



# UITBATERSBEVRAGING KAMPAS

ANALYSE

2024



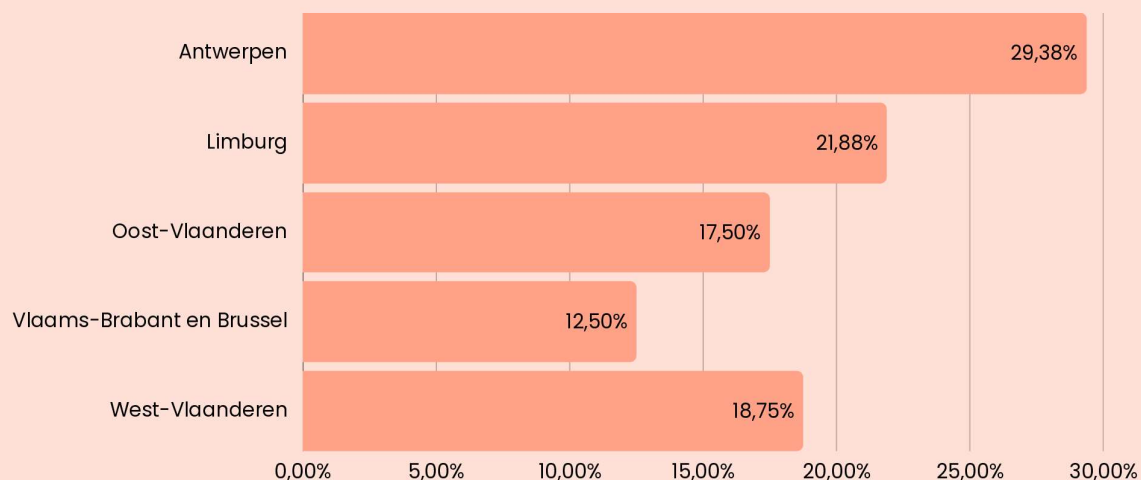
Centrum voor Jeugdtoerisme<sup>vzw</sup>

In augustus 2022 lanceerde het Centrum voor Jeugdtoerisme [kampas.be](https://www.kampas.be). Dit platform biedt (jeugd)groepen op één centrale plek een overzicht van grote verblijfsaccommodaties die aansluiten bij hun wensen en mogelijkheden. Het doel? De perfecte match vinden.

Sinds de lancering heeft Kampas niet stilgestaan. Dankzij feedback van gebruikers werd het platform voortdurend verbeterd. Twee jaar later is het tijd voor een grondige evaluatie. Dit doen we onder andere door rechtstreeks ervaringen van uitbaters te verzamelen. Het resultaat is dit rapport. Daarnaast verwerkt CJT de concrete feedback in een roadmap die de verdere uitbouw van Kampas richting geeft.

## OVER DE BEVRAGING

Op 4 december 2024 werd de enquête verzonden via een mailing naar alle 538 uitbaters van kampeerterreinen en jeugdverblijven met een actief account op Kampas. Op 19 december volgde een herinneringsmail. Daarnaast werd ook via Facebook opgeroepen om de vragenlijst in te vullen. In totaal reageerden 160 uitbaters, waarvan 90 % de enquête volledig heeft ingevuld. De provinciale spreiding van de reacties weerspiegelt het geografische aanbod van de accommodaties.



De vragenlijst richtte zich voornamelijk op de tevredenheid over verschillende functionaliteiten van Kampas, zoals promotie, de online boekingsmodule, de boekingsservice door CJT en de statistiekenmodule. De 81 vragen waren via ingebouwde logica afgestemd op die uitbaters die gebruik maken van deze functionaliteiten.

Respondenten konden hun antwoorden verduidelijken en concrete feedback geven via open tekstvelden. Deze waardevolle input werd verwerkt in een roadmap voor de verdere optimalisatie en uitbreiding van het platform. Hoewel de vragenlijst anoniem kon worden ingevuld, registreerden maar liefst 102 respondenten vrijwillig een e-mailadres. Dankzij deze gegevens konden we enkele uitbaters gericht ondersteunen op basis van hun feedback.



## DE BEVINDINGEN

De uitbatersomgeving van Kampas wordt erg frequent gebruikt. Liefst 51 % geeft aan wekelijks of meer in te loggen. 93 % doet dat maandelijks, wat te verklaren valt door de vereiste maandelijkse registratie van overnachtingscijfers via het platform.

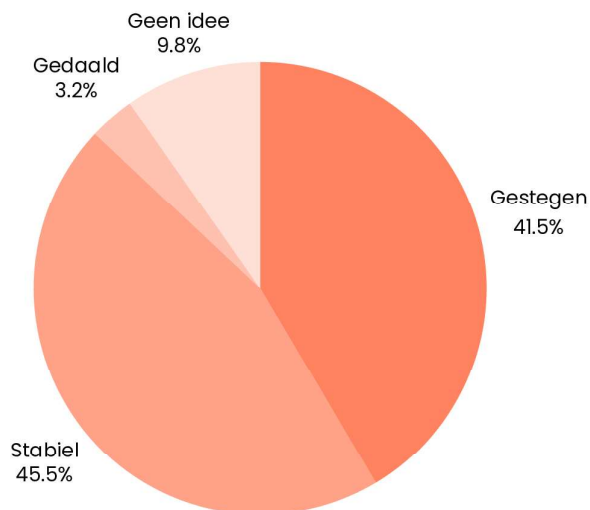
### Kampas als promotiekanaal

**86 % is tevreden over de promotie via Kampas.**

**91 % beveelt Kampas aan als promotiekanaal.**

82 % van de respondenten gebruikt Kampas om hun aanbod te promoten bij (jeugd)groepen. 19 % (31/160) geeft aan Kampas niet te gebruiken als promotiekanaal. Ze geven vooral aan dat hun verhuurkalender erg goed bezet is en er geen nood is aan bijkomende promo. Het cijfer vraagt toch wat nuance. Uit de feedback leren we dat sommigen een andere lezing maken van de vraag. Zij hebben een actieve huispagina op Kampas, maar zien dat niet als 'actieve' promotie.

Kampas blijkt dus belangrijk om (jeugd)groepen aan te spreken. 24 % gebruikt zelfs enkel kampas.be. Wanneer we polsen naar de kanalen die naast Kampas nog ingezet worden, steekt de eigen website (72 %) met kop en schouder uit boven de andere. 29 % zet de sociale media in voor promotie en 7 % maakt gebruik van andere online boekingsplatformen.



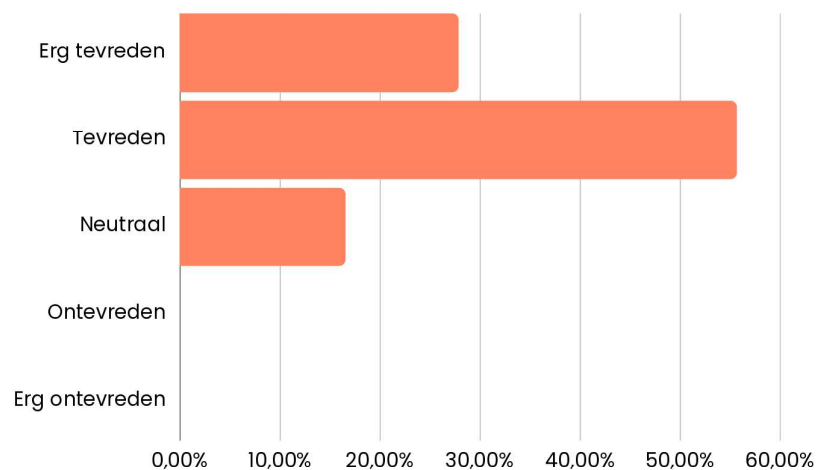
86 % is (erg) tevreden over de promotie via Kampas, 13 % stelt zich neutraal op. Slechts één respondent is ontevreden. Voor 42 % is het Kampas-effect op het aantal aanvragen duidelijk positief. Maakt de uitbater gebruik van de boekingsmodule, wordt dat percentage overigens 46 %. Slechts 3 % maakt gewag van een dalend effect, 10 % heeft geen idee van de impact.

Voor 82 % van de respondenten is de promotie via Kampas goed afgestemd op hun beoogde doelgroepen (met jeugdwerk als absolute koploper). Tien uitbaters oordelen dat het promotionele werk van Kampas niet goed is afgestemd op hun publiek. Dat blijkt dan vooral het onderwijs te zijn.

56 % van de uitbaters volgt de reviews op Kampas van groepen die in hun accommodatie hebben verbleven actief op. Opvallend, de tevredenheid over de mogelijkheid om een beoordeling te schrijven is opvallend minder uitgesproken. Bijna de helft (49 %) stelt zich neutraal op. 48 % is wel overtuigd (erg) tevreden. Uit de reacties lijkt de reden eenvoudigweg te zoeken in het feit dat heel wat uitbaters (nog) geen recensie hebben gekregen.

### **En het portaal voor de uitbater?**

Geen enkele uitbater is ontevreden over de omgeving waarin zij zelf aan de slag moeten om hun aanbod op Kampas te configureren. 84 % is tevreden of zeer tevreden.





Wanneer we peilen naar de tevredenheid over specifieke modules, krijgen we volgende tevredenheidspercentages:

- Kalendermodule: 69 % (erg) tevreden
- Huurprijzenmodule: 68 % (erg) tevreden

En voelt de uitbater zich ondersteund door CJT? Ja. Liefst 90 % is (erg) tevreden over de communicatie en helpdesk die CJT hen biedt bij de promotionele opmaak van hun aanbod. 10 % stelt zich neutraal op, en ook hier is niemand (erg) ontevreden.



*Ik word altijd zeer snel geholpen wanneer ik een vraag heb of er zich een probleem voordoet.*



## Boekingen beheren met Kampas

**95 % ziet een hogere bezettingsgraad door de mogelijk om online te boeken**  
**89 % (formule Plus) of 96 % (formule Service) raadt de online boekingsmodule aan bij andere uitbaters**

Zodra een respondent aangeeft Kampas te gebruiken voor promotie, vragen we naar de verhuurformule. De boekingsmodule is namelijk alleen beschikbaar voor verblijven die in zelfkook worden verhuurd. Op deze manier stellen we alleen relevante vragen.

90 % van de uitbaters die positief antwoordt op het promotionele gebruik van Kampas beheert erkend aanbod. 73 % van hen verhuurt enkel in zelfkook, bij 86 % is verhuur in zelfkook mogelijk. Slechts 4 % beantwoordt de vragen als erkende accommodatie die enkel met maaltijden gehuurd kan worden, 2 % als jeugdlokaal dat niet werd erkend en 9 % verhuurt enkel één of meerdere kampeerterreinen.

109 respondenten verhuren in zelfkook en beantwoorden dus de vraag of zij gebruik maken van de online boekingsmodule. 39 % (of 42 respondenten) gebruikt de boekingsmodule. De redenen om de boekingsmodule níet te gebruiken zijn divers:

- **Zelf controle houden (handmatig beheren):** "Ik wil zelf bepalen wie er komt", "Persoonlijk contact met groepen" (21x genoemd)
- **Gebruik van eigen systemen/tools:** "Wij hebben een eigen site", "Eigen boekingssysteem" (18x)
- **Complexiteit van prijzen en communicatie:** "We hebben specifieke prijzen", "Extra communicatie is nodig" (12x)
- **Kosten en budgetbeperkingen:** "Kostprijs", "Geen budget voor extra tools" (10x)
- **Gebrek aan kennis of digitale vaardigheden:** "Ik wist niet dat het bestond", "Ik ben niet digitaal vaardig" (6x)
- **Speciale voorwaarden/uitzonderingen:** "Andere diensten zoals maaltijden", "Seizoensverhuur" (5x)

Uitbaters die gebruik maken van de boekingsmodule zijn globaal (erg) tevreden:

Functionaliteit	% tevreden	% ontevreden
Boekingsoverzicht	93	0
afrekenen extra kosten	82	2
uitbetaling	80	8
gedeelde huurvoorwaarden	93	2
automatische documenten	85	8
automatische berichten	88	2

In de boekingsmodule kunnen uitbaters ook de ervaringen met groepen onderling uitwisselen via een beoordelingssysteem. Het gebruik blijkt evenwel beperkt. Slechts 27 % maakt er soms gebruik van, 10 % vaak of altijd. Daartegenover gebruikt 56 % het nooit.

Aan de boekingsmodule is een commissie op het huurgeld verbonden. 75 % van de respondenten die gebruikt maakt van deze module vindt de aangerekende commissie correct, 5 % (2 respondenten) te hoog en de anderen (20 %) hebben geen mening. 98 % van de gebruikers van het online reservatiesysteem is (erg) tevreden over de steun die CJT daarbij biedt.

“

”

*Het platform heeft veel werk uit handen genomen. Bovendien is de ondersteuning van CJT altijd vlot en behulpzaam.*



### **Twee gebruiksformules**

In de formule Kampas Plus gebruiken de uitbaters de boekingsmodule zelf om hun reservaties administratief op te volgen (18 respondenten), in de formule Service (23 respondenten) doet het team van CJT dat voor hen.

De uitbatingen die gebruik maken van de boekingsmodule zijn in verhouding dus oververtegenwoordigd in de bevraging. Niet onlogisch, voor hen is het platform een erg belangrijke tool in de werking. De betrokkenheid is dus hoog. Om een idee te geven ... op 6 januari 2025 maken 31 domeinen gebruik van de boekingsformule Plus en 96 van de formule Service.

### **Zelf boekingen beheren met Kampas**

Ook bij deze uitbaters merken we een hoge tevredenheid over hun specifieke gebruik van de boekingsmodule:

- Bij het opvolgen van de aanvragen: 95 % (0 % ontevreden)
- Bij het opvolgen van betalingen: 83 % (0 % ontevreden)

Ook hier blijkt de impact van de beoordelingen door uitbaters over groepen eerder beperkt. 50 % stelt er nooit rekening mee te houden bij het overwegen van een aanvraag.

### **Boekingservice van CJT**

In de formule Service vormen de uitbater en CJT een nauw partnerschap. CJT neemt het hele proces tot de aankomst van de groep in handen. Die samenwerking wordt duidelijk gewaardeerd:

- Bij het opmaken van de prijzen: 96 % (erg) tevreden, 0 % ontevreden
- Bij het opvolgen van de aanvragen: 100 % (erg) tevreden
- Bij het opvolgen van (achterstallige) betalingen: 96 % (erg) tevreden, 0 % ontevreden
- Bij het beantwoorden van vragen over de lopende reservatie: 100 % (erg) tevreden

Iedereen is bovendien (erg) tevreden over de communicatie met het team van CJT.

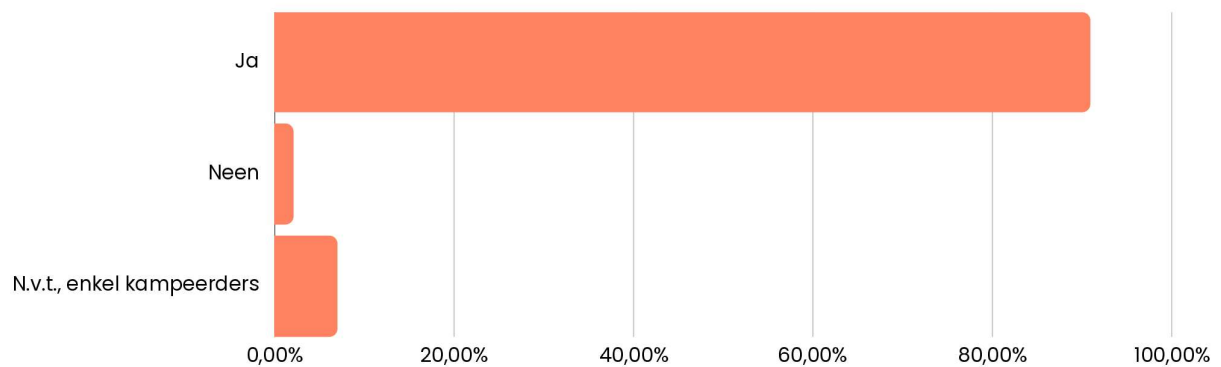




## Monitoring via Kampas

### 88 % registreert overnachtingen met (grote) tevredenheid via Kampas

Via de statistiekenmodule van Kampas kunnen uitbaters met erkend aanbod hun overnachtingen registreren en geautomatiseerd rapporteren bij drie verschillende overheidsdiensten. 91 % van de respondenten gebruikt deze functionaliteit, voor 7 % hoeft geen overnachtingen te registreren en voor hen is deze tool niet van toepassing (geen erkenning).



Registreren van overnachtingen kan op drie manieren. 73 % registreert de cijfers boeking per boeking in Kampas, bij 27 % gebeurt de registratie automatisch door de boekingsmodule en 7 % leest de cijfers in via een import van een CSV-bestand.

De ingegeven gegevens over de verhuur worden door Kampas ook verwerkt in een dashboard. Die info wordt gesmaakt, 75 % is (erg) tevreden (2 % ontevreden). 87 % is bovendien (erg) tevreden (1 % ontevreden) over de communicatie en ondersteuning die CJT daarbij biedt.



## Belangrijkste verbeter suggesties voor het Platform

Doorheen de bevraging kregen de respondenten ook de mogelijkheid om hun feedback of suggesties mee te geven. Finaal werd expliciet gepeild naar ideeën om de uitbating via Kampas te vereenvoudigen of om groepen te helpen bij de zoektocht naar of de organisatie van hun meerdaags verblijf. Alle input werd verwerkt in een roadmap die de verdere ontwikkeling van het platform richting geeft. Onderstaande items werden daarbij door verschillende uitbaters vermeld, al is de lijst natuurlijk nog veel langer:

- Gebruiksvriendelijker beheer van de verhuurkalenders;
- Last-minutes en kortingen prominent in beeld zetten
- De leesbaarheid van het overzicht van uitbetalingen (huurgelden, extra kosten per type, waarborgen) door de boekingsmodule verhogen;
- Kalender beter zichtbaar maken voor boekers
- Meer flexibiliteit in de prijsweergave
- ...

## CONCLUSIE

Het onderzoek naar de ervaringen van uitbaters met Kampas toont aan dat het platform een **waardevol hulpmiddel** is voor promotie en administratief beheer bij de verhuur van de verblijfsaccommodaties. Een grote meerderheid van de respondenten gebruikt Kampas frequent en is **tevreden over de functionaliteiten**. Ook de boekingsmodule en statistiekenmodule worden positief beoordeeld door uitbaters. De geboden **ondersteuning door CJT wordt erg gewaardeerd**.

Toch detecteren we via dit onderzoek ook enkele **aandachtspunten**. Zo blijft er wat voorbehoud bij het gebruik van de boekingsmodule. De argumentatie is niet altijd terecht, wat het belang onderstreept om gedegen en regelmatig over deze module te blijven communiceren. Ook de beoordelingsfunctie (zowel door als over groepen) wordt weinig gebruikt, en de tevredenheid over reviews is gematigd.

Daarnaast ervaren enkele uitbaters, met name met belangrijkste doelgroepen in het onderwijssegment, dat de promotie niet altijd goed aansluit bij hun publiek. Dat bevestigt de keuze om bij het lopende gebruikersonderzoek bij groepen te **focussen op onderwijs**. Verder is er ruimte voor verbetering in het gebruiksgemak van modules zoals de kalender- en huurprijzenmodule, evenals in de bekendheid van bepaalde functionaliteiten.

De verzamelde feedback wordt verwerkt in een **roadmap** om deze werkpunten aan te pakken. Dit omvat gerichte communicatie, verbeterde ondersteuning en het aanpassen van functionaliteiten, zodat Kampas nog beter kan inspelen op de noden van uitbaters en hun doelgroepen.

