

AUSGABE FRÜHJAHR 2021

Die ACSI ZEIT wird von Europas führendem Campingspezialisten herausgegeben. In dieser Ausgabe gehen wir natürlich auf die schwierige Lage ein, in der sich die Campingbranche durch die Corona-Pandemie befand, aber auch auf die neuen Chancen, die dadurch gesucht und ergriffen wurden. Wir lassen Campingplatzbesitzer aus ganz Europa zu Wort kommen, zeigen Ihnen die Zahlen, bringen Ihnen tolle Neuigkeiten über unsere Kooperation mit camping.info und geben Ihnen Tipps für eine gute Präsentation Ihres Campingplatzes.

KOOPERATION ACSI UND CAMPING.INFO

Europas Bürger wickeln immer mehr online ab. Die beiden größten europäischen Campingplattformen ACSI und camping.info haben sich zusammengeschlossen, um ein europaweites Buchungssystem für die Campingbranche zu schaffen.

► Lesen Sie hier das Interview mit beiden Firmeninhabern auf Seite 2

WOHNMOBIL- UND CARAVANVERKAUF IM AUFSCHWUNG

In der Corona-Krise haben viele Urlauber die Vorzüge des Campingurlaubs entdeckt oder wiederentdeckt. Die Zahlen der europäischen Reisemobil- und Caravanverkäufe spiegeln diesen Trend wider.

► Mehr auf Seite 5

CAMPINGPLÄTZE SPRECHEN ÜBER 2020 UND BLICKEN NACH VORNE

ACSI hat Campingplätze in ganz Europa nach ihren Erfahrungen im vergangenen Jahr befragt und wir haben einen Blick in die Zukunft geworfen.

► Mehr auf den Seiten 6-11

GUTE VERMARKTUNG IST WICHTIG

Der deutsche Camping-Marketing-spezialist Hannes Felix Müller gibt Tipps, wie Sie Ihren Campingplatz stärker als Marke positionieren können.

► Mehr auf Seite 12

GLEICHGEWICHT ZWISCHEN MENSCH UND COMPUTER

Die Möglichkeit des menschlichen Kontakts muss auch bei Online-Buchungen erhalten bleiben. Untersuchungen zeigen, dass Kunden hierauf großen Wert legen.

► Mehr auf Seite 13

CAMPINGDESTINATIONEN IM BLICKPUNKT

Kärnten in Österreich nutzte 2020 die Gelegenheit, sich als Camping-Reiseziel bei der ACSI FreeLife Test Tour zu etablieren.

► Mehr auf Seite 14

► Mehr auf Seite 15, wie ACSI anderen Regionen half, sich beim Gast im Gespräch zu halten.

Europäische Zusammenarbeit ist entscheidend für den zukünftigen Tourismus in Europa

ACSI und camping.info gemeinsam bei Online-Buchungen

Für viele Camper war das Jahr 2020 ein Jahr zum Vergessen. Der europäische Tourismus hat einen Schlag erlitten, der in vielen Ländern noch nachhallt. Inzwischen wollen die Camper wieder in den Urlaub fahren, sowohl im Inland als auch im Ausland. Neben Impfungen und klaren Corona-Regeln spielt auch eine bessere europäische Zusammenarbeit eine wichtige Rolle. Bisher hat es vor allem an Kooperation und Solidarität in Europa gemangelt. Wenn es eine Lektion gibt, die man aus der Corona-Krise ziehen kann, dann die, dass Kooperation in Krisenzeiten unerlässlich ist.

Camper wollen den Komfort der Online-Buchung

Probleme gemeinsam zu lösen ist der Grund, warum sich die beiden größten europäischen Online-Camping-Plattformen nun gefunden haben. ACSI und camping.info werden in diesem Jahr ihre Stärken bündeln, damit Campingplätze mit einer einzigen Verbindung von zig Millionen europäischen Campern gebucht werden können. Gemeinsam wollen die beiden Familienunternehmen

das beste und fairste europäische Buchungssystem für Campingplätze schaffen. Sie tun dies Schritt für Schritt und ohne große Versprechungen. Über ACSI oder camping.info verwaltet ein Campingplatz seine Verfügbarkeit für die Online-Buchung. Auf diese Weise kann ein Campingplatz die sich verändernden Wünsche der Camper erfüllen. Denn es gibt eine ganze Generation von neuen Campern, die alles online machen. Sie möchten ihren Campingurlaub



schnell und einfach regeln und die Online-Buchung ist ein wesentlicher Bestandteil davon.

Zwei Familienunternehmer mit Tradition in der Campingbranche im Gespräch
Ramon van Reine von ACSI

und Maximilian Möhrle von camping.info sprechen im Interview auf Seite 2 ausführlich über die Gründe, warum sich zwei Wettbewerber für eine Zusammenarbeit entschieden haben.

► Weiter auf Seite 2

EU Covid-19-Zertifikat soll Tourismus ermöglichen

Ein Corona-Pass für ganz Europa

Das EU-Zertifikat COVID-19 soll in der kommenden Urlaubssaison den Tourismus in ganz Europa wieder möglich machen. Dieser spezielle Reiseausweis, auch „Corona-Pass“ genannt, funktioniert ganz einfach: Jeder, der geimpft, kürzlich von Corona geheilt oder negativ auf Corona getestet wurde, kann einen QR-Code als Nachweis generieren. Dieser QR-Code kann zur Überprüfung gescannt werden. Dies kann an Grenzübergängen geschehen, aber auch für den Zugang zu bspw. Freizeitparks, Restaurants und Campingplätzen.

Was bedeutet der Corona-Pass für Sie?

Ob Sie als Campingplatzbetreiber selbst QR-Codes scannen können und müssen, hängt von den Vorschriften in Ihrem Land ab. Sind Sie aufgrund lokaler Vorschriften verpflichtet, Ihre Gäste zu kontrollieren? Dann können Sie den QR-Code mit einem Smartphone oder Tablet

selbst einscannen. Das EU Covid-19-Zertifikat garantiert, dass Sie dies in voller Übereinstimmung mit der Datenschutzgesetzgebung tun können.

EU COVID-19-Zertifikat ist sicher
Der QR-Code zeigt nur an, ob jemand reisen darf, aber nicht warum. Sie werden also nicht sehen können, welche Reisebedingungen jemand erfüllt. Es ist auch nicht erlaubt, nach diesen

Informationen zu fragen, da es sich um persönliche medizinische Informationen handelt. Neben dem QR-Code sind nur der Name und das Geburtsdatum zu sehen, um die Identität zu überprüfen.



ACSI und camping.info bündeln ihre Stärken

ACSI camping.info Booking startet Mitte Mai



Maximilian Möhrle (links) und Ramon van Reine (rechts).

Die beiden größten europäischen Akteure auf dem Campingmarkt, ACSI und camping.info, bündeln ihre Kräfte und starten ACSI camping.info Booking. Campingplätze werden bald einen einzigen Vertrag mit den beiden größten Buchungsplattformen in Europa haben. Zusammen erzielen sie rund vierzig Millionen Besuche.

Beide Unternehmen sind sicherlich keine Außenseiter in der Branche. Seit Jahren bieten sie Campern die Möglichkeit, einen Platz online zu finden und zu buchen. ACSI bedient Camper in ganz Europa über Eurocampings.eu, CampingCard.com und die passenden Apps. Camping.info ist die größte Campingplatz-Plattform auf dem deutschsprachigen Markt. Beide suchten nach einer Möglichkeit, die Buchbarkeit von

Campingplätzen für eine große Gruppe von Campern mit möglichst geringem Aufwand zu ermöglichen.

Logischer Schritt

Dass Wettbewerber zusammenarbeiten, ist ein äußerst seltenes Phänomen, aber für ACSI-CEO Ramon van Reine und camping.info-CEO Maximilian Möhrle ein logischer Schritt. „Wir möchten in Bereichen kooperieren, in denen wir gemeinsam Lösungen umsetzen können. So können wir sowohl dem Campingplatz als auch dem Camper einen besseren Service bieten“, sagt Maximilian. Ramon: „Ich traf Maximilian zum ersten Mal auf einem Campingkongress in Norddeutschland. Er hielt eine Präsentation über Online-Buchungen von Campingplätzen. Er fing an mit der Frage ans Publikum, wer in dieser Nacht in einem Hotel übernachtet habe. Alle hoben ihre Hand. Dann fragte er, ob das Publikum online gebucht habe. Wieder gingen alle Hände in die Luft. Zum Schluss fragte er das Publikum, warum Campingplätze nicht online gebucht werden können. Er hatte sofort die Aufmerksamkeit aller. Ich war sehr beeindruckt und wollte gerne mit ihm sprechen.“

und Ramon unterhielten sich mehrmals miteinander. Es hat auf Anhieb gefunkt. „Ich wollte wirklich von Ramons Perspektive des Campingmarktes lernen. ACSI ist Marktführer in Europa,

ACSI und camping.info auch weiterhin für Camper tun werden.“

Max Camping

Camping.info wurde 2006 vom Österreicher Erwin Oberascher gegründet. Er schuf eine Camping-Plattform, wie es Tripadvisor für Restaurants war. Die Campinginformationen bestanden aus Infos und Bewertungen der Camper selbst. Maximilian Möhrle wiederum startete 2015 die Online-Buchungsplattform Max Camping, auf der hauptsächlich deutsche Campingplätze gebucht werden konnten. „Das war nicht einfach, denn ich stellte fest, dass es für Campingplätze kaum eine gute technische Infrastruktur für die Online-Buchung gab und die Campingplatzbesitzer Angst vor Provisionen hatten und die negativen Stimmen von Hotels über Booking.com kannten.“ Dennoch ließ sich Maximilian nicht von seiner Mission abhalten, möglichst viele Campingplätze für Camper online buchbar zu machen. 2018 übernahm er zusammen mit Truma-Geschäftsführer Alexander Wottrich camping.info. „Es wurden technische Updates benötigt und es war recht schwierig, dafür Entwickler zu finden. Aber wir haben es neu erfunden und zu dem modernisiert, was es heute ist.“

5 Vorteile der Zusammenarbeit zwischen ACSI und camping.info:

1. Buchbar bei den europäischen Marktführern mit einem Vertrag (mit Fokus auf die Camper in den Niederlanden und Deutschland)
2. Keine Google Ads-Kampagne unter dem Namen Ihres Campingplatzes
3. Neue Camper lernen Ihren Campingplatz kennen
4. Von Unternehmern für Unternehmer
5. Verknüpft mit Ihrem PMS oder Channel-Manager

Camping.info-CEO Maximilian Möhrle:
„Als Familienunternehmen hat man eine andere Perspektive: Man setzt auf Stabilität für die Zukunft.“

sie sind also eine ernstzunehmende Instanz. Irgendwann habe ich angedeutet, dass ich zusammenarbeiten möchte“, sagt Maximilian. Ramon: „Wir bringen unser Wissen im Bereich der Softwareentwicklung zusammen und erstellen eine Plattform, die auf beiden Kanälen läuft. Auf diese Weise können wir schneller entwickeln und möglichst viele Campingplätze an die Plattform anschließen. Sie können es mit der Autoindustrie vergleichen, wo ebenfalls eine Plattform für mehrere Automarken verwendet wird. Marken, die miteinander um den Verbraucher konkurrieren, was

56 Jahre Erfahrung

ACSI besteht seit 1965 und wurde von Ed van Reine, dem Vater des heutigen CEO Ramon van Reine, gegründet. ACSI war schon sehr früh im Internet aktiv. 1998 wurde die erste Version von Eurocampings.eu entwickelt, die sofort in 4 Sprachen verfügbar war. Seitdem ist sie zu einer Plattform gewachsen, die umfangreiche Campinginformationen von nicht weniger als 9.700 europäischen Campingplätzen in 14 verschiedenen Sprachen bietet. Die Informationen werden von Inspektoren gesammelt, die die Campingplätze jährlich



camping.info

Booking

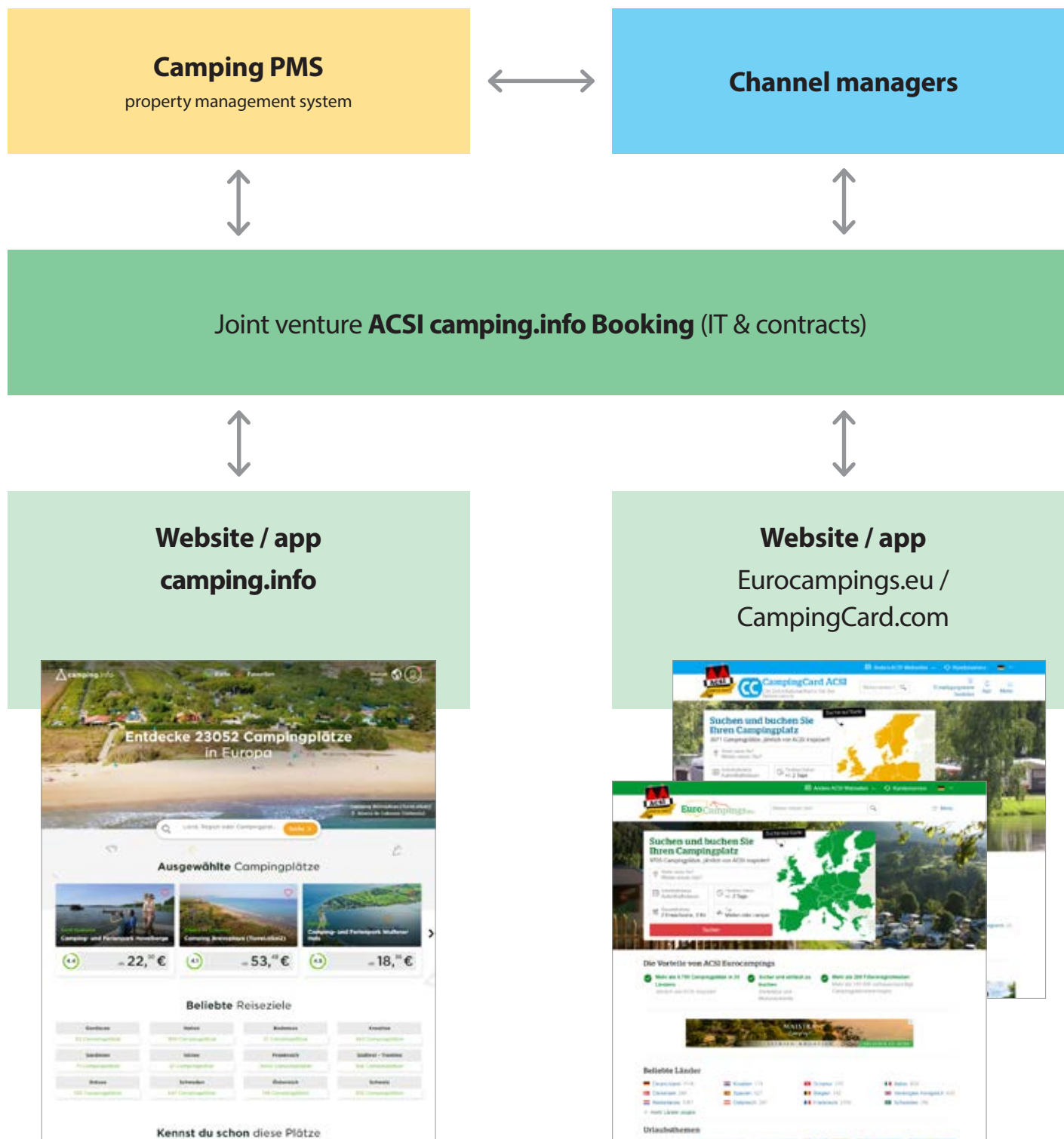
Automobilindustrie
Und so kam es. Maximilian

inspizieren. „Das ist unsere Stärke. Und das wird auch so bleiben“, so Ramon. Seit 2016 können Camper einen Stellplatz oder eine Unterkunft direkt über Eurocampings.eu buchen. Ramon erklärt weiter zur Zusammenarbeit: „Was wir uns als Unternehmen gegenseitig bieten können, ist sehr ausgewogen. Was die Software betrifft, ergänzen wir uns nahtlos. Da wir uns gemeinsam entwickeln, können wir bei der Entwicklung und beim Angebot von Campingplätzen doppelt so schnell vorankommen, als wenn jeder von uns es alleine machen würde. Das macht uns zu einer Partie, der sich jeder gerne anschließt, wenn es um Property Management Systeme geht.“

Campingplätze entlasten

Der Erfolg der Zusammenarbeit liegt laut Maximilian vor allem darin, dass sich beide Unternehmer trauen, über den Tellerrand zu schauen. „Wir werden nicht behaupten, dass wir die Größten sein werden, aber wir werden Schritt für Schritt mit den Campingplätzen aufbauen und gemeinsam stärker werden. Wir teilen die gleiche Vision und bemühen uns um den besten Service für Campingplätze. Wir möchten die Campingplätze entlasten.“ „Und natürlich den Campern so viele buchbare Stellplätze wie möglich anbieten“, fügt Ramon hinzu.

Maximilian: „Wir sparen den Plätzen eine Menge Zeit. Nehmen Sie zum Beispiel einen Rezeptionisten: Er oder sie wird viele der gleichen Fragen am Telefon erhalten. Zumindest immer die Frage nach der Verfügbarkeit in einem bestimmten Zeitraum. Fragen, die auch durch eine benutzerfreundliche Buchungsumgebung beantwortet werden können. Wenn Sie all die Stunden am Telefon auf ein Jahr hochrechnen, wie viel es Sie als Campingbesitzer kostet, dann ist die Provision pro Buchung gar nicht so schlecht. Diese Zeit kann ein Rezeptionist besser für die soziale Interaktion



„Ich komme aus einem Familienunternehmen und mein Geschäftspartner Alexander auch. Als Familienunternehmen haben Sie eine andere Perspektive. Man plant nachhaltig, denn alles, was man tut und unternimmt, hat Konsequenzen für die nächste Generation. Man will alles für die nächste Generation

Max hat einen Camper und ich reise mit meiner Familie in einem Wohnwagen“, ergänzt Ramon.

Service

Beide Unternehmen machen regelmäßig Marktforschungen, um herauszufinden, was Campingplätze wünschen, aber auch ohne diese Umfragen sprechen beide Geschäftsführer regelmäßig mit Campingplätzen in ganz Europa. Service-Orientierung ist für beide eine Selbstverständlichkeit. „Wir wollen das Vertrauen, das die Campingplätze in uns haben, nicht missbrauchen. Oder sie von uns abhängig machen. Wir möchten den Campingplätzen einen besseren und schnelleren Service bieten, nicht nur, wenn sie uns brauchen“, betont Ramon.

Zuverlässige Partner

Maximilian ist überzeugt, dass sich viele Campingplätze über diese Kooperation freuen werden. „Vielleicht sind Sie etwas besorgt, dass wir jetzt groß werden, aber wir wollen auch noch in zehn Jahren hier sein, also möchten wir auf faire Weise mit den Campingplätzen zusammenarbeiten. Wir arbeiten nur mit Plätzen zusammen, die sich dafür ent-

schieden haben, unsere Webseiten zu nutzen. Sie werden also zum Beispiel Booking.com nicht auf unseren Seiten finden. ACSI und camping.info sind zwei rein private Unternehmen. Das ist unsere Stärke. Mit Ramon und mir haben die Campingplätze zuverlässige Partner, die schon lange in der Branche tätig sind. Gemeinsam bieten wir das breiteste Angebot in Europa, was eine große Chance für einen Campingplatz ist.“ Ramon ergänzt: „Wir werden nicht mit dem guten Namen eines Campingplatzes bei Google werben. Camper, die den Platz bereits kennen, buchen direkt

Auswahl treffen und kann direkt buchen.“

So funktioniert's

Campingplätze, die bereits einen Vertrag mit einem der beiden Unternehmen haben, müssen nichts unternehmen. Der Vertrag wird auf ACSI camping.info Booking übertragen. Campingplätze, die noch nicht teilnehmen, sind natürlich willkommen. Die Plattform wird ab Mitte Mai in Betrieb gehen. Ramon: „Die Campingplätze haben bereits weitere Informationen über diese Zusammenarbeit per E-Mail

„Mit einem Vertrag hat ein Campingplatz eine Reichweite von 40 Millionen Besuchen.“

mit den Gästen auf dem Platz und die Verbesserung des Services verwenden, also das, was kein Computer machen kann. Die Anbindung an unsere Buchungskanäle ist daher nicht nur ein zusätzlicher Marketingkanal, sondern zugleich auch ein Managementsystem.“

Zukunftsweisend

Ein weiterer Erfolgsfaktor ist, dass sowohl ACSI als auch camping.info Familienunternehmen sind.

geregelt haben, also trifft man Entscheidungen auf lange Sicht. Die werden nicht nur von Gewinn oder Vorteil getrieben, sondern von Stabilität für die Zukunft. Deshalb bin ich überzeugt, dass die Arbeit in der Campingbranche so gut zu uns passt, denn viele Campingplätze sind auch Familienbetriebe. Sie betrachten ihren Campingplatz auf die gleiche Weise“, sagt Maximilian. „Und wir haben beide selbst jahrzehntelange Campingerfahrung. Jeder auf seine Art und Weise.

ACSI-CEO Ramon van Reine: „Wir wollen den Campern so viele buchbare Campingplätze wie möglich anbieten.“

dort. Wir möchten nicht dazwischenfunken. Wir wollen den suchenden Camper mit den besten Campingplätzen in einem bestimmten Gebiet bedienen. Der Camper muss dann nur noch eine

erhalten.“ Maximilian resümiert überzeugt: „Unser System ist schon jetzt das Beste, was der Markt zu bieten hat und es wird nur noch besser werden!“

Große Unterschiede in der Anzahl der Übernachtungen erkennbar

Die Zahlen von 2020



Camping Estanyet in Spanien

2020 stand auch für die Tourismusbranche ganz im Zeichen von Corona. Die Campingplatzbetreiber mussten mit ansehen, wie das Frühjahr wegbrach und hielten lange Zeit die Luft an, was mit der Hochsaison und dem Herbst passieren würde. Letztlich durften die Tore des Campingplatzes wieder geöffnet werden, aber es blieb die große Frage, die über dem Markt schwebte: Werden die Camper kommen?

Die Anzahl der Übernachtungen spricht für sich. Die Camper kamen. Manchmal in großer Zahl, aber oft auch nur spärlich. Kaum ein Land verzeichnete bessere Zahlen als 2019. Doch aus europäischer - und teilweise auch regionaler - Sicht gibt es große Unterschiede. Und im Vergleich zu z.B. Hotels und Gruppenunterkünften stach der Bereich Camping sogar positiv hervor.

Niederlande: -4%

Die niederländische CBS hat errechnet, dass die Zahl der Touristenübernachtungen in den Niederlanden im Jahr 2020 im Vergleich zu 2019 um 30% gesunken ist. Campingplätze schnitten mit einem Rückgang von 4% relativ gut ab. Im Jahr 2020 wurden 21 Millionen Nächte auf niederländischen Campingplätzen verbracht. Die Zahl der Übernachtungen von Niederländern im eigenen Land stieg um 10%. Diese Steigerung reichte jedoch nicht aus, um den Rückgang der Übernachtungen ausländischer Gäste (-42%) zu kompensieren.

Große Unterschiede in Deutschland

Deutschland weist viele Ähnlichkeiten mit den Niederlanden auf. Die Zahl der Übernachtungen auf Campingplätzen lag mit über 34 Millionen nur 5% hinter dem Rekordjahr 2019. Und auch hier waren es die heimischen Camper, die die Saison gerettet haben. Die 32 Millionen Inlandsübernachtungen sind sogar ein neuer Rekord, während die 2,2 Millionen Übernachtungen ausländischer Gäste einen neuen Tiefstand bedeuten. Allerdings gibt es große regionale Unterschiede. Nördliche Bundesländer wie Sachsen-Anhalt (+24,9%) und Mecklenburg-Vorpommern (+10,8%) schnitten gut ab, während die Krise das Saarland (-22,6%), Thüringen (-15,1%) und Baden-Württemberg (-15%) härter traf.

Starker Rückgang in Frankreich

Frankreich hatte eine extrem kurze Campingsaison, in der die Anzahl der Reservierungen bis

Ende Juni weit zurücklag. Da sich viele Franzosen für einen Urlaub im eigenen Land entschieden hatten, hielt sich der Schaden im Juli und August in Grenzen und es wurden nur 10 bis 15% weniger als üblich gebucht. Die offiziellen Saisonzahlen sind noch nicht bekannt, aber verschiedene Quellen berichten von einem Rückgang von 15 bis 40%. Die Unterschiede zwischen ihnen sind jedoch groß. Zum Beispiel waren Campingplätze mit vielen freien Stellplätzen und einer hohen Abhängigkeit von ausländischen Gästen stärker betroffen als Campingplätze mit vielen Mietunterkünften. Und aufgrund der anhaltenden Hitze in der Ardèche und der Provence haben die Campingplätze im Landesinneren und in den Bergen gut abgeschnitten.

Katastrophensaison in Italien

In Italien gibt es für das Jahr 2020 nur wenige Lichtblicke zu vermelden. Der italienische Campingsektor ist weitgehend von ausländischen - meist nordeuropäischen - Gästen abhängig, was sich in den Zahlen widerspiegelt. Die Zahl der Übernachtungen ausländischer Gäste ist im Vergleich zu 2019 um satte 71% gesunken. Volkswirtschaftlich bedeutet dies einen Umsatzrückgang von über 30 Milliarden Euro.

Rückgang in Spanien

Auch in Spanien verlief die Campingsaison enttäuschend. Das INE hat errechnet, dass die Zahl der Übernachtungen auf Campingplätzen bei 21,7 Millionen lag. Ein Rückgang von 46,7% im Vergleich zu 2019. Wieder wurden ausländische Gäste schmerzlich vermisst. Die Zahl der Campingübernachtungen von ausländischen Campern sank um 66,8%. Betrachtet man den gesamten Tourismussektor in Spanien, so ist der Anteil des Campingsektors gestiegen. Die Übernachtungen auf Campingplätzen machten 15% der Gesamtzahl aus, im Vergleich zu 8,5% im Jahr 2019.

Kroatien stark betroffen

Ein weiteres Land, das von der Corona-Krise stark betroffen war, ist Kroatien. 2020 gab es über 9,1 Millionen Campingübernachtungen und rund 1,3 Millionen Anreisen. Dies entspricht einem Rückgang von 53%

bei den Übernachtungen und 56% bei den Anreisen im Vergleich zu 2019. Der Anteil der Kroaten, die im eigenen Land campen, stieg auf einen Rekordwert von 6%. Dies reichte jedoch bei weitem nicht aus, den Verlust ausländischer Gäste zu kompensieren. Besonders Niederländer (-82%) und Italiener (-77%) fielen aus, aber auch Deutsche (-49%), Österreicher (-67%) und Slowenen (-30%) fuhren weniger nach Kroatien.

Noch mehr Zahlen

Auch anderswo in Europa wurden rote Zahlen geschrieben. Die Übernachtungszahl für das Campen in Österreich sank um 12,6%. Dänemark hatte einen ähnlichen Wert wie die Niederlande und Deutschland und hielt den Schaden mit einem Rückgang von 3% in Grenzen. Tschechien (+3%) ist eines der wenigen Länder, in denen die Zahlen für 2020 besser sind als 2019.

Europäische Zweiteilung

Die Zahlen zeigen eine deutliche Zweiteilung in Europa. Aufgrund der restriktiven Maßnahmen ist der große Urlaubszug der Nordeuropäer in den Süden Europas ausgeblieben. Die Campingplätze in Ländern, die schon immer sehr abhängig von ausländischen Gästen waren, haben darunter stark gelitten. Im Norden Europas hielten sich die Folgen in Grenzen, weil sich dort viele Urlauber für den Urlaub im eigenen Land entschieden.



Liebe Campingplatzbesitzer oder -manager,

wir stehen am Anfang der neuen Campingsaison. Das klingt erstmal ganz normal, aber nach 2020 wissen wir, dass es auch ganz anders kommen kann. Nach dem Katastrophenjahr für die Tourismusindustrie hält uns Corona immer noch im Griff, obwohl es zum Glück schwächer wird. Wir alle hoffen auf den positiven Effekt der Impfkampagnen. Obwohl die Zukunft noch ungewiss ist, möchte ich positiv nach vorne blicken. Denn auch wenn die Corona-Krise uns alle hart getroffen hat, bringt uns diese besondere Zeit auch neue Erkenntnisse.

'Never let a good crisis go to waste', hat Winston Churchill mal gesagt. Und genau das haben wir im letzten Jahr getan. Trotz (oder

gerade wegen) Corona haben wir nach neuen Möglichkeiten gesucht. Auf diese Weise hoffen wir, gestärkt aus dieser besonderen Krise hervorzugehen. Sie haben bereits auf Seite 2 über die Zusammenarbeit zwischen ACSI und camping.info gelesen. Und hinter den Kulissen waren wir das ganze Jahr über damit beschäftigt, unsere Apps und Webseiten zu verbessern.

Auch mit unseren Campingplätzen haben wir im vergangenen Jahr intensiven Kontakt gehabt. Denn gemeinsam müssen wir diese Krise überwinden. Wir haben einige von Ihnen nach Ihren Erfahrungen in 2020 und Ihren Erwartungen für 2021 gefragt. Und das stimmt sowohl positiv als auch negativ.

Leider ist Europa noch weit entfernt. Einige Länder hatten 2020 ein Spitzenjahr und erwarten das auch für 2021. Doch andere fürchten sich noch vor den strengen Maßnahmen, die zu Hause gelten. Alles darüber können Sie auf Seite 6 lesen.

Ich wünsche Ihnen viel Kraft für das kommende Jahr,

Ramon van Reine
CEO ACSI

Caravan- und Reisemobil-Industrie geht es gut **ACSI sieht eine schöne Zukunft**

Diese Pandemie ist auch an der Campingwelt nicht spurlos vorbeigegangen. Doch die ersten Sonnenstrahlen brechen durch die Wolken. Die Zahlen der europäischen Caravan- und Reisemobilbranche zeigen weiterhin eine günstige Entwicklung. Dieser wichtige Indikator verzeichnete auch im Jahr 2020 steigende Umsatzzahlen, was für die kommenden Jahre Gutes verheißt.

Die Nachwirkungen der Wirtschaftskrise sorgten 2013 für einen Tiefpunkt, doch seitdem klettert der Caravan- und Reisemobilabsatz aus der Flaute. Die ECF (European Caravan Federation) zeigt, dass die Neuverkäufe in Europa im Jahr 2020 um 11,6% gegenüber 2019 gestiegen sind. Und während sich der Markt für Caravans etwas stabilisiert hat (- 2,9%), ist die Zahl der neuen Reisemobile (+ 20,1%) weiter ungebremst gewachsen. Verschiedene Quellen deuten auch darauf hin, dass die Zahl der verkauften gebrauchten Wohnwagen und Reisemobile ebenfalls steigt. Für die Niederlande rechnet BOVAG in den ersten Monaten des Jahres 2021 mit einem Plus von 40% bei Reisemobilen und 7% bei Caravans.

Campingland Niederlande

Die Niederlande stehen im Ruf, das Campingland in Europa zu sein. Betrachtet man die Anzahl der Wohnwagen und Wohnmobile pro 1.000 Einwohner, so scheint dies zuzutreffen. Nirgendwo ist diese Zahl so hoch. Und mit einer rollenden Flotte von rund 567.000 Caravans und Reisemobilen liegen die Niederlande sogar an vierter Stelle in Europa. Nur in Deutschland, Frankreich und Großbritannien sind mehr Caravans und Wohnmobile unterwegs.

In Deutschland Rekorde über Rekorde

Auf dieser Liste liegt Deutschland deutlich an der Spitze und scheint sich auch immer mehr zu einem echten Campingland zu entwickeln. Als eines der wenigen Länder hatte Deutschland im Jahr 2020 steigende Zahlen sowohl beim Verkauf von neuen Caravans (+ 8,2%) als auch von neuen Reisemobilen (+ 44,8%). Auch der Handel mit Gebrauchtfahrzeugen hat stark zugenommen. Mit einem Gesamtumsatz von 12,5 Milliarden Euro ist die deutsche Caravan- und Reisemobilbranche erneut gewachsen und hat das siebte (!) Jahr in Folge mit einem neuen Rekord abgeschlossen.

Noch mehr Wachstumsmärkte

In noch weiteren Ländern ist der Absatz von Caravans und Reisemobilen stark angestiegen. Dänemark, Schweden und Finnland verzeichnen ein deutliches Wachstum bei der Anzahl der verkauften neuen Wohnwagen. Dagegen stieg die Zahl der verkauften neuen Reisemobile im Jahr 2020 am stärksten in Österreich (+ 74,2%), Deutschland, der Schweiz und (erneut) Dänemark. Aber auch die Märkte in Osteuropa bieten Perspektiven. In Polen beispielsweise stieg die Zahl der verkauften Caravans auf weit über 100.000, die Zahl der verkauften Reisemobile stieg um mehr als 50%.



Neue Camper

Steigende Verkaufszahlen in der europäischen Caravan- und Reisemobilbranche spiegeln das Image, das sich in letzter Zeit entwickelt hat. Camping ist der Urlaub unserer Zeit und immer mehr Menschen haben den Campingplatz (wieder) entdeckt. Außerdem bieten die

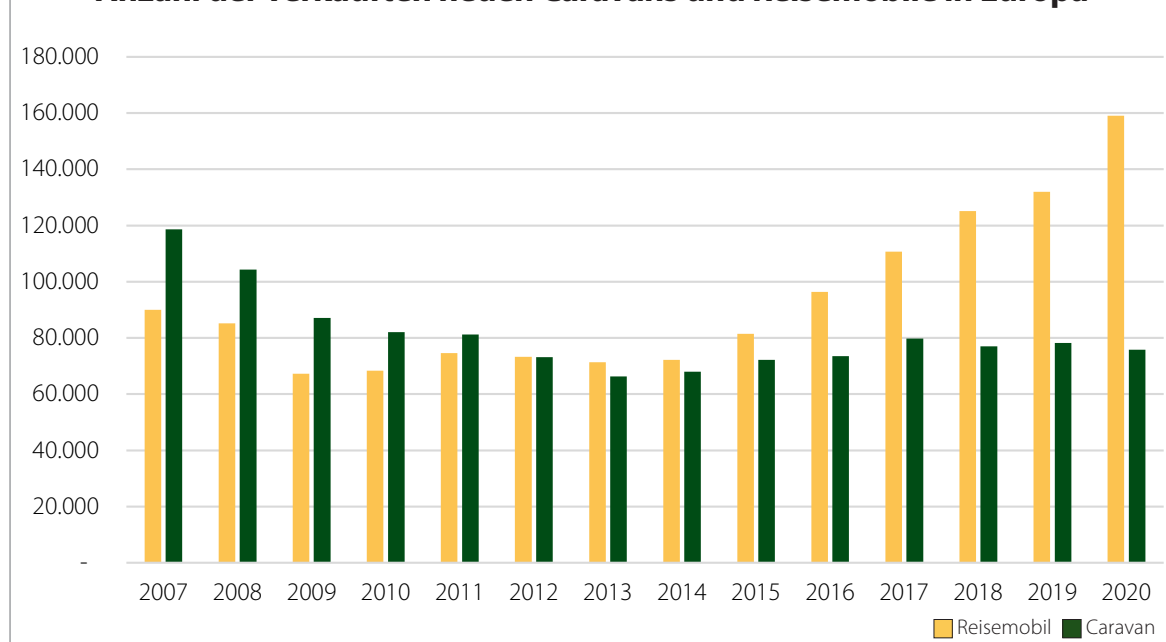
neuen Caravans und Reisemobile immer mehr Luxus und Komfort, was den Wünschen dieser neuen Campergruppe perfekt entspricht.

Doppelte Botschaft

Steigende Verkaufszahlen scheinen im Widerspruch zu den derzeit geschlossenen Campingplätzen und eingeschränkten Reisemöglich-

keiten zu stehen. Die Caravan- und Reisemobilbranche ist jedoch ein wichtiger Indikator für zukünftige Trends. Wer jetzt einen Wohnwagen oder Wohnmobil kauft, ist damit jahrelang unterwegs. Sie bereiten sich auf die Zeit vor, in der es wieder möglich sein wird, dies zu tun. Also, hinter den Wolken scheint die Sonne!

Anzahl der verkauften neuen Caravans und Reisemobile in Europa



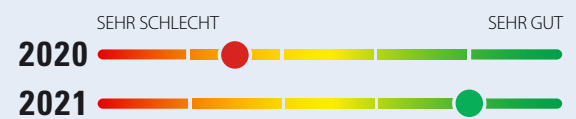
Der Blick zurück und nach vorn Campingplätze über Corona

Wie haben die Campingplätze in Europa das vergangene Jahr erlebt? Und wie sehen sie die Zukunft? ACSI befragte 39 Campingplätze aus 23 europäischen Ländern. Ihre Antworten geben ein gutes Bild des Ausmaßes, das Corona im vergangenen Jahr auf Campingplätzen in ganz Europa hatte: von Griechenland bis Schweden und von Portugal bis Finnland.

Die Erfahrungen sind sehr unterschiedlich. Soweit nicht verwunderlich, denn während einige Campingplätze

trotz der Corona-Lage ein vernünftiges bis gutes 2020 hatten, war es für andere eines der schlechtesten Jahre überhaupt. Für 2021 erwarten Campingplätze im sonigen Süden, im hohen Norden und im Osten eine einigermaßen normale Urlaubssaison. Auffällig ist, dass vor allem deutsche Campingplätze weniger positiv auf die kommende Saison blicken als ihre Kollegen aus anderen Ländern. Viele Campingplätze geben auch an, dass die herzlichen Initiativen und Unterstützungsbekundungen ihrer Gäste ihnen im vergangenen Jahr eine große Unterstützung bedeuteten.

Umsatz 2020 und Umsatzprognose 2021



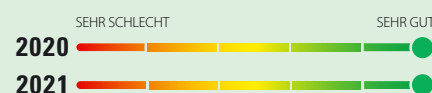
Wir haben alle Campingplätze in diesem Artikel nach ihren Umsatzzahlen für 2020 im Vergleich zu ihren Umsatzzahlen für 2019 gefragt. Und über die erwarteten Umsatzzahlen für 2021 im Vergleich zu denen von 2019. Für jeden Campingplatz wird dies visuell mit einem Wert zwischen sehr schlecht (ganz links) und sehr gut (ganz rechts) dargestellt.

Neset Camping, Byglandsfjord **



Für uns war die Campingsaison 2020 die beste Saison überhaupt. Glücklicherweise gab es in unserer Region über das gesamte Jahr hinweg nur drei Corona-Ausbrüche, so dass sich unsere Gäste sicher und wohl fühlen konnten. Es ist wichtig, dass jeder die Corona-Krise ernst nimmt und Rücksicht auf andere nimmt. Genauso wie es sehr wichtig ist, alles mit antibakteriellen Reinigern sauber zu halten. Wir reinigen alles extra oft und halten auch überall den empfohlenen Abstand ein. Für die kommende Saison erwarten wir wieder viele norwegische Gäste auf unserem Campingplatz. Und wenn das Wetter es zulässt, denken wir, dass wir wieder viele ausländische Gäste begrüßen können.

‘2020 war die beste Saison überhaupt’



Alevi Camping, Stöllet

Wir sind schon seit Jahren ein stark europäisch orientierter Campingplatz, unter anderem durch unsere Teilnahme an der CampingCard ACSI. Unsere Gäste kommen aus mindestens elf europäischen Ländern. Dieser Markt war fast vollständig ausgefallen. Mit großer Begeisterung haben wir deshalb letztes Jahr viele zusätzliche schwedische Gäste begrüßt. Sie haben unsere Saison größtenteils gerettet. Wir erwarten, dass diese Urlauber in den kommenden Jahren wiederkommen werden: eine positive Folge von Corona. Übrigens haben wir die Krise gut gemeistert. Da wir in den letzten Jahren viel mit Targets gearbeitet haben, sind wir es gewohnt, in Lösungen zu denken. Das kam uns jetzt sehr gelegen.

‘Wir haben die Krisenlage gut gemeistert’

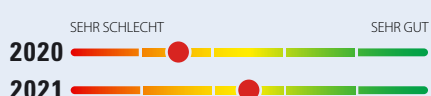


Ranua Zoo Camping, Ranua

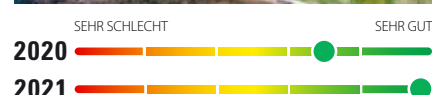
Erst im Sommer 2020 konnten wir einen Anstieg der Gästezahlen verzeichnen. Der Rest der Saison war natürlich enttäuschend. Wir haben sehr darauf geachtet, den Campingplatz sauber und desinfiziert zu halten.

‘Wir müssen gut auf uns achten’

Wir mahnten unsere Gäste auch ständig, Abstand zu halten, die Hände zu waschen und einen Mundschutz zu tragen. Zum Glück haben wir auch viele nette Begegnungen mit Campers gehabt, die uns noch nicht kannten oder die uns in der Vergangenheit besucht hatten. Eine wichtige Lehre der letzten Zeit ist, dass wir gut aufeinander aufpassen sollten. Für das neue Jahr hoffen wir auf eine aktive Campingsaison in unserer schönen Umgebung.



Horsens City Camping, Horsens



Wir hatten ein echt schlechtes Frühjahr mit wenigen Gästen. Erst Mitte Juni kamen die Gäste zurück. Das Ergebnis: Im Sommer komplett voll, vor allem mit dänischen Gästen. Normalerweise beginnen wir die Saison mit einem gemeinsamen Osterfrühstück, aber das war diesmal nicht drin. Also haben wir für jeden Gast ein kostenloses Paket mit Frühstück erstellt. Die Gäste haben wirklich gemerkt, dass wir versucht

haben, das Beste daraus zu machen. Wir haben in der vergangenen Zeit gelernt, uns recht gut an neue Gegebenheiten anzupassen. Wir erwarten viel von der nächsten Saison, besonders jetzt, wo die Dänen den Charme des Campens im eigenen Land erkannt haben.

‘Die Gäste haben gesehen, dass wir das Beste daraus machten’

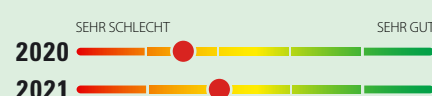
Ardoer Camping De Heldense Bossen, Helden



Marcel Timmermans

‘Hoffentlich kann der Spätsommer das wieder wettmachen’

Die Vorsaison 2020 ist quasi ausgefallen. Der Sommer dagegen war gut, konnte aber den Verlust davor nicht einholen. Um alles einzuhalten, haben wir zusätzliche WC- und Duschanlagen auf dem Campingplatz installiert, man konnte nur anderthalb Stunden am Tag schwimmen und es gab an der Rezeption so wenig persönlichen Kontakt wie möglich. Zum Glück verstanden unsere Gäste, dass wir nichts an der Lage ändern konnten. Letztes Jahr hat gezeigt, dass wir eigentlich viel zu abhängig von der Regierung sind, sowohl positiv wie auch negativ gesehen. Hoffentlich können wir in diesem Jahr zum Sommer hin etwas mehr machen und ein schöner Spätsommer könnte einiges wieder wettmachen.



Recreatiepark De Leistert, Roggel

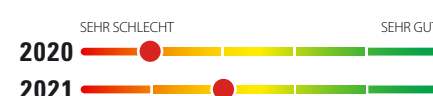


Angelique Joosten

‘Wir können Prügel einstecken. Gemeinsam können wir es schaffen!’

Die ganze Vorsaison über war unser Platz leer. Nur um Himmelfahrt und Pfingsten herum gab es einige Möglichkeiten mit privaten Sanitäranlagen, Glamping-Zelten und der Vermietung von anderen Unterkünften. Aber alles noch im eingeschränkten Umfang. Wir haben also 2020 ziemlich viel Umsatz verloren. Indem wir die Preise für 2021 lange Zeit gehalten

haben wie die für 2020, haben wir es für die Gäste sehr attraktiv gemacht, zu buchen. Das wurde sehr geschätzt. Corona hat uns klar gemacht, dass wir ein solider Betrieb sind und dass wir Prügel einstecken können. Gemeinsam können wir es schaffen! Trotz unseres Optimismus ist die Prognose für dieses Jahr mäßig, da ein Teil der Vorsaison bereits verloren ist.



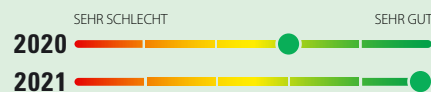
🇧🇪 Camping Houtum, Kasterlee

Der erste Lockdown war ein kleiner Schock. Was würde das Jahr bringen? Und wie würden wir finanziell darstehen, wenn wir wichtige Camping-Momente wie Ostern, Himmelfahrt und Pfingsten verpassen würden? Zum Glück hatten wir einen guten Sommer, da die Belgier das Campen im eigenen Land (wieder)entdeckt haben. Und wir haben oft gehört, dass die Gäste überrascht waren, wie schön Belgien wirklich ist! Eine Krise ist also manchmal auch eine Chance. Da lange Zeit nur Inlandtourismus möglich war, haben wir viele Fans gewonnen. Und deshalb erwarten wir auch in diesem Jahr wieder viele Belgier auf unserem Campingplatz.



Jakke en Vic

‘Eine Krise ist manchmal auch eine Chance’



🇩🇪 Europacamping Nommerlayen, Nommern

Da wir ein ziemlich großer Campingplatz mit viel Personal sind, haben wir uns entschieden, erst am 1. Juni 2020 zu öffnen. Dadurch haben wir einen Teil der Vorsaison verloren. Danach begann die Hochsaison leider etwas schleppend, weil deutsche und bel-

‘Am Ende wird alles gut’

gische Gäste nicht nach Luxemburg reisen durften. Dies führte zu vielen Stornierungen. Aufgrund der Verschlechterung rund um die Pandemie war auch die Spätsaison nicht toll. Glücklicherweise erhielten wir viel Unterstützung von Gästen, die uns Pralinen und Blumen schickten oder uns ein zusätzliches Trinkgeld gaben. Das hat uns wirklich gut getan. Wir versuchen, positiv zu bleiben und nicht das Handtuch zu werfen. Es geht immer irgendwie gut aus.



Eline Buehre (rechts)



🇩🇪 NordseeCamping in Lee, Westerdeichstrich

2020 war offensichtlich ein besonderes Jahr, da die Saison erst im Mai begann und bis Oktober lief. Aber sobald die Gäste kommen durften, waren sie super glücklich. Selbst als die Sanitäranlagen anfangs geschlossen

‘Unsere Hygieneregeln wurden perfekt beachtet’



bleiben mussten, gab es kaum Stornierungen. Unsere Hygieneregeln haben gut funktioniert und wurden perfekt eingehalten. Wir denken, dass dies auch der Weg ist, diese Krise zu bekämpfen. Deshalb ist es für uns unverständlich, dass die Campingplätze in Deutschland bei der Erholung hinten anstehen. Das stimmt uns düster für die Campingsaison 2021. Zum Glück sind die Aussichten auf längere Sicht besser!

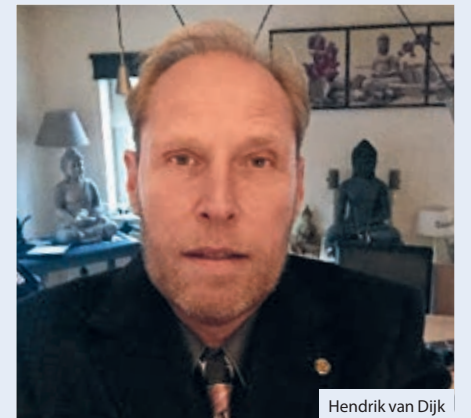


🇩🇪 Campingplatz Moselhöhe, Heidenburg

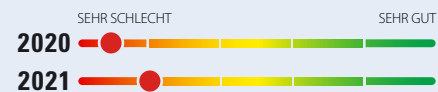
Leider mussten wir erhebliche Umsatzeinbußen hinnehmen, weil wir später als üblich öffnen durften. Und in den Monaten, in denen wir Gäste empfangen konnten, konnten wir den Verlust nicht ausgleichen. Aber die Freude für uns und unsere Gäste bei der Wiedereröffnung war wirklich fantastisch. Um unseren Gästen etwas zurückzugeben, weil sie nicht die ganze Saison über campen konnten,

‘Wir haben uns entschieden, die Preise nicht zu erhöhen’

haben wir beschlossen, die Preise 2020 nicht zu erhöhen. Das wurde gewürdigt. Was uns die Corona-Krise gelehrt hat, ist, dass man das Leben und die Gesundheit nie als selbstverständlich ansehen sollte.



Hendrik van Dijk



🇩🇪 Strandcamping Waging am See, Waging am See



Niki Jebinger

Während der Corona-Krise haben wir nach Lösungen gesucht, die Wünsche unserer Gäste so gut wie möglich zu erfüllen. Zum Beispiel flexiblere Stornierungsbedingungen, ein Online-Animationsprogramm und ein Privatstrand exklusiv für Camper. Dies hat zu vielen positiven Reaktionen der Gäste geführt. Wir erhielten auch Unterstützung von Gästen in Form von Anzahlungen für stornierte Buchungen, die sie nicht zurückverlangten. Wenn uns im vergangenen Jahr etwas klar geworden ist, dann ist es die Bedeutung flexibler Buchungskonditionen für unsere Kunden. Da Campen immer beliebter wird, blicken wir mit Zuversicht in die Zukunft.

‘Wir blicken mit Zuversicht in die Zukunft’

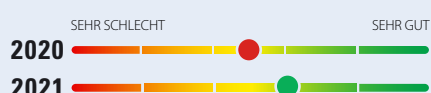


🇨🇭 AlpenCamping, Meiringen

Wir hatten zum Glück ein sehr gutes letztes Jahr. Wir durften zwar erst am 6. Juni öffnen, haben aber trotzdem die Zahlen von 2019 geschafft. Was wir seit 2020 festgestellt haben, ist, dass wir in der Schweiz nun als Anbieter von Unterkünften und weniger als Freizeit- und Wellnesseinrichtung gesehen werden. Die Gäste haben uns oft ihre Dankbarkeit ausgedrückt, dass wir offen waren. Sehr positiv. Aber was wir jetzt auch gelernt haben, ist, dass die (lokale) Politik ziemlich unberechenbar sein kann. Trotzdem erwarten wir, dass 2021 ein gutes Jahr werden wird.



‘Wir erwarten, dass 2021 ein gutes Jahr wird’



🇩🇪 AZUR Campingpark

Bis zur Öffnung der Campingplätze im Juni 2020 hatten wir eine harte Zeit. Aber mit den nachfolgenden Monaten können wir sehr zufrieden sein. Die Schließung seit November 2020 bis zum heutigen Tag finden wir jedoch völlig inakzeptabel. Durch die Einführung flexiblerer Buchungsabläufe und Stornierungsrichtlinien sowie die stärkere Fokussierung auf die Online-Buchbarkeit haben

‘Wir müssen ums Überleben kämpfen’

wir die Bedürfnisse unserer Kunden erfüllt. Wir haben letztes Jahr gelernt, wie Krisenmanagement funktioniert und kämpfen um das Überleben unserer Campingplätze. So wie es derzeit läuft, kann es wirklich nicht weitergehen. Wir sind außerdem der Meinung, dass der Beherbergungssektor unverhältnismäßig stark benachteiligt wird. Unsere Zukunft ist daher sehr ungewiss.



Oliver Frank



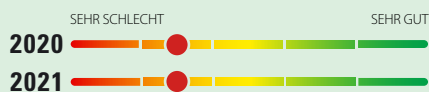
Alpenferienpark Reisach, Reisach

Wir haben im letzten Jahr viele Stornierungen und Änderungen von Reservierungsdaten erhalten. Auch die Zahl der Übernachtungen ist um zwanzig Prozent gesunken. Im Falle einer Stornierung haben wir den Gästen die Möglichkeit gegeben, die Reservierung auf das nächste Jahr zu verschieben (ohne zusätzliche Kosten). Zum Glück machten viele Camper davon Gebrauch. Herzerwärmend war auch die Geste vieler Stammgäste der Unterkunft, ihre Anzahlung nicht mit ins nächste Jahr zu nehmen, sondern uns eine neue Anzahlung zu geben. Die Corona-Situation hat uns wirklich gelehrt, flexibel zu sein.

‘Wir haben wirklich gelernt, flexibel zu sein’



Jennifer und Andries van der Haar



Camping Leputrija, Adazu Nov.



Agris Perro

Als ruhiger Campingplatz in Lettland sind wir hauptsächlich von ausländischen Reisenden abhängig und von denen haben wir 2020 weniger gesehen. Es gab eine 'Ostseeblase', aber Camping ist hier noch nicht so etabliert, dass wir deswegen viele einheimische Camper empfangen haben. Eigentlich waren wir nur von Mitte Juni bis Mitte August in der Lage, gut zu laufen. Ange-

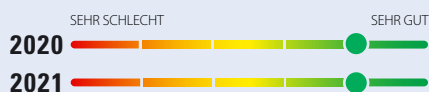
‘Wir sind sehr abhängig von ausländischen Reisenden’

sichts der großen Abhängigkeit von ausländischen Reisenden - und der eher wankelmütigen Politik in Europa - ist es für uns schwierig, eine Schätzung für 2021 abzugeben. Lettland hat eine Menge an Natur und Raum zu bieten, aber dann müssen die Reisenden auch hierher kommen können.



Camping Bled, Bled

Wegen der Sperrung waren wir bis zum 12. Juni 2020 zu. Das, obwohl wir normalerweise am 1. April öffnen. Da es eine Menge Verwirrung um die geschlossenen Grenzen gab, war unsere Reservierungsabteilung sehr damit beschäftigt, Buchungen zu stornieren, umzubuchen und zu bestätigen. Als die Grenzbeschränkungen vorbei waren, hatten wir eine erfolgreiche Sommersaison. Und am Ende war der Umsatz ähnlich hoch wie 2019. Die Corona-Situation hat uns näher zusammengebracht. Die Tatsache, dass wir eine erfolgreiche Sommersaison hatten, war wirklich eine Teamleistung. Wir erwarten, dass wir dieses Jahr den Campingplatz noch vor der Sommersaison öffnen können und ein gutes Jahr haben.



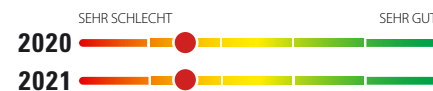
‘Die Corona-Situation hat uns näher zusammengebracht’

Erlebnis Comfort Camping Aufenfeld, Aufenfeld

Im Frühjahr 2020 erlebten wir drei Monate mit Umsatzeinbußen. Wir haben sogar die Wintersaison (ab September) komplett verloren. Aufgrund der vielen Stornierungen hatten wir es mit unzufriedenen Kunden zu tun. Deshalb haben wir uns besondere Stornobedingungen einfallen lassen. Wir haben uns auch Rabatte für Stammkunden und alle möglichen Angebote ausgedacht.

‘Die Loyalität der Gäste und Mitarbeiter ist sehr erfreulich’

Nette Geste: Ein Kunde hat seine Anzahlung nicht zurückverlangt, um uns in dieser schwierigen Zeit zu helfen. Und es ist toll, die Loyalität der Gäste und Mitarbeiter zu sehen. Trotz des schwierigen Starts in das Jahr 2021 denken wir, dass wir eine positive Hochsaison haben werden.



Camping Alexa, Chlapowo

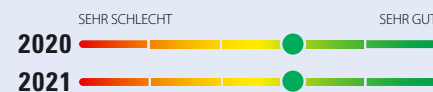
Das letzte Jahr war mit vielen Stornierungen und Umplanungen chaotisch. Wir sahen auch viele Camper, die zum ersten Mal mit ihrem Wohnwagen oder Wohnmobil in den Urlaub fuhren.

‘Wir haben viele 'neue' Camper gesehen’

Manchmal brauchten sie etwas Hilfe beim Anbringen der Markise oder beim Einschalten der Heizung und wir waren gerne behilflich. Damit alles reibungslos läuft, haben wir auch die Stellplätze vergrößert und eine Menge zusätzlicher Reinigungs- und Desinfektionsarbeiten durchgeführt. Die glücklichen Gesichter aller, die endlich wieder nach draußen gehen durften, werden wir nicht so schnell vergessen. Diese Saison wird hoffentlich ein wenig besser als die letzte Saison. Wir sind auf alles vorbereitet!

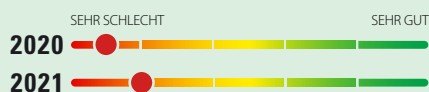


Monika Jeka



Camping Sokol Praha, Prag 9/Dolní Pocernice

2020 war eine echte Herausforderung für uns. Das lag an der ständigen Unberechenbarkeit der Corona-Lage. Erwarte immer das Unerwartete, das wurde deutlich. Der inländische Campingmarkt in der Tschechischen Republik ist recht klein, so dass viele Campingplätze auf ausländische Gäste angewiesen sind. Sie waren zwar auf Campingplätzen auf dem Lande, aber als Stadtcampingplatz in einem Vorort von Prag hatten wir es schwerer. Durch die Lockerung unserer Politik in Bezug auf Buchungen, Vorauszahlungen und Stornierungen haben wir immer noch Kunden angezogen. Sie sagten oft, dass sie von der entspannten Atmosphäre eines Stadtcampingplatzes in der Nähe des Zentrums von Prag positiv überrascht waren.



‘Die Lektion für uns aus 2020: Erwarte immer das Unerwartete’

Zaton Holiday Resort, Zaton/Nin (Zadar)



Frane Skoblar

Im Vergleich zu unserem Rekordjahr 2019 haben wir 2020 einen starken Umsatzrückgang zu verzeichnen. Vor allem aus für uns wichtigen Ländern wie den Niederlanden, Dänemark und Italien waren weniger Gäste da. Aufgrund der Corona-Maßnahmen mussten wir viele Dinge in unserem Geschäftsbetrieb anders organisieren. Aber umso schöner war es, dass wir unsere Gäste weiterhin empfangen konnten. Die Hunderte von E-Mails und herzerwärmenden Reaktionen in den sozialen Medien haben uns ebenfalls geholfen, die schwierige Jahreszeit zu überstehen. Wir haben auch gesehen, dass selbst eine Pandemie

Reisende nicht aufhalten kann. Hoffentlich werden Schnelltests und Impfungen dazu beitragen, dass 2021 das Jahr der Trendwende wird.



‘Die Unterstützung unserer Gäste hat uns geholfen, es zu überstehen’

Camping Stobreč Split, Stobrec



Das turbulente Jahr 2020 war voller Herausforderungen. Es brauchte wirklich eine völlig andere Organisation. Besonders bei all den Stornierungen und der Übertragung von Reservierungen auf 2021. Darüber hinaus war es wichtig,

‘Das turbulente Jahr 2020 war voller Herausforderungen’

Anpassungen in der Hygiene vorzunehmen, um alle Maßnahmen zu erfüllen. Auch der Tourismussektor war anders als sonst. So stieg zum Beispiel die Zahl der inländischen Übernachtungen. Wenn etwas deutlich geworden ist, dann, dass Gesundheit und Sicherheit wirklich an erster Stelle stehen, wenn Kunden einen Urlaub buchen. Für 2021 erwarten wir eine Menge Last-Minute-Buchungen, teilweise aufgrund der Impfpolitik und dem Eintreten von besserem Wetter.

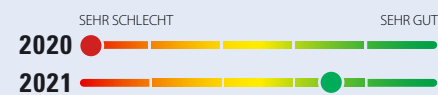


Camp Sojka, Malatiny



‘Eine Frage der Gelassenheit und der Kostenbegrenzung’

Unser Campingplatz war das ganze Jahr 2020 über nicht geöffnet. Wir waren nicht nur von der Corona-Lage betroffen. Im Frühjahr hatten wir auch mit Überschwemmungen zu kämpfen. Ein echtes Katastrophenjahr. Erfreulicherweise haben wir auf unseren Social-Media-Kanälen viele Nachrichten zur Unterstützung von Gästen erhalten. Sehr schön zu lesen! Für uns ging es im letzten Jahr also vor allem darum, Ruhe zu bewahren, die Kosten zu begrenzen und uns auf einen Neuanfang vorzubereiten. Wir sind positiv gestimmt und hoffen auf einen guten Sommer und Herbst im Jahr 2021.



Ibro Zalihic

Camping Mali Wimbledon, Mostar

Die Auswirkungen von Corona sind enorm. Im Jahr 2020 waren es nur zehn Camper. Zum Glück haben wir einen großen Pool, den wir für einheimische Gäste geöffnet hatten. Wir haben extra Pumpen mit Desinfektionsmittel in den Sanitäranlagen installiert und wir reinigen alles extra gründlich. Wir haben positive Reaktionen

von unseren Gästen erhalten und erfreulicherweise unterstützen uns auch unsere Partner - wie ACSI. Wir haben gelernt, flexibel zu sein und schnell auf einen Ersatzplan umzuschalten. Und obwohl wir für 2021 mehr Möglichkeiten erwarten, denken wir, dass es noch viele restriktive Maßnahmen geben wird.



‘Wir haben unser Schwimmbad für einheimische Gäste geöffnet’



Camping Erodios, Gialova/Pylos

Im vergangenen Jahr hatten wir viele Last-Minute-Stornierungen. Zum Glück haben wir schnell einen Weg gefunden, mit der Situation umzugehen. Wir überprüften die Körpertemperatur unserer Gäste und begannen, Online-Bestellungen für unser Restaurant und den Campingplatz-Shop entgegenzunehmen. Wir haben viel Unterstützung von unseren Stammgästen erhalten, die leider nicht nach Griechenland kommen konnten. Wir hoffen, sie bald wieder begrüßen zu können. Auch in der kommenden Saison ist die Gesundheit aller unsere höchste Priorität. Wenn alle es ernst nehmen, können wir hoffentlich gemeinsam einen sicheren Sommer genießen.

‘Oberste Priorität für diese Saison ist die Gesundheit’

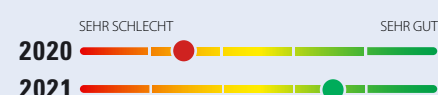


Erwlion Caravan & Camping Park, Llandovery



‘Zum ersten Mal seit den 1960er Jahren mussten wir schließen’

2020 waren wir bis Juli geschlossen und zu allem Überfluss mussten wir im Herbst und Winter erneut schließen. Zum ersten Mal seit den 1960er Jahren musste der Park geschlossen bleiben! Dank der Unterstützung der Regierung haben wir es geschafft. Glücklicherweise hatten wir bereits hohe Standards für Hygiene und Wartung, so dass die Anpassungen in dieser Hinsicht minimal waren. Für 2021 werden wir die gleichen Verfahren wie im letzten Jahr verwenden. Wir erwarten, dass die Zahl der Gäste zunehmen wird, mit weniger Gästen aus dem Ausland, aber mehr Briten, die (notgedrungen) ihren Urlaub im eigenen Land verbringen werden.

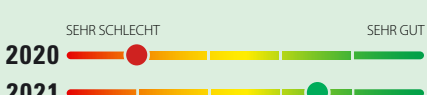


Camping Kalami Beach, Plataria/Igoumenitsa

‘Viele Camper waren sehr verängstigt’



Im letzten Jahr hatten wir deutlich weniger Gäste. Viele Camper hatten Angst vor dem Virus. Auf dem Campingplatz haben wir dafür gesorgt, dass sich alle voneinander fernhalten und an vielen Stellen haben wir Pumpen mit Desinfektionsmittel aufgestellt. Wir haben auch die Anzahl der Tische im Restaurant reduziert. Die Pandemie hat uns gelehrt, schwierige Situationen zu meistern und in unserer Arbeitsweise flexibel zu sein. Da immer mehr Menschen geimpft werden und sich jeder der Gefahr von Corona bewusst wird, hoffen wir auf eine bessere Campingsaison 2021.



Camping La Belle Étoile, La Rochette

Luc und Yvonne Pelee de Saint Maurice



Letztes Jahr hatten wir leider einen Verlust von ca. 50%, weil wir keine ausländischen Touristen begrüßen konnten. Für die Gäste, die auf unserem Campingplatz übernachtet haben, haben wir extra in die Hygiene investiert. Wir haben ein Gerät zur Desinfektion von Wohnmobilen und Sanitäranlagen angeschafft. Es war schön zu sehen, dass einige Stammkunden uns angerufen haben, um zu fragen, wie es dem Campingplatz geht.

‘Einige Gäste riefen uns an, um zu fragen, wie es uns geht’

Und es gab Leute, die ihren Urlaub stornierten, aber auf ihre Anzahlung verzichteten. Schön zu sehen. Wir wissen nicht, was das Jahr 2021 bringen wird, sind aber für 2022 positiv gestimmt; wenn die Impfstrategie gut funktioniert.



Camping Le Pont d'Allagnon, Lempdes-sur-Allagnon



Zu Beginn der Saison hatten wir etwa 20% weniger französische und ausländische Kunden. Es folgten Stornierungen von Gruppen in der Haupt- und Nebensaison. Was uns enorm geholfen hat, war die Wiedereröffnung des Campingplatzes im Juni. Dadurch konnten wir in den beiden verbleibenden Sommermonaten einen Großteil unserer Verluste wieder wettmachen. Die Corona-Krise hat uns bewusst gemacht, dass man mit dem Geld vorsichtig umgehen muss und dass es wichtig ist, die Kunden über unsere Buchungsbedingungen zu beruhigen. Wir haben eigentlich keine Erwartungen für die Zukunft, aber wir hoffen, dass wir in der Hochsaison wieder Touristen aus anderen Ländern als Frankreich begrüßen können.

‘Es ist wichtig, die Kunden zu beruhigen’



Domaine de la Gautière, Buis-les-Baronnies

Der Betrieb unseres Campingplatzes in der Corona-Zeit erforderte eine andere Herangehensweise, um das Wohlbefinden unserer Kunden und für uns selbst zu gewährleisten. Wir mussten in einigen Bereichen einen Mundschutz tragen, wir hatten Laufwege zur Rezeption und wir arbeiteten mit speziellen Reinigungsmitteln. Und das nicht ohne Ergebnis, denn die Gäste sagten, sie fühlten sich sicherer als auf anderen Campingplätzen. Wir werden sicherlich auch in Zukunft zusätzliche Hygienemaßnahmen wie häufigeres Händewaschen anwenden. COVID hat uns gelehrt, uns gegen einen unsichtbaren Feind zu schützen. Wir hoffen in diesem Jahr wieder niederländische, deutsche und belgische Camper begrüßen zu dürfen.



‘Gäste fühlten sich sicherer als auf anderen Campingplätzen’



Camping Biarritz, Biarritz

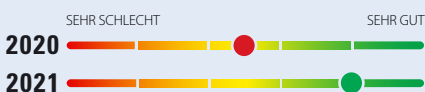
Das Fehlen ausländischer Gäste auf unserem Platz hatte leider wirtschaftliche Konsequenzen. Aber um den Aufenthalt der Gäste, die dort waren, besonders sicher zu machen, haben wir natürlich in Hygiene investiert. Wir haben uns an alle Gesundheitsvorschriften gehalten. Wir haben mit Essen zum Mitnehmen gearbeitet, um trotzdem Essen anbieten zu können.



Alexis Dubor

Zum Glück hat uns Airtel, die Campingplatzkette, der wir angeschlossen sind, geholfen. Was uns die Krise gelehrt hat, sind weise Lektionen. Zum Beispiel ist es wichtig, in die Anziehung von inländischen Touristen zu investieren. Und die Durchführung von Kundenbefragungen erwies sich als sehr aufschlussreich, um mehr über ihre Wünsche zu erfahren.

‘Zum Glück bekamen wir Hilfe von unserer Campingkette’



Camp du Domaine, Bormes-les-Mimosas

Wir haben im letzten Jahr einen Umsatzverlust von 37% erlitten, hauptsächlich in der Nebensaison. Wohl haben wir mehr französische Kunden und mehr neue Kunden bekommen. Auf unserem Campingplatz waren sie wegen der strengeren Hygienemaßnahmen besonders sicher. Ein engagiertes Team kümmerte sich dreimal am Tag um die Desinfektion aller Einrichtungen. Wir haben auch ein Gedränge bei der Unterhaltung verhindert, indem wir zwei Abendshows statt einer gemacht haben (19:00 – 21:00, Desinfektion, 21:30 – 23:30). Fun fact: letztes Jahr hatten wir zwei berühmte Gäste auf unserem Campingplatz. Einen französischen Fußballspieler aus der Mannschaft, die 2018 Weltmeister wurde und eine deutsche Filmschauspielerin.



Anne Caillat-Defour

‘Ein Team desinfizierte alle Einrichtungen dreimal täglich’



Camping La Buganvilla, Marbella/Málaga



Francisco Sempere Sanchez

Wir haben immer die Maßnahmen ergriffen, die uns vom spanischen Gesundheitsministerium mitgeteilt wurden. Mit anderen Worten: Abstand halten, Maske tragen und Desinfektionsgel bereitstellen. Nach unserem Wissen hatten wir keinen Fall von Corona. Weder bei den Kunden noch bei den Mitarbeitern.

‘Soweit wir wissen, hatten wir nicht einen einzigen Corona-Fall’

Was uns in letzter Zeit wirklich bewusst geworden ist, ist, dass wir während dieser Corona-Zeit respektvoll mit den Schwächsten umgehen müssen. Für dieses Jahr erwarten wir einen besseren Sommer als 2020. Und hoffentlich können wir ab diesem Herbst auch die nordeuropäischen Überwinterer wieder begrüßen.

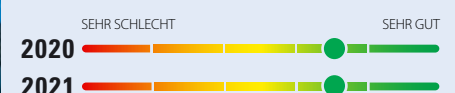


Verneda Camping Mountain Resort, Pont d'Arros

‘Es ist wichtig, Kunden zu binden’



Bis Juni 2020 waren wir leider geschlossen. Und auch im Winter gab es in unserer Provinz alle möglichen Mobilitätseinschränkungen. Hinzu kam eine obligatorische zwanzigprozentige Reduzierung der Gästezahl. Offensichtlich mit der Absicht, einen besseren Abstand zu halten. Die Corona-Krise hat uns gelehrt, dass wir den gegenwärtigen Moment schätzen müssen. Und dass es wichtig ist, Kunden zu binden. Was den Inlandtourismus angeht, sollte es uns bis 2021 gut gehen. Aber wir haben wegen der vielen Verzögerungen bei der Impfung nicht wirklich Vertrauen in ausländische Gäste.



Cepo Verde, Gondesende/Bragança

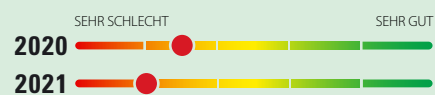


Telmo Cadavez

Wir hatten letztes Jahr fast keine ausländischen Gäste. Darüber hinaus gab es einen Anstieg der Kosten im Zusammenhang mit den Sicherheitsvorschriften. Das allgemeine Einkommen sank um etwa fünfzig Prozent. Durch spezielle Regeln für die Nutzung der sanitären Anlagen konnten wir den Gästen einen sicheren Aufenthalt garantieren. Sehr nett war ein Ehepaar aus

‘Die Corona-Zeit war sehr lehrreich’

England, das extra lange in einem unserer Chalets blieb - auch als der Rest des Campingplatzes leer war - um uns zu mehr Einnahmen zu verhelfen. Gemeinsam hatten wir ein paar tolle Wochen. Die Corona-Zeit war sehr lehrreich. Wir mussten mit begrenzten Ressourcen auskommen.



Camping Turiscampo, Luz/Lagos

‘Positiv, dass sie plötzlich wussten, wie sie unseren Campingplatz finden’



Insbesondere auf unserem Campingplatz waren die Auswirkungen des Lockdowns sehr groß. Im Juli und August des letzten Jahres gab es praktisch nichts zu tun. Die wenigen Gäste, die kamen, hatten andere Nationalitäten als in den

Vorjahren. Es war gut, dass sie plötzlich auch wussten, wie sie unseren Campingplatz finden konnten. Indem wir besonders auf die Hygiene und die maximale Anzahl von Personen in bestimmten Bereichen des Campingplatzes geachtet haben, waren unsere Gäste sicher. Dass sie das auch so empfanden, war für uns sehr wichtig. Wie dieses Jahr laufen wird, wissen wir nicht. Es wird immer noch Probleme mit Flügen geben und auch die Politik ist ein unsicherer Faktor.



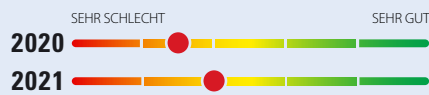
Gruppo Human Company



Camping Norcenni Girasole

‘2021 wird ähnlich verlaufen wie 2020’

Letztes Jahr haben wir gesehen, wie viel Einfluss externe Faktoren auf den Tourismussektor haben. Wir wurden aufgefordert, uns schnell anzupassen. Wir haben unsere Verkaufsbudgets umverteilt, zusätzliche Schulungen für unsere Mitarbeiter durchgeführt, die Infrastruktur verändert und ein Online-Buchungssystem für die Restaurants und Lieferungen eingeführt. Und wir haben besonders auf die Reinigung und Hygiene geachtet. Unter anderem deshalb konnten unsere Gäste trotzdem einen tollen Urlaub genießen. Wir haben auch ein großes Verständnis für die Maßnahmen festgestellt. Wir glauben, dass 2021 ähnlich verlaufen wird wie 2020. Das bedeutet einen Rückgang der internationalen Nachfrage und viele Last-Minute-Buchungen.



Camping San Cristoforo / Camping Due Laghi / Fiemme Village, Pergine Valsugana / Levico Terme / Bellamonte di Predazzo

2020 war ein schwieriges Jahr. Die Saison war kürzer als normal und wir beschlossen, nur zwei unserer drei Campingplätze zu öffnen. Investitionen wurden vorerst ausgesetzt und das ist leider immer noch der Fall. Nach dem Debakel mit den Gutscheinen ist auch klar, dass wir bei der Vorauszahlung des Urlaubs etwas ändern müssen. Die Leute sind misstrauisch. Da die Impfung in vielen europäischen Ländern nicht schnell genug voranschreitet, erwarten wir für 2021 eine Saison mit hauptsächlich inländischen Touristen. Natürlich wird die Stimmung euphorisch sein, sobald die Menschen wieder in den Urlaub fahren dürfen.



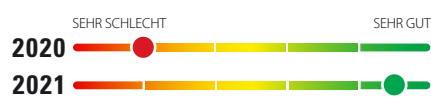
Camping Due Laghi



Camping San Cristoforo



Fiemme Village



‘Alle Investitionen wurden vorerst ausgesetzt’

Villaggio Turistico Internazionale, Bibione



Andrea Granzotto

Die Corona-Pandemie hat alle unsere Selbstverständlichkeiten auf den Kopf gestellt. Plötzlich mussten wir unsere gesamte Arbeitsweise umstellen und es regnete Stornierungen und Umbuchungen. Ad hoc erstellten wir einen neuen Geschäftsplan mit klaren Abläufen für Reinigung, Unterhaltung, Empfang und soziale Distanzierung. Auf diese Weise konnten wir unseren

Gästen eine sichere und hygienische Umgebung bieten. Erfreulicherweise haben wir bei unseren Gästen viel Verständnis festgestellt. In Bezug auf den Umsatz erwarten wir, dass das Jahr 2021 zwischen 2019 und 2020 liegen wird. Die Corona-Maßnahmen werden in den ersten Monaten sicherlich eine große Rolle spielen. Ab Juni hoffen wir auf eine Besserung.

‘Wir hoffen auf eine Besserung ab Juni’



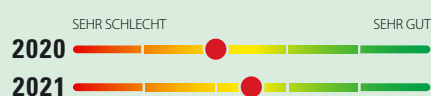
Baia Domizia Camping Village, Baia Domizia

‘2021 wird im Großen und Ganzen ähnlich sein wie 2020’

2020 hatten wir Umsatzeinbußen und einen Rückgang der Zahl ausländischer Gäste zu verzeichnen. Die Anzahl der Camper aus der Region blieb mehr oder weniger gleich. Um es für unsere Gäste so sicher wie möglich zu machen, haben wir überall mehr Abstand geschaffen und zusätzliches Grün platziert. Es war eine riesige Aufgabe, alles richtig zu arrangieren, aber wir haben gesehen, dass man mit viel Willenskraft Situationen überwinden kann, die auf den ersten Blick unmöglich scheinen. Erfreulicherweise haben unsere Gäste positiv auf die Anpassungen reagiert und sich gut an die Maßnahmen gehalten. Wir erwarten, dass das Jahr 2021 weitgehend ähnlich verlaufen wird wie 2020.



Enrico Toffano



Aufbau einer Campingmarke

Ein Interview mit Hannes Müller von TourTouch



Stellen Sie sich unseren Lesern doch gerne erstmal kurz vor

Gerne! Als Camper und Outdoor-Freunde gestalten wir die Campingbranche mit. Uns liegen vor allem die Themen Digitalisierung, Erlebnisdesign und Betriebsprozesse am Herzen. Unsere feste Überzeugung ist es, dass man kommenden Camper-Generationen zuallererst einen einfachen Zugang zum Produkt und dann vor Ort ein authentisches Camping-Erlebnis bieten muss. Mit unserer Agentur TourTouch unterstützen wir Campingbetriebe in der DACH-Region in den Themen Marketing, Betriebsprozesse und Gästeerlebnis. Bei unseren Kunden sehen wir täglich die Herausforderungen, die eine neue Generation von Campern und nun auch das Post-Corona Reiseverhalten mit sich bringt.

Wie habt Ihr bei TourTouch die Homeoffice-Zeit verbracht?

Viele der Betriebe machen natürlich trotz der Krise weiter und nutzen die Zeit, sich um Optimierungen zu kümmern. Da gibt es also für uns genug zu tun. Freie Zeit haben wir aber genutzt, um Campingbetriebe mit frischem Input zu versorgen und ein Online-Lern-Portal für Campingbetriebe ins Leben zu rufen: Den CAMPUS. In kurzen und bündigen Fachvorträgen, Interviews und Tutorials berichten wir dort über die relevantesten Themen der Branche. Der CAMPUS ist unter tourtouch.de/campus zu erreichen und für alle komplett kostenfrei.

Ihr Vortrag auf dem virtuellen NCT dieses Jahr war gut besucht und behandelte die wichtigsten Schritte beim Aufbau einer Campingmarke. Entlang der drei Blöcke die Marke aufbauen, die Marke einschlagen, das Marketing spezialisieren und bedienen

haben Sie die Marketinggrundlagen aufgezeigt, die nach unserer Meinung für sehr sehr viele Campingbetriebe relevant sind und in naher Zukunft anstehen. Können Sie für unsere Leser nochmals kurz zusammenfassen, worauf es dabei im Kern ankommt?

Gerne! Um eine Marke aufzubauen, braucht es zuallererst eben genau das: Eine Marke. Da gehört einiges mehr dazu, als man auf den ersten Blick vermutet. Nach außen sichtbar wird die Marke durch einen einheitlichen und stimmigen Auftritt, samt Logo und Farben und all dem Kram. Hinzu kommt ein bestimmtes Urlaubs- oder Qualitätsversprechen und die zugehörigen betrieblichen Strukturen und Prozesse, um eben diese Versprechen vor Ort auch wahr werden zu lassen. Für die meisten Campingbetriebe, mit denen wir arbeiten, ist genau das der Knackpunkt. Schöne Bilder, flotte Sprüche und Urlaubsversprechen hat man schnell beisammen. Bessere Service- und Erlebnisqualität schon bei der Buchung und dann vor Ort am Campingplatz ist schon etwas herausfordernder. Vor allem wenn gleichzeitig der Arbeitsaufwand pro Gast und Vorgang verringert werden soll.

Die Marke aufbauen:

- Einheitlicher professioneller Auftritt
- Urlaubs- und Qualitätsversprechen
- Professionelle Betriebsprozesse

Ist die Campingmarke mit allem was dazu gehört aufgebaut, geht es darum, die fertige Marke sichtbar zu präsentieren. Die Marke sozusagen einzuschlagen und so im Markt zu etablieren. Dies gelingt mit drei Schlägen, die einfach sitzen müssen.

Die Marke einschlagen:

- Eigene Website
- Google My Business
- Camping-Portale



Zum Aufbau einer starken Marke gehören auch hochwertige Fotos eines Campingplatzes, aber die eigentliche Herausforderung besteht darin, die Dienstleistungen auf einem hohen Niveau zu halten.

Einige Betreiber unterschätzen meines Erachtens, inwiefern Tagesgeschäft und Rezeption entlastet werden können, wenn der digitale Auftritt verlässliche Infos bietet und beim Gast keine Fragen offenlässt. Eine moderne Website mit einfacher und flacher Navigation im responsiven Design. Eine Website, die von Suchmaschinen gefunden wird, Lust auf Camping macht und einen leichten Zugang zum Produkt ermöglicht. Google My Business ist dabei die Schaltzentrale für Aktuelles, Öffnungszeiten und Bewertungen. Auch um auf der Landkarte und im geografischen Kontext gefunden zu werden. Als drittes braucht es hochwertig bebilderte und gepflegte Auftritte in Campingportalen wie ACSI und Camping.info als die wichtigsten Sprachrohre unserer Branche.

Nachdem die Marke aufgebaut ist anhand der Website, den Camping-Portalen und nachdem sie auch auf Google-Maps gut sichtbar ist, empfehlen Sie in Ihrem Vortrag das Marketing zu spezialisieren. Was genau kann man sich darunter vorstellen?

Die Spezialisierung bringt die vorab definierte Marke auf den Punkt und transportiert bestimmte Markenattribute in die Öffentlichkeit. Es geht dabei um den Aufbau und die Verwendung von geeigneten

Kanälen, um eine spezialisiertere Zielgruppenansprache und um Kampagnen, die ein bestimmtes Ziel verfolgen. Ziele sind dabei immer betriebswirtschaftlicher Natur: Auslastungsoptimierung, Preisakzeptanz, Gästezufriedenheit, Saisonverlängerung.

Spezialisiertes Marketing:

- Kanäle und Inhalte
- Zielgruppen
- Kampagnen

Eine letzte Frage: Worin sehen sie die Herausforderungen der Campingbranche in den nächsten Jahren?

Aus Branchensicht wird es m.E. darum gehen, Übernachtungs- und Freizeitangebote weitergehend entlang den Bedürfnissen einer neuen Camper-Generation zu entwickeln. Natürlich online buchbar, variantenreich spezialisiert und von durchgängig hoher Qualität. Ich denke, der Fokus wird sich dabei wohl etwas auf die zusätzlichen Angebote (Freizeit, Erlebnis, Kurse usw.) richten und weniger auf die 10 x 10 Meter Wiese mit Wasserhahn. Auf Betriebsebene wird man Zeit und Ressourcen brauchen für diese Entwicklung. Wiederkehrende Aufgaben und Abläufe zu standardisieren und anschließend zu digitalisieren ist ein greifbarer Weg, um sich

im Tagesgeschäft weniger mit bürokratischen Abläufen (Buchen, Einchecken, Bezahlen usw.) und mehr mit den Gästen beschäftigen zu können: Ausflugstipps, Empfehlungen, Extraleistungen, Erlebnisse...

Vielen Dank für Ihre Zeit und Ihren Input.

Sehr gerne. Danke für die Einladung und alles Gute.



Hannes Müller, www.tourtouch.de

Hannes Müller ist Geschäftsführer der Marketing- & Strategieberatung TourTouch und Gründer des Infoportals CAMPUS

Ich bin gespannt auf Ihren Betrieb und bevorstehende Herausforderungen. Schreiben Sie mir gerne an hannes@tourtouch.de

Pressemitteilung LeadingCampings April 2021

Online Tutorials und Schulung

Seit 2009 gibt es bei den LeadingCampings of Europe jedes Jahr vor Beginn der Saison eine Schulung für die Mitarbeiter der Mitgliedsplätze. Bislang fand sie immer auf einem anderen LeadingCamping statt. Die Schulung 2020 fiel dem ersten Lockdown und den Reisebeschränkungen zum Opfer, nun haben sich die LeadingCampings neu orientiert. Am 22. April fand die diesjährige Schulung als Online-Format statt – mit dem großen Vorteil einer deutlich gestiegenen Teilnehmerzahl.

Klar, wenn Reiseaufwand und mehrtägige Abwesenheit entfallen, können mehr Mitarbeiter mitmachen. Und wenn die Campingplätze geschlossen sind, haben auch mehr Mitarbeiter Zeit, sich fortzubilden. Die Erfahrung aus dreieinhalb Stunden intensiver Zoom-Sitzung zeigt: Es geht, aber es ist anders. Corona brachte also neben vielem, was wir lieber heute als morgen wieder loswerden wollen auch etwas, was bleiben wird: Die Zentrale der LeadingCampings hat die Zeit genutzt, um das Mitarbeiter-Training

zu verstetigen und um ein ständiges Online-Angebot zu ergänzen. Was in der Pandemie zunächst aus der Not geboren war, wird nun fester Bestandteil unseres Fortbildungsangebots an Mitarbeiter auf LeadingCampings sein. 24/7 können diese sich über alles, was LeadingCampings betrifft, informieren. Dazu stehen alle relevanten Dokumente nun übersichtlich sortiert als Online-Datenbank zur Verfügung sowie zunächst vier je 30-minütige Video-Tutorials zu Leading-spezifischen Themen. Diese Tutorial-Videothek soll in Zukunft wachsen. Mitarbeiter haben 365 Tage im Jahr Zugang über

<https://academy.leadingcampings.com>, allerdings müssen sie sich zuvor registrieren.

Mehr Information:

LeadingCampings of Europe
Kettelerstr 26, D-40593 Düsseldorf.
Tel.: +49 (0)2 11 / 89 96 49 95
Fax: +49 (0)2 11 / 87 96 49 96
info@leadingcampings.com
www.leadingcampings.com



Vorsprung mit digitalen Tools

Gleichgewicht zwischen Mensch und Computer

Digitales Buchen ist die Zukunft oder, besser gesagt, bereits Realität. Das heißt aber nicht, dass der Camper bei der Buchung der Technik hilflos ausgeliefert ist. Menschen spielen - glücklicherweise - eine wichtige Rolle und bestimmen den Unterschied zwischen einem einmaligen Gast und einem treuen Kunden. Deshalb ist es sehr wichtig, eine optimale Balance zwischen Mensch und Computer zu finden.

Vergleichen, Ausschuchen und Buchen des Urlaubs wird zunehmend online erledigt. Diese Entwicklung wird sich wahrscheinlich weiter in Richtung eines vollständig personalisierten Angebots ausweiten. Im Jahr 2021 sind die Kunden immer mehr daran gewöhnt, Präferenzen anzugeben und anschließend

ein Angebot zu erhalten, das ihren Wünschen entspricht. Für Campingplätze ist es fast zu einer Notwendigkeit geworden, darauf zu reagieren. Doch auch der Digitalisierung scheinen Grenzen gesetzt zu sein. Denn wo der Faktor Mensch komplett verschwindet, entsteht Widerstand.

Kontakt mit Menschen

Europäische und amerikanische Studien zeigen, dass immerhin 75 % der Verbraucher auch während des Buchungsvorgangs einen schnellen menschlichen Kontakt wünschen. Zu viel 'Do-it-yourself-Technologie' hat langfristig negative Auswirkungen auf das Erlebnis und die Loyalität des Reisenden. Dies ist vor allem dann der Fall, wenn es beim ersten Kontakt keine menschliche Unterstützung gibt, obwohl die Leute danach fragen. Der Camper möchte schnell mit jemandem per Telefon, WhatsApp, Chat oder E-Mail sprechen. Dadurch entsteht ein Vertrauensverhältnis und eine Bindung.

Lästiger Spagat

Es ist eine schwierige Gratwanderung wenn man glaubt, die vollständige Digitalisierung des Buchungsprozesses sei die Lösung für Personalkosten und Mangel an geeignetem Personal. Auch die Nutzung und Weitergabe von Daten ist ein Thema. Reisende empfinden die Weitergabe ihrer Daten an die Reiseorganisation nicht sofort als Problem. Schon gar nicht, wenn es ihnen einen direkten Nutzen bringt. Es kann jedoch Widerstand hervorrufen, wenn Kunden nicht wissen, mit

welchen Beteiligten ihre Daten geteilt werden.

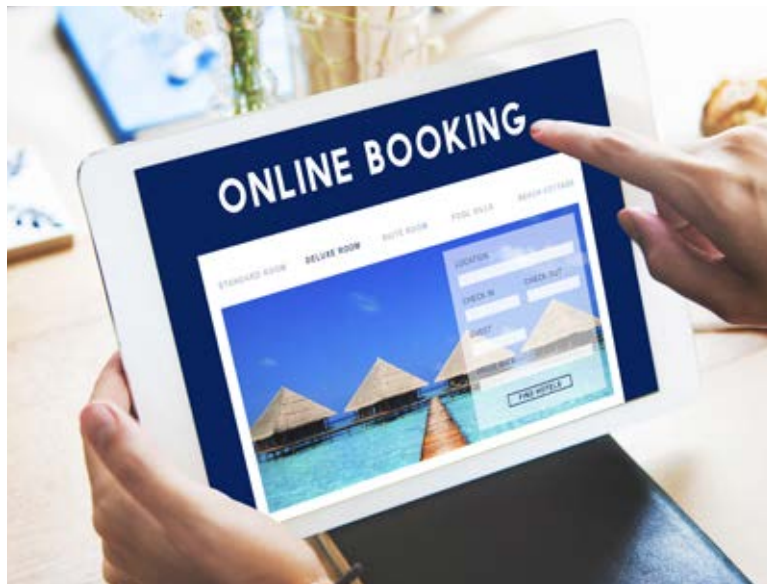
Tipps vom Chatbot

Mit den richtigen digitalen Tools lässt sich jedoch Zeit und Geld sparen. Eine starke Online-Sichtbarkeit und eine gut entwickelte Website (oder App) mit einem einfachen Buchungsprozess, sind für jeden Campingplatz und Reiseanbieter wichtig. Doch die Digitalisierung kann noch einen Schritt weiter gehen und sogar zusätzlichen Umsatz generieren. Denken Sie zum Beispiel an einen Chatbot, der Vorschläge für unterhaltsame Aktivitäten und Sehenswürdigkeiten am Urlaubsort macht, oder der für den Kunden einen Tisch in einem Restaurant reserviert. Gäste, die einen guten digitalen Assistenten nutzen, können bis zu dreißig Prozent mehr

während ihres Urlaubs ausgeben als Gäste, die dies nicht tun.

Auf der Suche nach der Mischung

Kluge Anbieter suchen daher nach Möglichkeiten, die Digitalisierung mit menschlichen Kontaktmomenten zu verbinden. Das kann sehr einfach sein. Das Anbieten einer Telefonnummer oder einer Chat-Option mit einem Mitarbeiter hilft bereits, Vertrauen zu gewinnen. Smarte Chatbots gehen noch einen Schritt weiter und erkennen sogar Emotionen, so dass sie auf Gefühle wie Ärger, Überraschung oder Stress reagieren können. Es bleibt abzuwarten, wie die richtige Mischung zwischen Mensch und Computer aussehen sollte. Aber eine Schlussfolgerung ist klar: Der Wert des menschlichen Kontakts sollte nicht unterschätzt werden!



Digitaler Assistentin bei Suncamp

Der Reiseveranstalter Suncamp arbeitet seit 2020 mit der digitalen Assistentin Anna. Kunden loggen sich vor ihrer Abreise ein und erhalten nützliche Tipps und Informationen von Anna. Sie können dem digitalen Assistentin auch per Whatsapp Fragen stellen, zum Beispiel: "Wo gibt es ein nettes Restaurant in der Nähe?" Die Kunden, die Anna im Jahr 2020 kennengelernt haben, geben diesem Service eine hohe Bewertung. Nicht weniger als 97% würden bei ihrem nächsten Urlaub gerne wieder Tipps von Anna erhalten.

ACSI-widgets: Lassen Sie Ihre Website-Besucher wissen, dass Sie für Qualität stehen



Wiedererkennungswert für Millionen von Campern

Das ACSI-Logo ist ein Qualitätssiegel und hat einen hohen Wiedererkennungswert für Millionen von Campern in ganz Europa. Indem Sie das ACSI-Logo auf Ihrer Website zeigen, vermitteln Sie Ihren Besuchern die wertvolle Partnerschaft mit ACSI. Dies wird Ihren zukünftigen Gästen zusätzliches Vertrauen geben.

Zeigen Sie die Bewertungen Ihres Campingplatzes

Neben dem ACSI-Logo sind für Ihre zukünftigen Gäste auch die Bewertungen für Ihren Campingplatz wichtig. Indem Sie die ACSI-Bewertung mit einem Link zu den Bewertungen auf Ihrer Website anzeigen, helfen Sie Ihren Gästen bei der Wahl Ihres Campingplatzes.

Erstellen Sie Ihr eigenes kostenloses Widget

Die Verwendung der Widgets ist kostenlos und die Zusammenstellung ist sehr einfach.

Als gelisteter Campingplatz bei ACSI haben Sie die Möglichkeit, ein ACSI-Widget auf Ihrer Website zu platzieren. So können Sie ACSI als Qualitätssiegel optimal nutzen.

Ein Widget ist ein kleines, grafisches Element, das Sie einfach in Ihre Website einfügen können und das nützliche Informationen für den Webseitenbesucher enthält. Zum Beispiel das ACSI-Logo oder die Bewertung, die Sie von Campnern erhalten die Rezensionen auf unseren Websites oder über unsere Apps hinterlassen haben.

Sie können 3 Arten von Widgets herunterladen:

1. ACSI-Bewertungszahl
2. ACSI Logo-Widget
3. ACSI Logo-Widget + Inspektionsjahr



ACSI Widgets:

- Sehr einfach zusammenzustellen
- Einfach auf Ihrer Website zu installieren
- Hoher Aufmerksamkeitswert für Besucher
- Zeigen dass Sie mit ACSI arbeiten

Camping La Vallée Verte

8,2

11 Bewertungen

Sanitäranlagen	7,9
Personal	8,1
Preis-Leistungsverhältnis	7,9
Kinderfreundlichkeit	7,9
Unterhaltung	8,2
Sporteinrichtungen	7,9
Schwimmbad	7,9
Essen und Trinken	7,9
Umgebung	8,4

[Add a review](#)



Annually inspected by ACSI

Weitere Informationen auf Eurocampings.de/widget

Kreatives Konzept mit Wirkung

ACSI FreeLife TestTour 2021

Camper, die ihren Urlaub auf demselben Campingplatz verbringen, wissen besser als jeder andere, worauf es bei einem Wohnwagen oder Zugfahrzeug ankommt. Nicht von ungefähr spielen Camper daher die Hauptrolle bei der ACSI FreeLife Test Tour. Aber was bedeutet das alles und was kann es für Ihren Campingplatz bedeuten?

Letzten Sommer sind vier Testteams in den sonnigen Süden Österreichs gereist: nach Kärnten. Ausgestattet mit einem nagelneuen Volvo und einem Fendt-Anhänger. So hatten die Teams reichlich Gelegenheit, mit begeisterten Campingnachbarn ins Gespräch zu kommen. Und sowohl die Region als auch die Campingplätze, auf denen die Testteams übernachteten, profitierten von der großen Aufmerksamkeit in all den Geschichten, die in ausführlichen Berichten, Blogs und Dutzenden von Videos erzählt wurden.

Kreative Konzepte

Zunehmend wenden sich Regionen mit der Bitte um kreative Kommunikationslösungen in einem Mix aus Print, Online und Video an ACSI. Die Macher des ACSI FreeLife Magazins lassen sich deshalb immer wieder neue Konzepte einfallen, um mehr als nur eine Anzeige zu bieten. Von der Leserreise bis zum speziellen Camping-Paket, von der informativen Seite mit der Vorstellung des Campingplatzes bis zum Interview mit dem Platzbesitzer. Das größte dieser kreativen Konzepte ist die ACSI FreeLife Test Tour, die wir 2021 zum fünften Mal veranstalten werden. Wir werden mit einer Tourismusregion, einem Autohersteller und einem Wohnwagen- bzw. Wohnmobilhersteller zusammenarbeiten. In dieser Zusammenarbeit liegt auch die Stärke des Konzepts.

Testteams

ACSI FreeLife ist eine Marke des europäischen Campingspezialisten ACSI, die Campingbegeisterte mit

Informationen und Inspiration versorgt. Auf positive und heitere Art und Weise zeigen die Redakteure sowohl online als auch offline, wo man campen gehen kann und vor allem mit welchen Mitteln man es sich so bequem wie möglich machen kann. Mit der ACSI FreeLife Test Tour haben wir vier Testteams mit einem spezifischen Campingprofil, so dass sich jeder Leser von ACSI FreeLife in ihnen wiedererkennen kann. Anhand dieses Profils können sie einschätzen, welche Reise und welche Auto-Wohnwagen-Kombination am besten zu ihnen passt. Denken Sie zum Beispiel an ein Testteam von Genussmenschen, die immer für ein entspannendes und kulinarisches Abenteuer zu haben sind. Oder ein Testteam aus aktiven Menschen, denen kein Berg zu hoch ist. Aber auch eine Familie und ein Team von Kulturliebhabern sind dabei.

Impact

Während der Testtour werden wir die Erlebnisse dieser Teams in Form von Hintergrundartikeln, Stimmungsberichten, Videos, Fotos, Vlogs und Social Media Posts festhalten. Ziel des Projekts ist, authentische und inspirierende Bilder und Geschichten einzufangen und möglichst viele Menschen über einen langen Zeitraum zu erreichen. Aus der Testtour in Kärnten haben wir zum Beispiel vier separate Dateien erstellt, die wir in verschiedenen Ausgaben publiziert haben. Eine komplette Storyline pro Ausgabe, in der sowohl Reiseerlebnisse als auch die Erfahrungen mit Caravan und Auto erzählt werden.



Daten & Fakten

- Die ACSI FreeLife Test Tour wurde bereits 4 Mal organisiert.
- 4 Teams testen 4 neue Campingausstattungen
- 25 Videos
- 24 Blogs
- 40 Facebook-Posts
- 92 Seiten in ACSI FreeLife Magazinen
- Wir werden ein Mini-Magazin mit allen Geschichten zum Thema der Testtour erstellen, das wir zusammen mit dem ACSI Campinggids Europa versenden werden. Die Auflage wird 47.000 Stück betragen
- Insgesamt erreichen wir mehr als 2.500.000 niederländischsprachige Camper

Zusammenarbeit?

2021 werden wir mit 4 Testteams in die Schweizer Region Bern reisen. Es verspricht wieder eine spektakuläre Reise zu werden. Sind Sie an diesem Konzept interessiert oder auf die anderen Möglichkeiten einer Zusammenarbeit mit der Zeitschrift ACSI FreeLife? Dann zögern Sie nicht, uns eine Mail an unsere Kollegin Mariëlle Dekkers-Vrugink unter mdekke@acsi.eu zu schicken.



Die 4 Camperprofile

Testteam Kulturfreunde

Ohne sich mit der Geschichte der Region zu beschäftigen, ist Campingurlaub für Kulturliebhaber nicht vollkommen. Ein Denkmal, ein historischer Stadtkern, lokale Bräuche: alles, was typisch für die Region ist, zieht ihre Aufmerksamkeit auf sich. Kultur zu schnuppern liegt ihnen in den Genen und deshalb fährt dieses Team in einem ungewöhnlichen Wohnmobil oder mit einer stiletten Auto-Wohnwagen-Kombination.



Testteam Aktive

Das Testteam der Action-Liebhaber reist mit einem kompakten Wohnwagen oder Wohnmobil. Die Fahrräder kommen immer mit in den Urlaub. Solange dieses Team draußen aktiv sein kann, ist es glücklich. Das Team campst am liebsten auf einem Platz, wo es buchstäblich in alle Richtungen mit Rad- und Wanderwegen ausschwärmen kann. Den ganzen Tag vor dem Wohnwagen faulenzten ist nichts für dieses Team.



Testteam Lebensgenießer

Camping heißt für dieses Team: alles kann, nichts muss. Dieses Team macht alles in seinem eigenen Rhythmus. Das Ziel der Campingreise hängt von den Campingplätzen ab. Die sollten luxuriös sein und über umfangreiche Einrichtungen wie ein gutes Restaurant verfügen. Dieses Team genießt den Luxus und schätzt die Freuden des Lebens.



Testteam Familiencamper

Für das Team der Familiencamper ist wichtig, dass die Kinder ihren Spaß haben. Denn wenn sie Spaß haben, dann auch Mama und Papa. Natürlich ist auch der Wohnwagen oder das Wohnmobil, in dem die Familie reist, mit allerlei praktischen Dingen ausgestattet, die das Familienleben erleichtern.



Wo sollen wir diesen Sommer campen?

Die Ideenfindung bei der Auswahl eines Campingziels

Im vergangenen Corona-Jahr hat sich vieles verändert. Eine der Folgen der Pandemie war die Absage aller Urlaubs- und Campingmessen. Und das Ende ist noch nicht in Sicht. Nationale und regionale Reisebüros mussten ihren Kurs ändern. Wo sind die Alternativen?

Die Urlaubs- und Campingmessen Anfang des Jahres sind traditionell der Ort, an dem viele Reisebüros präsent sind, um mit Campern in Kontakt zu kommen, die sich auf den anstehenden Urlaub orientieren. Sie sind in einer Phase, in der sie sich überraschen lassen und neue Ideen bekommen möchten. Ab März 2020 wurden fast alle Messen abgesagt und das stellt viele Vermarkter in den Urlaubsländern und -regionen vor die Frage: Wie erzählen wir den Campern unsere Geschichte und wann kommunizieren wir, wenn noch nicht klar ist, wann internationale Reisen wieder möglich sein werden?

Sichtbar sein, auch wenn Reisen (noch) nicht möglich ist

In den letzten Monaten wurde ACSI mit Anfragen von Ländern und Regionen überschwemmt, die mit der Frage ringen, wie es wei-

tergehen soll. In allen Gesprächen haben wir geraten, gerade jetzt für Camper sichtbar zu sein. Jüngste ACSI-Umfragen unter mehr als 24.000 europäischen Campern zeigen, dass jeder wieder auf Reisen gehen möchte, auch im Ausland. Deshalb ist es wichtig, die Camper, die sich nach ihrem Urlaub sehnen, mit Ihrer Geschichte zu begeistern.

Campingplatzbesitzer als Botschafter ihrer Region

Als Campingplatzbesitzer kennen Sie die Besonderheiten Ihrer Region besser als jeder andere und Sie sind stolz darauf, diese zu bewerben: auf der Webseite Ihres Platzes, in Ihren Prospekten und mit allen möglichen Aktivitäten vor Ort. Darüber hinaus sehen wir immer mehr Campingplatzbesitzer, die in den regionalen Verkehrsämtern oder bei ihrem Campingplatzverband aktiv sind. Denn nicht jedes Land erkennt die

enorme Bedeutung des Campingurlaubs im Tourismus. Glücklicherweise erkennen aber immer mehr Regionen die zunehmende Bedeutung. So hat ACSI inzwischen erfolgreiche Kampagnen mit 17 Regionen in ganz Europa aufgesetzt.

Für jedes Budget ein Plan

Auch hat die ACSI FreeLife Test Tour schon fünf Regionen in Europa besucht, mit brillanten Videobildern, Berichten und einer enormen Reichweite im niederländischen Sprachraum. Aber auch für kleinere Budgets finden wir oft die passende Kommunikation mit Fremdenverkehrsämtern und Campingverbänden, damit Camper Ihre Region wählen; ein wichtiger erster Schritt zu Ihrem Campingplatz. Möchten Sie mehr wissen? Rufen Sie +31 (0)488 452055 an oder schreiben Sie an sales@acsi.eu.



ACSI im niederländischen Fernsehen

ACSI will jeden für das Camping begeistern, auch zu Corona-Zeiten. Denn Campen heißt entspannen, die Natur genießen und einen sicheren Urlaub haben. Und das durften wir 2020 und 2021 mit den Sendungen RTL Kampeert und Camp to Go einem Millionenpublikum in den Niederlanden zeigen. Ein guter Weg, um Menschen zu begeistern.

Zuschauer begeistern

Von den Ardennen bis Girona und von der Veluwe bis zur Wallonie reisten die Moderatoren der Sendungen zu den schönsten Zielen. Und ACSI war dabei! Da gab es zum Beispiel den Campingplatz De Paal, den Campingplatz El Delfin Verde und den Campingplatz Beerze Bulden zu bewundern. Die Zuschauer entdeckten von zu Hause aus, wie angenehm

und entspannend Camping sein kann. RTL Kampeert zog über 1 Million Zuschauer pro Folge an und Camp to Go hatte insgesamt 6,5 Millionen Zuschauer!

Breites Publikum erreichen

ACSI freut sich über die Teilnahme an Programmen wie Camp to

Go und RTL Kampeert. Es ist eine gute Möglichkeit, Camping einem breiten Publikum zu präsentieren. Durch seine Teilnahme hilft ACSI, diese Art von Programmen zu ermöglichen. Deshalb wird ACSI auch in den kommenden Saisons in diesen Programmen vertreten sein.



Impressum

Ausgabe

ACSI Publishing BV
Geurdeland 9
6673 DR Andelst - Niederlande
Postbus 34
6670 AA Zetten - Niederlande
Tel. +31 (0)488-452055
E-Mail: info@acsi.eu
Internet: www.acsi.eu

Direktion: Ramon van Reine

Chefredaktion: Frank Jacobs

Koordination/Schlussredaktion: Thijs Saat

Redaktion: Alena Gebel, Rik Hoitink, Charlotte Kipp, Marieke Krämer, Bram Kuhn, Ria Neutel, Katinka Schippers, Vincent Smit, Bianca van Steenberg, Jeroen Timmermans, Olle Vastbinder

Anzeigenverkauf: ACSI Sales (sales@acsi.eu)

Bildredaktion: Maurice van Meteren

Layout: Suzanne Bas, Peter Dellepoort, Rein Driessens, Ton Oppers, Mariëlle Rouwenhorst, Tina van Welie

Gestaltung: Ton Oppers

Druck: Rodi Rotatiedruk

Druckbegleitung: Ronnie Witjes

Kurzmeldungen

Camper können es kaum erwarten

Camper in ganz Europa sind auf dem Sprung wieder campen zu gehen. Obwohl in vielen Ländern immer noch strenge Maßnahmen gegen Corona gelten, verzeichnet der Campingspezialist ACSI Rekordbesuchzahlen auf seinen Webseiten. „Wir haben erwartet, dass die Camper in diesem Jahr schnellstens wieder auf den Campingplatz wollen. Aber nach dem sehr ruhigen Winter auf unseren Webseiten übersteigen die Besucherzahlen in den letzten Wochen die Zahlen für 2019. Und die Zahl der Downloads unserer Apps ist in der vergangenen Woche sogar um fast 120 Prozent gestiegen. Die Camper sind eindeutig zuversichtlich“, sagt Ramon van Reine, CEO von ACSI.

Gute Buchungsbedingungen wichtiger als Impfstoff

Umfragen des ACSI-Reiseveranstalters Suncamp haben ergeben, dass günstige Buchungsbedingungen und eine positive Reiseberatung bei der Buchung eines Campingurlaubs für wichtiger gehalten werden als die Einführung des Impfstoffs. 77% der befragten niederländischen, deutschen und englischen Kunden gaben an, dass sie in diesem Sommer einen Campingurlaub machen werden.

Camping Trends 2021

1. Zunahme der Camping-Millennials
2. Aufbruch ins Ausland
3. Sicher und gesund im Urlaub
4. Autarkes Camping
5. Themen-Campingplätze

ACSI und TomTom kooperieren

Die ACSI POIs (Points Of Interest) wurden im ersten Quartal 2020 in das TomTom GO Camper Navigationssystem integriert. Camper erkennen die bei ACSI gelisteten Campingplätze sofort an dem Logo auf der Karte und in den Suchergebnissen. Ein weiterer Aspekt der Zusammenarbeit ist die Integration von TomTom Maps in eine Reihe von digitalen Produkten von ACSI. Darüber hinaus wurden Routen von ACSI zu TomTom RoadTrips hinzugefügt. So wird es für Camper noch einfacher, den perfekten Campingplatz zu finden.

Weitere Nachrichten finden Sie auf ACSI.eu.



Ihr Marketing-Partner für Europa



Neu **ACSI camping.info** Booking

Ihre europäische Buchungsplattform mit 40 Millionen Besuchern



ACSI Campingführer

Alle jährlich inspizierten Plätze werden in diversen ACSI Campingführern gemeldet, die in mehreren Ländern im Handel sind. Im Jahr 2022 ist die Gesamtauflage der Campingführer 701.500. Mit einer Anzeige profitieren Sie allerdings von noch weiter greifender Werbung, u.a. in den Online-Kanälen von ACSI.

Eurocampings.eu

Die umfassenden Informationen über Ihren Campingplatz werden kostenlos auf der bestbesuchten Camping-Website Europas gezeigt, die in 14 Sprachen verfügbar ist. Die Besucher von Eurocampings.eu sind Ihre potenziellen Kunden! Wollen Sie noch stärker auffallen? Mit einer Anzeige wird Ihr Eintrag bei den europäischen Campern noch besser wahrgenommen.



ACSI-apps

Die umfassenden Informationen über Ihren Campingplatz werden auch kostenlos in der ACSI Camping Europa-App veröffentlicht. Diese App lässt sich online und offline nutzen und ist in 13 Sprachen verfügbar. Als Anzeigenkunde profitieren Sie auch hier wieder von erhöhter Wahrnehmung.

Die erwartete Anzahl von Besuchen

den ACSI-Websites und in den ACSI-Apps im Jahr 2022 beträgt 22.400.000.

Alle Promotionangebote und Möglichkeiten auf:

www.ACSI.eu