

Jos Heijs en Beppie Kokx van glampingplaats 'Stapje voor stapje, we



Het zwembad met uitzicht op de omliggende bergen.

>> Vervolg van pagina 1

Binnen ongeveer vijf uur vanaf Nederland zit je aan het zonovergoten zwembad van Casa del Mundo, vlakbij de Spaanse stad Alicante. Casa del Mundo is de glampingplaats van het Tilburgse echtpaar Jos Heijs (62) en Beppie Kokx (58). Glamping is kamperen, maar dan onder luxe omstandigheden. Alle accommodaties zijn voorzien van een eigen badkamer, keuken en toilet, linnengoed en handdoeken. Er is een zwembad met ligfaciliteiten en palmbomen, een bibliotheek en een restaurant. Tien jaar geleden streken Heijs en Kokx hier neer. Sindsdien hebben zij Casa del Mundo opgebouwd tot een kleinschalig vakantieparadijs, een succesformule.

Spanje kozen ze vanwege de fantastische klimatologische omstandigheden en omdat hun jongste, schoolgaande kind er goed onderwijs kon genieten, ook buiten de grote steden. De eerste twee jaar woonde het gezin met drie kinderen aan de kust, tussen Valencia en Alicante. Ze namen de tijd om te vinden wat ze zochten: een goed bereikbare plek weg van het massatoerisme met allerhande voorzieningen in de buurt. Ondertussen zetten ze hun werkzaamheden als theaterproducenten voort. Ze belandden in Tibi, een bergplaatsje op steenworp afstand van de kust van de Costa Blanca.

Vanuit de prachtige vallei, die zich uitstrekt tussen grillige bergketens, is het slechts twintig minuten naar de stranden van Alicante en San Juan. Het internationale vliegveld van Alicante met zijn dagelijkse lijnverbindingen naar Nederland, Engeland, Duitsland en Frankrijk is binnen dertig minuten te bereiken. De finca, het landgoed waarop Casa del Mundo is gevestigd, ligt op haar beurt weer iets buiten het dorp Tibi en heeft een adembenemend zicht op de omliggende bergen. Heijs en Kokx creëerden er in enkele jaren een kleinschalig vakantieparadijs.

Spaanse ambtenarij

Jos Heijs en Beppie Kokx werden op slag verliefd op het 120 jaar oude landgoed. Op de 20.000 m2 grond staan een familielandhuis

en een boomgaard met olijven, amandelen, granaatappelen, palmen en vijgen. De finca was jarenlang in gebruik als buitenhuis van een Spaanse familie. Toen de Brabanders er hun eerste stappen zetten, stond het landgoed er al veertig jaar verlaten bij. Jos: 'Het was vervallen en verouderd. Er was geen aansluiting op het gasnet, de waterleiding en het riool. Er zaten nog twaalfvolts accu's in.' Volgens Beppie voelde de plek goed. 'Het licht, het uitzicht, we raken er nog steeds niet op uitgekeken.'

In de jaren die volgden hebben de Brabantse ondernemers het landhuis en de boomgaard eromheen eigenhandig opgeknapt. Ze startten vol goede moed, maar konden niet voorkomen dat ze in de ambtelijke Spaanse molen terecht kwamen. 'We wisten dat we tegenslag konden verwachten gezien de reputatie van de Spaanse ambtenarij waar corruptie nog altijd aan de orde is en je een streepje voor hebt als je van naam en faam bent', licht Heijs toe. 'Als Nederlandse ondernemers waren wij gewend om alles volgens de regels te doen', vult Kokx aan. Maar de wijze waarop ze werden geconfronteerd met nieuwe regels en de onmogelijkheid om daaraan te voldoen, leverden slapeloze nachten op. Toch heeft de gedachte aan een terugkeer naar

Jos Heijs:

'Onze vingers branden aan de Spaanse keuken? Liever niet'

Brabant zich maar één keer voorgedaan. 'Dat was toen we een peperdure sceptictank hadden aangeschaft. Net nadat we deze hadden geïnstalleerd veranderde de regelgeving en kregen we een boete van tienduizend euro. Dat seizoen begonnen we met een flink verlies.' Tegenwoordig pakken Heijs en Kokx het anders aan. In plaats van een aansluiting op het elektriciteitsnet hebben ze zonnepanelen op het dak van de finca aangelegd en zijn ze geheel selfsufforting.



Jos Heijs en Beppie Kokx knapten het landhuis eigenhandig op tot een sfeervol woonhuis, restaurant en bibliotheek. Op

Slimme marketing

'We zijn klein begonnen, stapje voor stapje hebben we alles opgebouwd', zegt Kokx. Verdeeld over het landgoed staan zeven accommodaties die allemaal te maken hebben met reizend wonen. Authentieke houtgesneden woonwagens, een Balinees rijsthuis en safarilodges. De 'casa' zelf heeft een Spaans-Mexicaanse uitstraling. Onbewust stonden de Brabanders aan de wieg van wat tegenwoordig bekendstaat als glamping. De Britse krant The Guardian schreef over een 'fantastische glampingplaats'. De term bleek overgewaaid uit Amerika en de Brabanders namen de naamgeving dankbaar aan. 'Het heeft door de jaren heen veel mensen naar onze plek getrokken', weet Kokx. 'Tegenwoordig gebruiken ook veel niet glampingplaatsen de term en sindsdien broeden we op een nieuwe naamgeving.'

Dat marketing belangrijk is, ondervond het echtpaar in 2008. Ze zetten hun netwerk in om naamsbekendheid te verwerven, ze openen een Facebookpagina, sloten zich aan bij online boekingsbureaus en benaderden de media. Op een gegeven moment hapte het populaire televisieprogramma Herrie in het hotel toe. In het programma gaan Herman

den Blijker en hotelier Willem Reimers langs bij 'noodlijdende' hotels en pensions met restaurant om te helpen. Waarbij Herman den Blijker zich richt op de keuken en het restaurant en Reimers zich richt op de bedrijfsvoering van het hotel. Casa del Mundo kwam er goed van af, op wat pesterijtjes die onderdeel uitmaken van het programmaformaat na.

Den Blijker prijsde de keuze voor een internationale keuken. Heijs: 'Dat was een bewuste keuze. We wilden ook de regionale bevolking kunnen ontvangen in ons restaurant. Onze vingers branden aan de Spaanse keuken? Liever niet. Als wij Nederlanders paëlla maken, zeggen de Spanjaarden dat zij dat veel beter kunnen. Kennissen waren sceptisch en waren ervan overtuigd dat Spanjaarden enkel kiezen voor de eigen keuken. Maar we zitten vanaf het begin vol.'

Omggaan met tegenslag

Op de avond van de uitzending wilden 1.100 Nederlanders een vakantie boeken. Ook na de herhaling een paar maanden later ontstond een hausse aan belangstelling. Nog jarenlang profiteerden ze van de media-aandacht. Tot in 2013 de gasten, die al jaren achtereen hun boeking ruim tevoren deden en die jaar op

Casa del Mundo in Spanje: zijn klein begonnen'



de eerste verdieping zijn ook enkele appartementen. (Foto's: Casa del Mundo en Marieke Verbiesen)

jaar terugkwamen, wegbleven. 'We hielden er rekening mee, dat ze een keer iets anders zouden kiezen, maar dat het zo massaal zou zijn, dat hadden we niet verwacht.'

Er kleefde ook een nadeel aan de uitzending. Casa del Mundo had grote bekendheid verworven bij gezinnen met kinderen, vooral vanwege de populaire 'clownswagens'. Maar volgens de eigenaren is de omgeving uitermate geschikt voor wandelaars, avonturiers en levensgenieters, ook buiten de schoolva-

Beppie Kokx:

'Het is goed om als ondernemer met één been in een andere wereld te staan'

kanties. Daarvoor hebben ze de samenwerking opgezocht met lokale ondernemers.

Ze zijn opnieuw begonnen. 'Ons doel', aldus Heijs, 'is een nieuwe doelgroep bereiken en de accommodaties volkrijgen gedurende het volledige vakantie seizoen van maart tot en met december.' Het substantieel uitbreiden

van de accommodaties is geen optie. 'Dat kost ons niet alleen nieuwe investeringen en tijd voor het verkrijgen van de juiste vergunningen, het haalt ook de fundering weg onder ons concept van kleinschalig vakantieparadijs.'

In de wintermaanden reizen Heijs en Kokx naar Nederland waar ze vakantiebeurzen bezoeken en de contacten aanhalen met evenementenbureaus. Ondanks de tijd en energie die ze steken in Casa del Mundo, zijn ze nog altijd actief met hun evenementenbureau. Van oudsher zijn ze gespecialiseerd in hetgeen artiesten kunnen toevoegen aan bedrijfsevenementen en festivals. Heijs en Kokx hebben aan de wieg gestaan van befaamde theaterfestivals als De Parade en Boulevard. Ze ontwikkelden theaterproducties en -evenementen voor bedrijven als Nuon en Interpolis. De twee zweren bij de combinatie van activiteiten. Kokx: 'Het is goed om als ondernemer met één been in een andere wereld te staan. Je boort verschillende contacten aan en komt op nieuwe ideeën.'

Marieke Verbiesen / m.verbiesen@dewinter.nl



Heijs en Kokx werken samen met lokale ondernemers, zoals met deze man die paragliding aanbiedt.



Het landgoed is omringd door een boomgaard. De olijvenogst levert een kleine inkomstenbron op.



Gasten verblijven in accommodaties die allemaal te maken hebben met reizend wonen, zoals deze authentieke houtgesneden woonwagens.