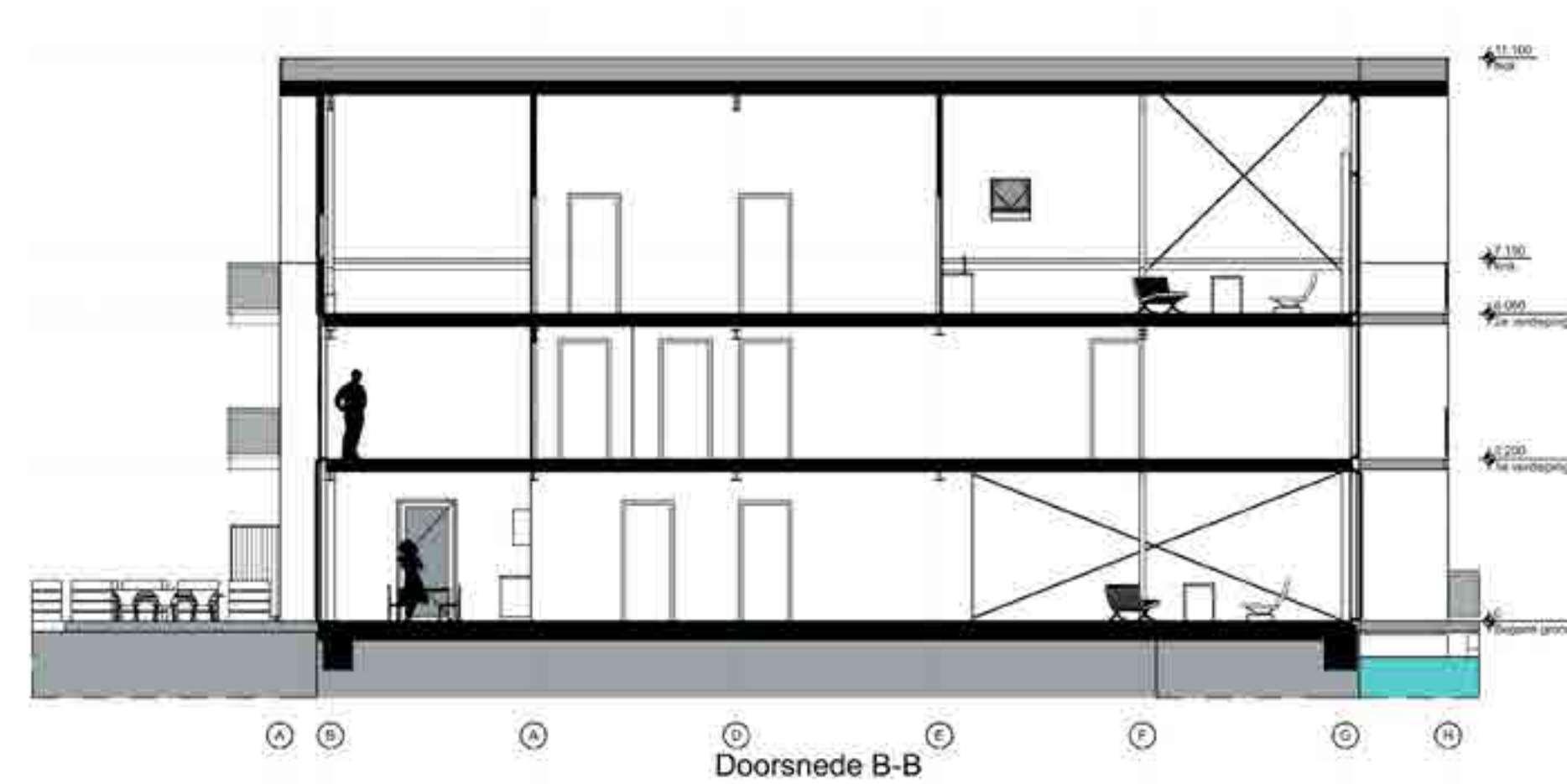


Zuidgevel B&B en Studio's

Doorsneden



Doorsneden



Lofthome referenties



Bezoekerscentrum Oostvaardersplassen, Lelystad

Lofthome referenties



bezoekerscentrum Oostvaardersplassen, Lelystad

Lofthome referenties



Lofthome Munnikeburen



Lofthome Rotterdam



Lofthome Lent

Materialisatie en detaillering



Stakeholders

Partners

Partners zijn andere initiatiefnemers die met hun eigen product of activiteit passen binnen het belevingsconcept en dus onderdeel van arrangementen kunnen worden. Los hiervan kunnen zij VnWal gebruiken om hun activiteiten te laten promoten.

Mogelijke partners

Bedrijven/ambachten om te bezoeken, polderwandelingen, fietstochten, bootverhuur, proeverijen andere gastronomische arrangementen, etc.

Voordelen voor partners

- Eigen aanbod wordt als meer waardevol ervaren door versterking van andere programmaonderdelen.
- Makkelijke extra vorm om meer klanten binnen te krijgen.
- Professionele promotie, goed voor meer bereik van klanten.

Commerciële samenwerking

- Tarieven voor separate promotie.
- Provisie per verkocht programmaonderdeel.

Investeerdere

Investeerdere investeren mee in geld en kennis en betrokkenheid in bedrijfsvoering.

Voordelen voor investeerdere

- Rendement van een groeiende sector en een concurrerend concept.
- Duurzaam op lange termijn door visie op groeimogelijkheden.
- Imago ondersteunend door het onderscheidende karakter van het concept.

Kaag en Braassem

VnWal streeft ernaar om van sociale, en economische betekenis te zijn in haar directe omgeving.

Voordelen voor gemeente, provincie, hoogheemraadschap

- Scheppen van nieuwe werkgelegenheid.
- Wezenlijke bijdrage aan de groei van de bedrijfstak door arrangementen.
- Concrete bijdrage aan en belichaming van de merkidentiteit van Kaag en Braassem.
- Stimuleert samenwerking tussen ondernemers.

Toeleveranciere

Ook toeleveranciere versterken hun imago door te laten zien waarin zij hebben bijgedragen aan het waarmaken van het belevingsconcept.

Briefing aan leveranciere

- De merkbelofte.
- Doelgroepen en hun belevingswereld.
- Het belevingsconcept in het kort, aanbod, beleving en associaties.

De opdracht

- Bedenk op welke manier jij de beleving van VnWal terug ziet in jouw concrete product.
- Denk daarbij buiten de gebaande paden en stap in de schoenen van de bezoeker.
- Toetsingcriteria: Verrassend, inspirerend, uniek, aanwijsbare herkenningpunten van het belevingsconcept.



Betrokkenheid.



Colofon

Initiatiefnemers:

Bob Hoogenboom: Bob on Board

Diane Hoogenboom en John Willemsen

Verder werkten mee aan dit concept:

Erma Rotteveel en Arjan Bakker van Windkracht 10: merkstrategie en concept.

Blok Kats van Veen Architecten - H. Hardeman B.V. : locatieontwerp