



De Krim Texel

Hoe De Krim Texel gastvrijheid centraal zet met Maxxton

De Krim Texel verwelkomt al sinds 1970 gasten en exploiteert tegenwoordig negen locaties op Texel, variërend van vakantieparken en campings tot een hotel en een golfbaan. Met 1,5 miljoen overnachtingen per jaar en 90% directe boekingen vertrouwt De Krim op Maxxton gedurende de hele gastreis, van de eerste zoekopdracht tot de opvolgende communicatie. Zo blijft de technologie op de achtergrond en krijgt het team meer ruimte voor de momenten die een verblijf onvergetelijk maken.



55 jaar het grootste recreatiebedrijf van Texel

Opgericht in 1970 als één camping in De Cocksdorp, is De Krim Texel uitgegroeid tot de grootste recreatieve exploitant van het eiland, met 1,5 miljoen overnachtingen per jaar.



Negen locaties: parken, campings, een hotel en een golfbaan

De Krim exploiteert negen locaties in De Cocksdorp, De Koog en Den Hoorn: vakantieparken, campings, een hotel en een golfbaan, met gedeelde voorzieningen zoals een zwembad, evenementenhal en bowlingbaan — ook toegankelijk voor eilandbewoners en andere bezoekers.



Onafhankelijk eigendom met een 'Love for Texel'

De kernwaarden gastvrijheid, onafhankelijkheid en loyaliteit komen tot uiting in leverancierskeuzes, personeelsbeleid en duurzaamheidsinvesteringen. Het merendeel van de locaties heeft een Green Key Gold-certificering.



Een multiculturele gastenmix met 40% Duitse bezoekers

Ongeveer 40% van de gasten komt uit Duitsland, naast een grote Nederlandse groep en Belgische bezoekers. Die mix beïnvloedt boekingsgedrag en de manier waarop content en zoekfilters per taal worden aangeboden.



90% directe boekingen dankzij een sterke merkstrategie

Negentig procent van de boekingen komt rechtstreeks binnen. Terugkerende gasten vinden hun favoriete accommodaties en verblijfshistorie terug, en profiteren altijd van de beste prijs.



De Krim Texel

De Krim Texel is de grootste aanbieder van recreatieve voorzieningen op Texel, met negen locaties verspreid over het eiland. Het portfolio omvat vakantieparken, campings, een hotel en een golfbaan. Als onafhankelijk bedrijf, actief sinds 1970, verwelkomt De Krim jaarlijks 1,5 miljoen overnachtingen en realiseert het 90% van zijn boekingen via directe kanalen.

Locaties

9 vestigingen op Texel (De Cocksdorp, De Koog, Den Hoorn)

Accommodation type

bungalows, chalets, lodges, appartementen, tiny houses, hotelkamers, kampeerplaatsen, ingerichte tenten, trekkershutten

Maxxton-partnerschap

sinds 2008

Omvang

1,5 miljoen overnachtingen per jaar, meer dan 500 collega's

Opgericht

1970

Een uniek recreatiebedrijf met een groot hart voor Texel

Opgericht in 1970, uitgegroeid tot de grootste exploitant van het eiland

De Krim Texel begon in 1970 als een klein initiatief om meer bezoekers naar het noorden van Texel te brengen, met één enkele camping in De Cocksdorp die in het eerste jaar 28.598 overnachtingen registreerde. In 55 jaar is het bedrijf uitgegroeid tot de grootste exploitant op het eiland, met de toevoeging van parken, accommodaties, een golfbaan, een hotel en een evenementenhal. Het eerste beheerderspaar, dhr. en mevr. Monen, zette in 1969 de toon van praktische gastvrijheid die vandaag nog steeds meer dan 500 collega's bij De Krim motiveert.

Onafhankelijk, lokaal verankerd en toegewijd aan Texel

De Krim is in zijn groei onafhankelijk gebleven, met een eigendomsstructuur die het beschermt tegen nationale concurrenten en het dicht bij de Texelse samenleving houdt. De waarden zijn gastvrij, onafhankelijk en loyaal, en de statuten verbinden zich expliciet om de levensomstandigheden van de inwoners van Texel te verbeteren. Dat zie je terug in de keuze van leveranciers, in het sociale personeelsbeleid, in de steun aan culturele activiteiten op het eiland en in investeringen in duurzaamheid, ondersteund door Green Key Gold-certificering op het merendeel van de exploitaties.

Waarom Maxxton de ruggengraat van de operatie is

De Krim gebruikt het platform van Maxxton al jaren, inclusief een digitale gastenenquête die al sinds 2008 loopt. In de loop van de tijd is het platform uitgebreid over de hele gastreis, van destinationmarketing en lifestyle-segmentatie, via voorkeur-gebaseerd boeken, tot operaties en revenue management, en uiteindelijk tot post-stay feedback en re-engagement. Het doel is op elk niveau hetzelfde: routinewerk weghalen bij medewerkers, zodat de menselijke aandacht naar de dingen gaat die alleen mensen kunnen doen.

“De Unified Inbox van Maxxton is een uitstekende tool om communicatie te stroomlijnen en de productiviteit te verbeteren. Hij brengt eenvoud, efficiëntie en helderheid door al onze berichten op één plek te bundelen, waardoor we ons kunnen richten op wat er echt toe doet.”

— Jolanda Kamphuis, **Commercieel Directeur, De Krim Texel**

Negen locaties runnen op een eiland, op schaal

Versnipperde melding van gastenissues

In een druk vakantiepark kon hetzelfde probleem via drie of vier verschillende kanalen worden gemeld: een gast kon het noemen tegen een onderhoudsmedewerker, daarna de receptie bellen, daarna een WhatsApp sturen. Meldingen kwamen in verschillende systemen terecht en niemand wist wie het eigenlijk afhandelde. Zoals Jolanda Kamphuis zegt: “De receptionist dacht dat onderhoud ermee bezig was, onderhoud dacht dat huishouding het oppakte, en uiteindelijk gebeurde er niets.”

- Meldingen verspreid over meerdere niet-verbonden kanalen
- Dubbele meldingen en kwijtgeraakt eigenaarschap
- Gefrustreerde gasten, overbelaste medewerkers

Receptionisten overstelpt door administratie

Receptionisten besteedden uren aan het inchecken van gasten, het uitdelen van sleutels en het beantwoorden van dezelfde basisvragen. Het werk was traag en repetitief en liet weinig ruimte voor de persoonlijke interacties waar De Krim om bekend staat.

- Repetitief baliewerk dat de hele dag opslokte
- Weinig tijd voor persoonlijke aanbevelingen en gesprekken met gasten
- Aanvankelijke scepsis bij medewerkers over of self-service zou werken

Personeelsdruk op een eiland

Texel is een eiland en dat beperkt het vermogen van De Krim om door te groeien via aanwervingen. Seizoenspersoneel is niet zo snel te vinden als op het vasteland, dus de enige manier om in piekperiodes de kwaliteit te behouden is door elk proces zo efficiënt mogelijk te maken. “We zitten op een eiland, en dat betekent dat het niet altijd makkelijk is om personeel te vinden”, zegt Jolanda. “Daarom moeten we slim en haalbaar groeien.”

- Beperkte talentpool op Texel
- Moeilijk om de seizoensbezetting van het vasteland te evenaren
- Hoge kwaliteitslat op negen locaties

Prijsbeslissingen op gevoel en lege plekken die de omzet aantasten

Voor de door AI ondersteunde tools van Maxxton was prijszetting een constante evenwichtsoefening: de vraag in de gaten houden en de cijfers met de hand bijstellen. De annuleringen leidden tot omzetverlies en er was geen echte manier om de vraag te voorspellen of de gaten op te vullen die annuleringen achterlieten.

- Handmatige prijsbeslissingen op negen locaties
- Omzetverlies wanneer annuleringen gaten lieten
- Geen betrouwbare manier om leegstand te voorspellen of voor te zijn

Hoe Maxxton De Krim ondersteunt



Lifestyle-segmentatie en een meertalig CMS

De parken van De Krim zijn elk ontworpen voor een ander type reiziger, van “pleasure seeker”-families bij Holiday Park De Krim tot natuurgerichte gasten in de rustigere parken in het zuiden van Texel. De CMS-tool van Maxxton brengt de juiste content, beelden en zoekfilters per markt naar voren, omdat 40% van de gasten Duits is en Nederlandse en Belgische bezoekers andere boekingsgewoonten hebben. Het resultaat: de juiste gast belandt op het juiste park, met de juiste verwachtingen, nog voordat er een boeking is gemaakt.



Voorkeur-gebaseerd boeken op unitniveau

Waar externe platforms gasten alleen op accommodatietype laten boeken, laat Maxxton gasten van De Krim een specifieke unit via het directe kanaal boeken. Een koppel dat rust zoekt kan een chalet bij de duinen kiezen, terwijl een gezin er een bij de speeltuin en het zwembad kan kiezen. Het reserveringssysteem toont alleen units die aan de criteria voldoen, dus wat gasten zien is wat ze krijgen. “Dat helpt om de beste match te bieden tussen de verwachtingen van de gast en de werkelijkheid”, zegt Jolanda.



Een gecentraliseerd guest care-systeem

Het gecentraliseerde guest care-systeem van Maxxton verving de chaos van WhatsApp, de receptie-telefoon en mondelinge meldingen door één single source of truth. Wanneer een gast een probleem meldt, kan elk team direct zien of iemand er al mee bezig is, of dat een onderdeel is besteld, of dat een externe leverancier betrokken is. Huishouding, onderhoud en receptie werken nu vanuit dezelfde data in realtime, en taken landen als notificaties op smartphones in plaats van verloren te raken op papier.



Self-service check-in, sleutelloze toegang en het gastenportaal

Self-service check-in, geautomatiseerde sloten en een gastenportaal hebben de werking van de front office grondig veranderd. Gasten slaan de wachtrij bij de balie over en receptionisten krijgen uren terug om echt met gasten te praten. “Self-service check-in, geautomatiseerde sloten en gastenportalen hebben onze manier van werken grondig vernieuwd”, zegt Jolanda. “Gasten zijn dol op de flexibiliteit, en medewerkers vinden het fijn dat ze zich kunnen richten op de dingen die echt verschil maken in de gastervaring.”



Door AI gestuurde dynamische prijsstelling op vrijwel alle accommodaties

De door AI gestuurde dynamische prijsstelling van Maxxton past tarieven in real time aan op basis van de vraag, op vrijwel alle accommodaties van De Krim. Waar medewerkers de vraag in de gaten hielden en cijfers met de hand bijstelden, herkent de engine patronen sneller dan een mens dat kan. “Het herkent patronen sneller dan ik dat ooit zou kunnen, waardoor we tarieven in real time kunnen aanpassen op basis van de vraag”, legt Jolanda uit.



De Reallocation Engine voor lege plekken

De Reallocation Engine van Maxxton spot beschikbaarheid die anders onzichtbaar zou zijn, door bestaande reserveringen te herschikken om plaats te maken voor nieuwe boekingen op data die schijnbaar niet beschikbaar zijn. “Het systeem van Maxxton vindt beschikbaarheid nog voordat een boeking op schijnbaar onbeschikbare data is afgerond. Het is een echte boost voor de omzet, omdat we gaten kunnen vullen voordat ze ontstaan”, zegt Jolanda.



Digitale gastenenquête, NPS en ranking op basis van gastenfeedback

Sinds 2008 verzamelt De Krim gastenfeedback via een digitale enquête die door Maxxton wordt geleverd. NPS-scores stromen direct terug naar het boekingssysteem op accommodatieniveau: de best beoordeelde accommodaties worden eerst getoond, en wanneer een gast zonder voorkeur boekt, wijst een priority-managementsysteem een van de hoogst beoordeelde units toe. Dezelfde feedback stuurt ook investeringsbeslissingen en operationele verbeteringen aan op vlakken als reinheid, receptie en gastvrijheid in de restaurants.



Unified Inbox, met De Krim als eerste gebruiker

De Krim is de eerste Maxxton-klant die de Unified Inbox gebruikt, een enkele interface die berichten en notificaties uit alle kanalen samenbrengt. De tool omvat beveiligde toegang, categorisering en routing van berichten en SLA-monitoring op responstijden. Het doel is simpel: voorkomen dat medewerkers tussen apps moeten schakelen, zodat ze zich kunnen richten op het bericht dat hen echt nodig heeft.

Resultaten: een vakantie die moeiteloos aanvoelt

Belangrijkste conclusies

- 90% van de boekingen nu direct, met terugkerende gasten herkend op het directe kanaal
- NPS-scores liggen gemiddeld rond 60% per park, met sommige accommodaties op 70%
- Door AI gestuurde dynamische prijsstelling heeft de omzet over vrijwel alle accommodaties geoptimaliseerd
- De Krim is de eerste Maxxton-klant die de Unified Inbox uitrolt

Een heldere route terug naar het directe kanaal

De Krim haalt nu 90% van zijn boekingen direct binnen, met slechts 10% via externe platforms. Directe gasten krijgen een gratis voorkeurselectie, de laagste-prijsgarantie en een verblijfshistorie die met hen meereist van het ene bezoek naar het volgende. Externe platforms hanteren een aparte prijsstructuur met een standaardopslag van 7,5%, waardoor het directe kanaal structureel aantrekkelijker is zonder dat De Krim voor de relatie afhankelijk is van externe partijen.

NPS-scores die aantonen dat het model werkt

NPS-scores liggen gemiddeld rond 60% per park, met sommige accommodaties die 70% halen, wat uitzonderlijk hoog is voor de sector. De reinheid van de California-appartementen haalde onlangs 70%. Die scores stromen direct terug naar het rankingsysteem, dus gasten die zonder specifieke voorkeur boeken, worden automatisch gekoppeld aan de best beoordeelde units.

Omzetoptimalisatie over vrijwel alle accommodaties

De door AI-gestuurde dynamische prijsstelling van Maxxton heeft de omzet over vrijwel alle accommodatietypes van De Krim verhoogd, door tarieven in realtime aan te passen aan de vraag. De Reallocation Engine voegt extra effect toe door lege plekken te vullen die voorheen niet zichtbaar zouden zijn geweest, nog voordat de annuleringen definitief zijn.



Medewerkers vrij voor menselijke momenten

Met routinetaken die worden afgehandeld door self-service check-in, geautomatiseerde sloten en een gecentraliseerd guest care-systeem, kunnen receptionisten, huishouding en techniek zich richten op het werk dat een menselijke toets vraagt. “Wanneer alles op orde is, wordt het werk leuker. Medewerkers hebben meer tijd om met gasten te praten, betere service te bieden en zich te richten op wat hun werk betekenis geeft, in plaats van voortdurend problemen te moeten oplossen”, zegt Jolanda.

Personalisatie die de gast volgt van zoekopdracht tot terugkeerbezoek

Van lifestyle-segmentatie aan de top van de funnel, via voorkeur-gebaseerde boeken, AI-aanbevolen add-ons tijdens het verblijf en geautomatiseerde nieuwsbrieven na het vertrek, ondersteunt Maxxton De Krim over de hele gastreis. Het cumulatieve effect is wat het team “een vakantie die moeiteeloos aanvoelt” noemt, en dat vertaalt zich in terugkeerboekingen en langetermijntrouw.

Voorop bij nieuwe Maxxton-functies

De Krim was de eerste Maxxton-klant die de Unified Inbox uitrolde, met berichten en notificaties in één interface en SLA-monitoring. Die uitrol past in een langer patroon waarin De Krim vroeg meebeweegt met Maxxton op nieuwe functionaliteit, van digitale gastenenquêtes in 2008 tot meer recentelijk de door AI gestuurde dynamische prijsstelling en de Reallocation Engine.



Over Jolanda Kamphuis, Commercieel Directeur

Jolanda Kamphuis, **Commercieel Directeur, De Krim Texel**

Jolanda Kamphuis is commercieel directeur bij De Krim Texel, waar ze al bijna 20 jaar werkt. Ze is verantwoordelijk voor alle commerciële activiteiten, voor de customer experience en voor de digitale vernieuwingen en projecten van het bedrijf, wat haar plaatst op het snijvlak van strategie en uitvoering voor alles wat de gast raakt. Onder haar leiding heeft De Krim een reputatie opgebouwd als een van de digitaal meest volwassen onafhankelijke recreatie-exploitanten van Nederland, met een heldere strategie voor directe boekingen en een bereidheid om als een van de eersten nieuwe platformfunctionaliteiten in te zetten.



Groei voor campings en vakantieparken,
eenvoudig gemaakt