

EDITIE VOORJAAR 2021

ACSI Handelsblad wordt uitgebracht door de toonaangevende campingspecialist van Europa. In deze editie gaan we natuurlijk in op de moeilijke situatie waarin de campingbranche terecht is gekomen door de coronapandemie, maar ook op de nieuwe kansen die hierdoor gezocht en gegrepen worden. We geven hierover campinghouders uit heel Europa het woord, laten cijfers zien, brengen u groot nieuws over onze samenwerking met camping.info en komen met tips voor een goede presentatie van uw camping.

SAMENWERKING ACSI EN CAMPING.INFO

De Europese burger handelt steeds meer zaken online af. De twee grootste Europese campingplatforms, ACSI en camping.info, bundelen de krachten om te komen tot een Europabreed boekingsysteem voor de campingbranche.

► Lees het interview met beide CEO's op pagina 2

CAMPER- EN CARAVAN-VERKOOP IN DE LIFT

Tijdens de coronacrisis ontdekten of herontdekten veel vakantie-gangers de voordelen van een kampeervakantie. De cijfers van de Europese camper- en caravanverkoop weerspiegelen deze trend.

► Lees meer op pagina 5

CAMPINGS VERTELLEN OVER 2020 EN KIJKEN VOORUIT

ACSI vroeg campings uit heel Europa naar hun ervaringen van het afgelopen jaar en we keken vooruit naar de toekomst.

► Lees meer op pagina 6-11

GOEDE MARKETING IS BELANGRIJK

De Duitse campingmarketingspecialist Hannes Felix Müller geeft tips over hoe u uw camping als merk steviger kunt positioneren.

► Lees meer op pagina 12

BALANS TUSSEN MENS EN COMPUTER

Ook bij online boeken moet de mogelijkheid tot menselijk contact blijven bestaan. Onderzoek wijst uit dat klanten hier grote waarde aan hechten.

► Lees meer op pagina 13

CAMPINGBESTEMMINGEN IN BEELD

Het Oostenrijkse Karintheë heeft 2020 aangegrepen om zich in de ACSI FreeLife TestTour stevig als campingbestemming neer te zetten.

► Lees op pagina 14 hoe dat verliep

► Lees op pagina 15 hoe ACSI andere regio's hielp om zichzelf op de kaart te zetten bij de kampeerder.

Europese samenwerking broodnodig voor toekomstig toerisme in Europa

ACSI en camping.info samen in online boekingen

Voor veel campings was 2020 een jaar om het liefst snel te vergeten. Het Europese toerisme heeft een klap te verwerken gekregen die in veel landen nog steeds nadreunt. Ondertussen staan kampeersers te popelen om weer op vakantie te gaan in binnen- én buitenland. Naast de vaccinaties en duidelijke coronaregels speelt een betere Europese samenwerking een belangrijke rol. Het is tot nu toe vooral de samenwerking en saamhorigheid in Europa waar het aan schort. Als er een les uit de coronacrisis getrokken kan worden, is het dat samenwerking in crisistijd essentieel is.

Kampeerder wil gemak van online boeken

Samen problemen oplossen is de reden dat de twee grootste Europese online campingplatforms elkaar nu hebben gevonden. ACSI en camping.info bundelen vanaf dit jaar hun krachten zodat campings met één aansluiting boekbaar worden voor tientallen miljoenen Europese kampeersers.

Samen willen deze twee familie-bedrijven het beste en eerlijkste Europese boekingsysteem voor

campings maken. Dat doen ze stap voor stap en zonder grote belofes. Via ACSI of camping.info beheert een camping de beschikbaarheid voor het online boeken. Een camping kan hiermee zelf invulling geven aan de veranderende wensen van kampeersers. Want er komt een hele generatie nieuwe kampeersers aan die alles online doet. Die wil zijn kampeervakantie makkelijk en snel regelen en online boeken is daar een essentieel onderdeel van.



Twee familieondernemers met een traditie in de campingbranche aan het woord

Ramon van Reine van ACSI en Maximilian Möhrle van camping.info vertellen in het interview

op pagina 2 uitgebreid over de beweegredenen van twee concurrenten om te gaan samenwerken.

► vervolg op pagina 2

EU Covid-19 certificaat moet toerisme mogelijk maken

Een coronapaspoort voor heel Europa

Het EU COVID-19 certificaat moet toerisme komend vakantieseizoen in heel Europa weer mogelijk maken. Dit speciale reisbewijs, ook wel coronapaspoort genoemd, werkt heel eenvoudig. Iedereen die gevaccineerd is, recent genezen is van corona óf negatief test op corona kan een QR-code genereren als bewijs. Die QR-code kan ter verificatie gescand worden. Dat kan bij grenspassage, maar ook bij toegang tot bijvoorbeeld pretparken, horeca en ook campings.

Wat betekent het coronapaspoort voor u?

Of u als campingeigenaar ook zelf QR-codes kan en moet scannen hangt af van de regelgeving in uw land. Bent u door lokale regelgeving verplicht uw gasten te controleren? Dan kunt u met een smartphone of tablet zelf de QR-code scannen. Het EU Covid-19 certificaat garandeert dat u dat volledig volgens de privacywetgeving kunt doen.

EU COVID-19 certificaat is veilig
De QR-code geeft alleen aan of iemand mag reizen, maar niet waarom. U kunt dus nooit zien

aan welke reisvoorwaarde iemand voldoet. U mag daar ook niet naar vragen omdat dat persoonlijke medische informatie is. U kunt

naast de QR-code alleen de naam en geboortedatum zien om de identiteit te controleren.



ACSI en camping.info bundelen krachten

ACSI camping.info Booking wordt medio mei gelanceerd



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

De twee grootste Europese spelers op de campingmarkt ACSI en camping.info bundelen hun krachten door de lancering van ACSI camping.info Booking. Campings zijn straks met één contract aangesloten bij de twee grootste boekingsplatforms van Europa. Samen zijn ze goed voor zo'n veertig miljoen bezoeken.

Beide bedrijven zijn bepaald geen outsiders in de campingbranche. Al jaren bieden ze kampeersders de mogelijkheid om online een camping te vinden en te boeken. ACSI bedient kampeersders in heel Europa via Eurocampings.eu, CampingCard.com en de bijbehorende apps. Camping.info is het grootste campingplatform

voor campings op de Duitstalige markt. Beide partijen zochten naar een mogelijkheid om het voor campings gemakkelijker te maken om met zo weinig mogelijk moeite boekbaar te worden voor een grote groep kampeersders.

Logische stap

Concurrenten die gaan samenwerken, een uiterst zeldzaam verschijnsel, maar voor ACSI CEO Ramon van Reine en camping.info CEO Maximilian Möhrle is het een logische stap. 'We willen samenwerken op de vlakken waar we samen oplossingen kunnen realiseren. Zo kunnen we een betere service bieden aan zowel de camping als de kampeersder', aldus Maximilian. Ramon: 'Ik ontmoette Maximilian voor het eerst tijdens een kampeercongres in Noord-Duitsland. Hij gaf een presentatie over het online boeken van campings. Hij begon die door aan het publiek te vragen wie er die avond in een hotel overnachtte. Iedereen stak zijn hand op. Vervolgens vroeg hij of het publiek online had geboekt. Weer gingen alle handen de lucht in. Tot slot vroeg hij het publiek waarom campings dan nog niet online boekbaar zijn. Hij had meteen iedereen aandacht. Ik was erg onder de indruk en wilde graag met hem sparren.'

Auto-industrie

En zo geschiedde. Maximilian en Ramon gingen meerdere keren samen in gesprek. 'Er was meteen een goede klik. Ik wilde heel

Merken die richting de consument concurreren, iets wat ACSI en camping.info richting kampeersders ook zullen blijven doen.'

Max Camping

Camping.info werd in 2006 opgericht door de Oostenrijkse Erwin Oberascher. Hij creëerde een campingplatform zoals Tripadvisor destijds was voor restaurants. De campinginformatie bestond uit informatie en beoordelingen van kampeersders zelf. Maximilian Möhrle startte op zijn beurt in 2015 het online boekingsplatform Max Camping, waar vooral Duitse campings boekbaar waren. 'Dat was niet gemakkelijk, want ik ontdekte dat er voor campings nauwelijks een goede technische infrastructuur was voor online boeken en campingeigenaren waren bang voor commissie en kenden de negatieve geluiden van hotels over Booking.com.' Toch liet Maximilian zich niet weerhouden van zijn missie om zoveel mogelijk campings online boekbaar te maken voor kampeersders. In 2018 nam hij samen met Truma CEO Alexander Wottrich camping.info over. 'Er waren technische updates nodig en het was best moeilijk om daarvoor ontwikkelaars te vinden. Maar we vonden het opnieuw uit en hebben het gemoderniseerd tot wat het nu is.'

5 voordelen van de samenwerking tussen ACSI en camping.info:

1. Met één contract boekbaar bij de Europese marktleiders (met een focus op kampeersders in Nederland en Duitsland)
2. Geen Google Ads-campagne op de naam van uw camping
3. Nieuwe kampeersders maken kennis met uw camping
4. Door ondernemers voor ondernemers
5. Gekoppeld met uw PMS of channel manager

Camping.info CEO
Maximilian Möhrle:
'Als familiebedrijf heb je
een ander perspectief:
je gaat voor stabiliteit in
de toekomst'

graag leren van Ramons perspectief op de campingmarkt. ACSI is Europees gezien een marktleider, dus een serieuze partij. Op een gegeven moment gaf ik aan dat ik graag wilde samenwerken', aldus Maximilian. Ramon: 'We brengen onze kennis op het gebied van de ontwikkeling van software samen en maken een platform dat op beide kanalen gaat draaien. Zo kunnen we sneller doorontwikkelen en zoveel mogelijk campings aansluiten op het platform. Je kunt het vergelijken met de auto-industrie waar ze ook één platform van een concern gebruiken voor meerdere automerken.

56 jaar ervaring

ACSI bestaat sinds 1965 en werd opgericht door Ed van Reine, de vader van de huidige CEO Ramon van Reine. ACSI was al erg vroeg actief op het gebied van internet. Al in 1998 is de eerste versie van Eurocampings.eu ontwikkeld, meteen beschikbaar in 4 talen. Inmiddels is het uitgegroeid tot een platform waarop zeer uitgebreide campinginformatie wordt aangeboden van maar liefst 9.700 Europese campings in 14 verschillende talen. De informatie is verzameld door inspecteurs die de campings jaarlijks inspecteren. 'Dat is onze kracht. En dat blijft



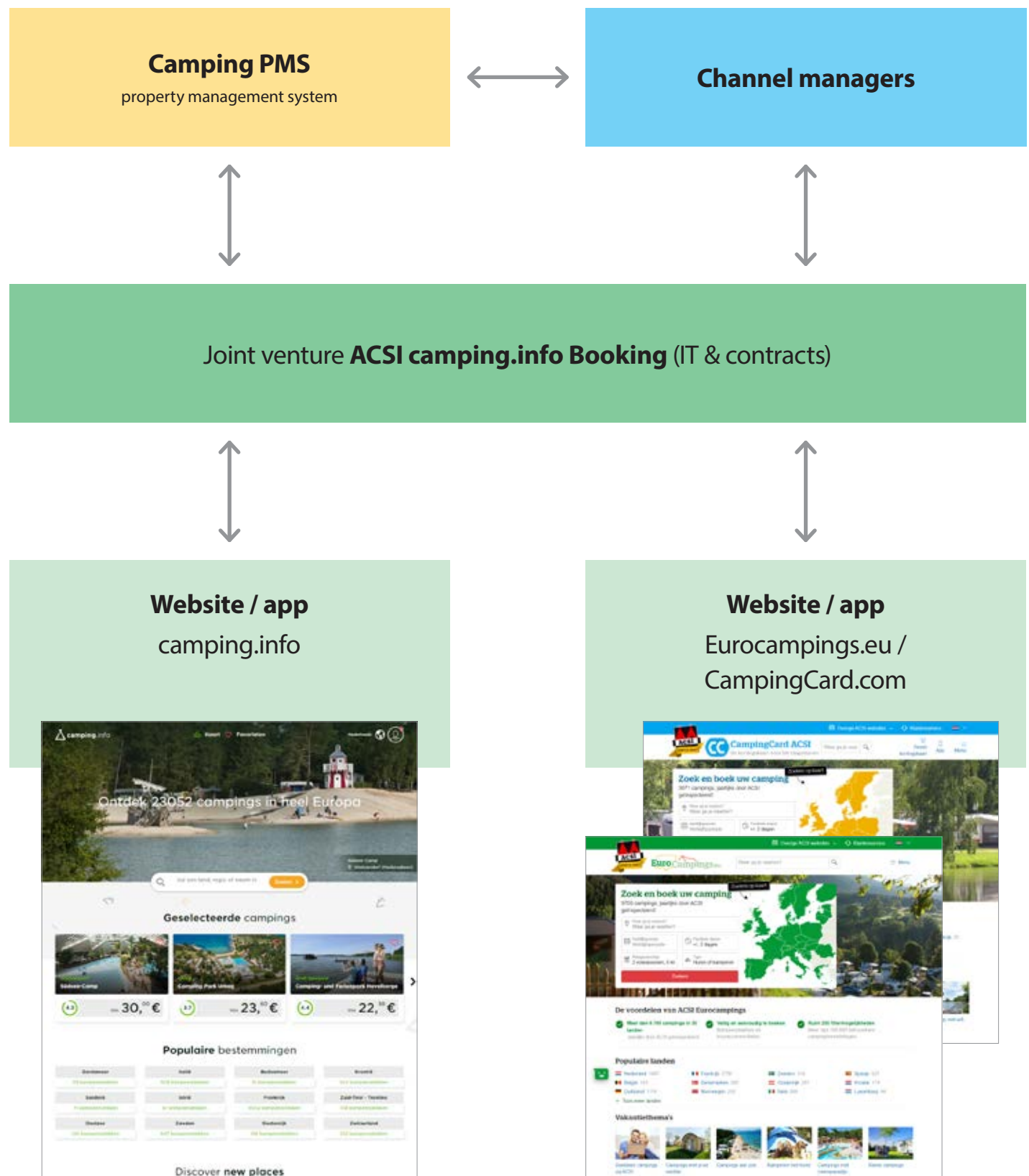
camping.info

Booking

ook zo', aldus Ramon. Sinds 2016 kunnen kampeersers direct een kampeerplaats of accommodatie boeken via Eurocampings.eu. Ramon vertelt verder over de samenwerking: 'Wat wij als bedrijven elkaar kunnen bieden is heel mooi in balans. Qua software vullen we elkaar naadloos aan. Doordat we samen gaan ontwikkelen, kunnen we twee keer zo hard gaan in ontwikkeling en in het aanbod van campings als wanneer we dat elk alleen zouden doen. Zo worden we voor Property Management Systemen een partij waar iedereen graag op aansluit.'

Campings ontzorgen

Het succes van de samenwerking zit hem er volgens Maximilian vooral in dat beide ondernemers out of the box durven te denken. 'We gaan niet roepen dat we de grootste worden, maar we gaan stap voor stap samen met de campings bouwen en samen sterker worden. We delen daarin dezelfde visie. We streven naar de beste service voor campings. Willen campings ontzorgen.' 'En kampeersers natuurlijk zoveel mogelijk boekbare campings aanbieden', voegt Ramon eraan toe. Maximilian: 'We besparen campings heel veel tijd. Neem bijvoorbeeld een receptiemedewerker; die krijgt aan de telefoon veel dezelfde vragen. Tenminste altijd de vraag naar beschikbaarheid in een bepaalde periode. Vragen die ook een gebruiksvriendelijke boekingsomgeving kan beantwoorden. Als je al die uren aan de telefoon voor een jaar optelt en uitrekent hoeveel dat je kost als campingeigenaar, dan valt de commissie per boeking reuze mee. Die tijd kan een receptiemedewerker beter besteden aan sociale interactie met de gasten op de camping en het verbeteren van service, iets wat niet door een computer gedaan kan worden. Aangesloten zijn bij onze boekingskanalen betekent dus niet alleen een extra marketingkanaal, maar ook een managementsysteem.'



alleen maar gedreven door winst of voordeel, maar door stabiliteit voor de toekomst. Daarom ben ik er van overtuigd dat werken in de campingbranche zo bij ons

sprekten beide CEO's regelmatig met campings in heel Europa. Die servicegerichtheid is voor hen vanzelfsprekend. 'We willen absoluut geen misbruik maken van het vertrouwen dat campings in ons hebben. Of ze afhankelijk van ons maken. We willen juist een betere en snellere service bieden aan campings, niet alleen wanneer ze ons nodig hebben', benadrukt Ramon.

Betrouwbare partners

Maximilian is er van overtuigd dat veel campings blij zullen zijn met deze samenwerking. 'Misschien zijn ze er wat bevreesd voor dat we nu heel groot worden, maar over tien jaar willen we er nog steeds zijn, dus we willen op een eerlijke manier samenwerken met campings. We werken dan ook alleen met campings die zelf gekozen hebben om via onze websites boekbaar te zijn, dus zul je bijvoorbeeld Booking.com niet op onze websites tegenkomen. ACSI en camping.info zijn twee volledig private bedrijven van formaat. Dat

is onze kracht. Aan Ramon en mij hebben campings betrouwbare partners die al lang meegaan in de industrie. We bieden samen het grootste bereik in Europa, dat is een grote kans voor een camping.' Ramon voegt nog toe: 'We gaan ook niet in Google adverteren met de goede naam van een camping. Kampeersers die de camping al kennen, boeken direct bij de camping zelf. Daar willen wij helemaal niet tussen komen. We

Hoe het werkt

Campings die al met één van de beide bedrijven een contract hebben hoeven niets te doen. Die overeenkomst gaat over naar ACSI camping.info Booking. Campings die nog niet meedoen zijn uiteraard van harte welkom. Vanaf medio mei gaat het platform draaien. Ramon: 'Campings hebben per mail inmiddels meer informatie ontvangen over deze samenwerking.' Maximilian

'Met één contract heeft een camping een bereik van 40 miljoen bezoeken'

Toekomstgericht

Een andere succesfactor is dat zowel ACSI als camping.info familiebedrijven zijn. 'Ik kom uit een familiebedrijf en mijn businesspartner Alexander ook. Je hebt als familiebedrijf een ander perspectief. Je kijkt niet naar de korte termijn, want alles wat je doet en onderneemt heeft gevolgen voor de volgende generatie. Je wilt alles goed op orde hebben voor die volgende generatie, dus maak je keuzes voor de lange termijn. Beslissingen worden niet

past, omdat veel campings ook familiebedrijven zijn. Die kijken op dezelfde manier naar hun camping', vertelt Maximilian. 'En we hebben allebei zelf ook tientallen jaren kampeerervaring. Ieder op zijn eigen manier. Max heeft een camper en ik reis met mijn gezin met een caravan', vult Ramon hem aan.

Service

Beide bedrijven doen regelmatig onderzoek naar wat campings willen, maar ook zonder die vraag

ACSI CEO Ramon van Reine: 'We willen kampeersers zoveel mogelijk boekbare campings aanbieden'

willen juist de zoekende kampeerder bedienen met de leukste campings in een bepaald gebied. De kampeerder hoeft dan alleen nog maar een keuze te maken en direct te boeken.'

besluit vol vertrouwen: 'Ons systeem is nu al het beste dat de markt te bieden heeft en wordt alleen nog maar beter!'

Grote verschillen in aantal overnachtingen zichtbaar

De cijfers van 2020



Camping Estanyet in Spanje

Het jaar 2020 stond ook voor de toeristische sector in het teken van het coronavirus. Campingeigenaren zagen het voorjaar wegvallen en hielden lange tijd hun adem in over wat er met het hoogseizoen en het najaar zou gaan gebeuren. Uiteindelijk mochten de campingpoorten weer open, maar de grote vraag die boven de markt bleef hangen was vooral: komen de kampeersers wel?

Het aantal overnachtingen vertelt het verhaal. De kampeersers kwamen. Soms in groten getale, maar vaker mondjesmaat. In bijna geen enkel land werden er betere cijfers dan in 2019 genoteerd. Toch zijn er Europees – en soms ook regionaal – gezien grote verschillen waar te nemen. En in vergelijking met bijvoorbeeld de hotels en groepsaccommodaties, viel de kampeersector zelfs positief op.

Nederland: -4%

Het Nederlandse CBS bevestigde dat het aantal toeristische overnachtingen in Nederland in 2020 met 30% is afgenomen ten opzichte van 2019. Campings deden het met een daling van 4% relatief goed. In 2020 werden er 21 miljoen nachten op de Nederlandse campings doorgebracht. Het aantal overnachtingen van Nederlanders in eigen land steeg met 10%. Deze toename was echter niet voldoende om de daling van het aantal overnachtingen van buitenlandse gasten (-42%) te compenseren.

Grote verschillen in Duitsland

Duitsland vertoont veel gelijkenissen met Nederland. Het aantal overnachtingen op de campings bleef met ruim 34 miljoen slechts 5% achter op recordjaar 2019. En ook hier waren het de binnenlandse kampeersers die het seizoen reddden. De 32 miljoen binnenlandse overnachtingen zijn zelfs een nieuw record, terwijl de 2,2 miljoen overnachtingen van buitenlandse gasten een nieuw dieptepunt vormen. Wel zijn er grote regionale verschillen. Noordelijke deelstaten als Saksen-Anhalt (+24,9%) en Mecklenburg-Vorpommern (+10,8%) deden het goed, terwijl in Saarland (-22,6%), Thüringen (-15,1%) en Baden-Württemberg (-15%) de crisis harder toesloeg.

Forse daling in Frankrijk

Frankrijk kende een extreem kort kampeerseizoen waarin het aantal reserveringen tot en met juni ver achterbleef. Doordat veel Fransen kozen voor een vakantie in eigen land, bleef de schade in juli en

augustus beperkt tot slechts 10 tot 15% minder boekingen dan normaal. De officiële seizoenscijfers zijn nog niet bekend, maar verschillende bronnen melden hier een daling van 15 tot 40%. De onderlinge verschillen zijn echter groot. Zo werden campings met veel vrije staanplaatsen en een grote afhankelijkheid van buitenlandse gasten harder getroffen dan campings met veel verhuuraccommodaties. En door de langdurige hitte in de Ardèche en de Provence deden campings in het binnenland en in de bergen juist goede zaken.

Rampseizoen in Italië

In Italië zijn er weinig lichtpuntjes te melden over het jaar 2020. De Italiaanse kampeersector is in grote mate afhankelijk van buitenlandse – veelal Noord-Europese – gasten en dat is terug te zien in de cijfers. Het aantal overnachtingen van buitenlandse gasten is met maar liefst 71% gedaald ten opzichte van 2019. Economisch gezien betekent dit een daling van ruim dertig miljard euro aan inkomsten.

Terugloop in Spanje

Ook in Spanje verliep het kampeerseizoen teleurstellend. Het INE berekende dat het aantal

overnachtingen op campings 21,7 miljoen bedroeg. Een daling van 46,7% ten opzichte van 2019. Ook hier werden de buitenlandse gasten niet gemist. Het aantal campingovernachtingen van buitenlandse kampeersers daalde met 66,8%. Kijkend naar de totale toeristische sector in Spanje steeg het aandeel van de campingbranche wel. Overnachtingen op campings vertegenwoordigden 15% van het totaal, terwijl dat in 2019 8,5% was.

Kroatië hard geraakt

Nog een land dat hard geraakt wordt door de coronacrisis is Kroatië. In 2020 werden er ruim 9,1 miljoen campingovernachtingen en ongeveer 1,3 miljoen aankomsten gerealiseerd. Dit betekent een afname van 53% in overnachtingen en 56% in aankomsten ten opzichte van 2019. Het aandeel van het aantal

Kroaten dat in eigen land kampeerde steeg tot een recordhoogte van 6%. Echter was dit bij lange na niet genoeg om het verlies van de buitenlandse gasten op te vangen. Vooral Nederlanders (-82%) en Italianen (-77%) lieten het afweten, maar ook Duitsers (-49%), Oostenrijkers (-67%) en Slovenen (-30%) wisten Kroatië minder vaak te vinden.

Nog meer cijfers

Ook elders in Europa werden er veelal rode cijfers geschreven. Zo daalde het aantal campingovernachtingen in Oostenrijk met 12,6%. Denemarken scoorde vergelijkbaar met Nederland en Duitsland en hield de schade met een daling van 3% beperkt. Tsjechië (+3%) is een van de weinige landen waarin de cijfers van 2020 beter zijn dan die van 2019.

Europese tweedeling

De cijfers laten duidelijk een tweedeling in Europa zien. Door de beperkende maatregelen is de grote vakantieplaatsing van Noord-Europeanen naar het zuiden van Europa uitgebleven. De campings in de landen die van oudsher al erg afhankelijk zijn van buitenlandse gasten hebben hier sterk onder geleden. In het noorden van Europa bleven de gevolgen beperkt omdat veel vakantiegangers daar kozen voor een vakantie in eigen land.



Beste campingeigenaar of -manager,

We staan aan de start van het nieuwe kampeerseizoen. Dat klinkt heel normaal, maar na 2020 weten we dat het heel anders kan verlopen. Na een rampjaar voor de toeristische sector houdt corona ons nog steeds in zijn greep, al wordt die greep gelukkig wel zwakker. We hopen allemaal op een positief effect van de inentingscampagnes. Ondanks dat de toekomst nog onzeker is, wil ik toch graag positief vooruitkijken. Want waar de coronacrisis ons allemaal hard heeft geraakt, levert deze bijzondere tijd ons ook nieuwe inzichten op.

'Never let a good crisis go to waste', heeft Winston Churchill ooit gezegd. En dat is precies wat wij het afgelopen jaar heb-

ben gedaan. Ondanks (of juist dankzij) het coronavirus zijn wij op zoek gegaan naar kansen. Op die manier hopen we sterker uit deze bijzondere crisis te komen. Zo heeft u op pagina 2 al kunnen lezen over de samenwerking tussen ACSI en camping.info. En achter de schermen zijn wij het hele jaar druk bezig geweest onze apps en websites beter te maken.

We hebben het afgelopen jaar ook intensief contact gehad met onze campings. Want samen met elkaar moeten we deze crisis overwinnen. Wij hebben een aantal van u gevraagd naar uw ervaringen in 2020 en uw verwachtingen voor 2021. En dat stemt zowel positief als negatief. Helaas is van een Europa nog lang geen sprake. Zo

hebben sommige landen in 2020 een topjaar gedraaid en verwachten ze dat in 2021 weer te doen. Maar weer anderen vrezen de strenge maatregelen in eigen land. U leest er alles over vanaf pagina 6.

Ik wens u veel sterkte toe voor komend jaar,

Ramon van Reine
CEO ACSI

Caravan-en-camperindustrie doet het goed ACSI voorziet een mooie toekomst

De coronapandemie heeft de kampeerwereld niet onberoerd gelaten. Toch breken de eerste zonnestralen door het wolkendek heen. De cijfers van de Europese caravan-en-camperindustrie laten namelijk nog steeds een gunstige ontwikkeling zien. Deze belangrijke graadmeter noteerde ook in 2020 stijgende verkoopaantallen en dat belooft veel goeds voor de komende jaren.

De nasleep van de economische crisis zorgde in 2013 voor een dieptepunt, maar sindsdien klimt de caravan-en-camperverkoop uit het dal. Het ECF (European Caravan Federation) laat zien dat het aantal nieuw verkochte exemplaren in 2020 in Europa is gestegen met 11,6% ten opzichte van 2019. En waar de markt voor caravans zich enigszins stabiliseert (- 2,9%), groeit het aantal nieuwe campers (+ 20,1%) onverminderd door. Verschillende bronnen wijzen er daarnaast op, dat ook het aantal tweedehands verkochte caravans en campers groeit. Voor Nederland becijfert de BOVAG dit bijvoorbeeld op plus 40% voor campers en plus 7% voor caravans in de eerste maanden van 2021.

Nederland kampeerland

Nederland heeft de naam om hét kampeerland van Europa te zijn. Kijkend naar het aantal caravans en campers per 1.000 inwoners blijkt dit ook nog steeds te kloppen. Nergens ligt dit getal zo hoog. En met een rijdend wagenpark van zo'n 567.000 caravans en campers staat Nederland zelfs op de vierde plek in Europa. Alleen in Duitsland, Frankrijk en Groot-Brittannië rijden er meer caravans en campers rond.

Regen aan records in Duitsland

In deze lijst gaat Duitsland fier aan kop en ook dit land lijkt zich steeds meer te ontwikkelen tot een

echt kampeerland. Als een van de weinige landen had Duitsland in 2020 oplopende cijfers bij zowel de verkopen van nieuwe caravans (+ 8,2%) als nieuwe campers (+ 44,8%). Ook de handel in tweedehandsvoertuigen steeg enorm. Met een totale omzet van 12,5 miljard euro groeide de Duitse caravan-en-camperindustrie opnieuw en sloot voor het zevende (!) jaar op rij af met een nieuw record.

Nog meer groeimarkten

Er zijn meer landen waarin de verkoop van caravans en campers flink in de lift zit. Denemarken, Zweden en Finland laten een behoorlijke groei zien in het aantal nieuw verkochte caravans. Het aantal nieuw verkochte campers steeg in 2020 juist het hardst in Oostenrijk (+ 74,2%), Duitsland, Zwitserland en (opnieuw) Denemarken. Maar ook de markten in het oosten van Europa bieden perspectief. In bijvoorbeeld Polen groeide het aantal caravans tot ver boven de 100.000 en steeg het aantal verkochte campers met meer dan 50%.

Nieuwe kampeersers

De groeiende verkoopcijfers in de Europese caravan-en-camperindustrie passen in het beeld dat de laatste tijd is ontstaan. Kamperen is dé vakantieform van deze tijd en steeds meer mensen hebben de camping (her)ontdekt. Bovendien bieden de nieuwe caravans en



campers steeds meer luxe en comfort, hetgeen perfect aansluit bij de wensen van deze groep nieuwe kampeersers.

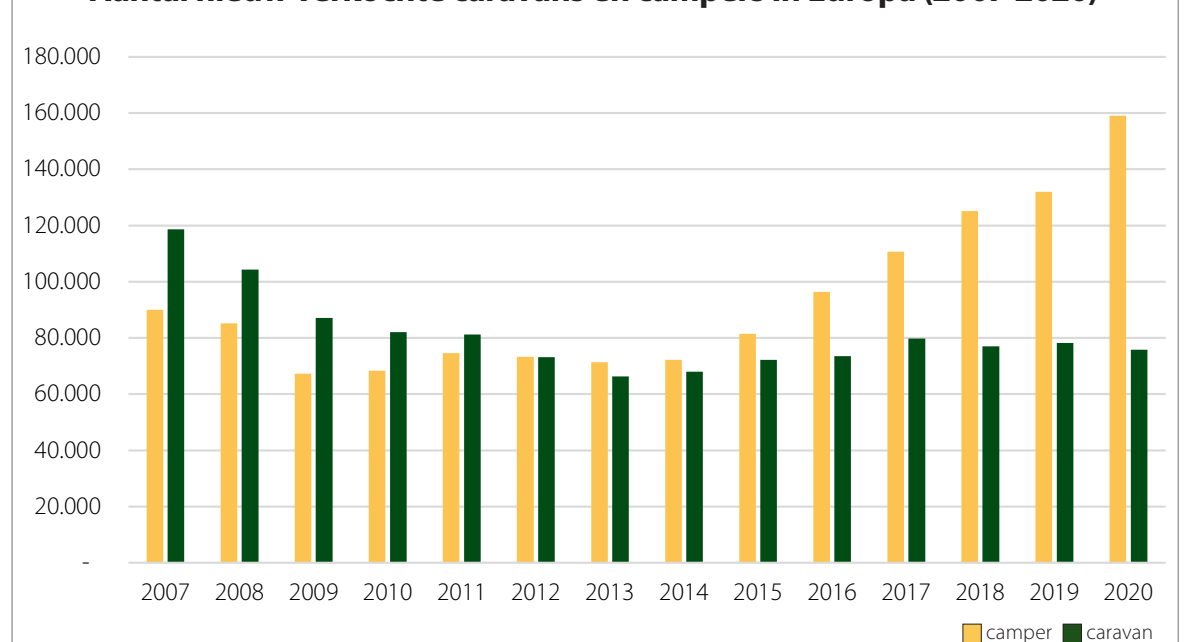
Dubbele boodschap

De stijgende verkoopaantallen

lijken wellicht tegenstrijdig met de gesloten campings en de beperkte reismogelijkheden van dit moment. Toch is de caravan-en-camperindustrie juist een belangrijke graadmeter voor wat er in de toekomst staat te gebeu-

ren. Kampeersers die nu een caravan of camper aanschaffen, gaan hier de komende jaren mee op pad. Ze bereiden zich voor op het moment dat het weer mag en kan. Achter de wolken schijnt dus de zon!

Aantal nieuw verkochte caravans en campers in Europa (2007-2020)



Terugkijken en vooruitblikken

Campings aan het woord

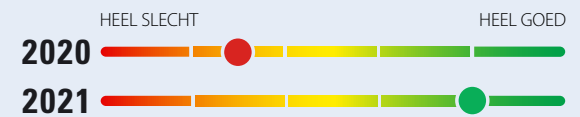
over corona

Hoe hebben campings in Europa het afgelopen jaar beleefd? En hoe zien zij de toekomst? ACSI vroeg het aan 39 campings uit 23 Europese landen. Hun antwoorden geven een goed beeld van de invloed die corona het afgelopen jaar heeft gehad op campings in heel Europa: van Griekenland tot Zweden en van Portugal tot Finland.

De ervaringen verschillen nogal. Geen verrassing, want waar sommige campings ondanks de coronasituatie een redelijk tot goed 2020 hebben gedraaid, was het

voor andere campings juist een van de slechtste jaren ooit. Voor 2021 verwachten campings in het zonnige zuiden, het hoge noorden én het verre oosten weer een redelijk normaal vakantie seizoen te zullen draaien. Opvallend is dat met name Duitse campings het komende seizoen wat minder positief tegemoet zien dan hun collega's uit andere landen. Verder geven veel campings aan dat ze het afgelopen jaar veel hebben gehad aan de hartverwarmende initiatieven en steunbetuigingen van hun gasten.

Omzet 2020 en omzetverwachting 2021



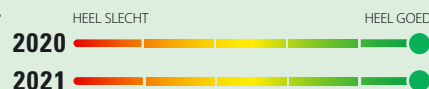
We hebben alle campings in dit artikel gevraagd naar de omzetcijfers in 2020 ten opzichte van de omzetcijfers in 2019. En naar de verwachte omzetcijfers voor 2021 ten opzichte van die in 2019. Per camping is dit visueel weergegeven met een waarde tussen heel slecht (volledig links) en heel goed (volledig rechts).

Neset Camping, Byglandsfjord **



Voor ons was het kampeerseizoen 2020 het beste seizoen ooit. Gelukkig waren er in onze regio ook maar drie coronabesmettingen over het hele jaar, dus onze gasten konden zich veilig en comfortabel voelen. Het is belangrijk dat iedereen de coronacrisis serieus neemt en rekening houdt met anderen. Net zoals het heel belangrijk is om alles goed schoon te houden met antibacteriële schoonmaakmiddelen. Wij maken alles extra vaak schoon en houden ook overal de aanbevolen afstand. Voor het aankomende seizoen verwachten we weer veel Noorse gasten op onze camping. En als het weer mag, denken we ook weer veel buitenlandse gasten te kunnen ontvangen.

'2020 was het beste seizoen ooit'



Alevi Camping, Stöllet

Wij zijn, mede door deelname aan CampingCard ACSI, al jaren een sterk Europees georiënteerd camping. Onze gasten komen uit minstens elf Europese landen. Deze markt viel nagenoeg helemaal weg. Met groot enthousiasme ontvingen wij daarom vorig jaar extra veel Zweedse gasten. Zij hebben voor een groot deel ons seizoen gered. We verwachten dat deze vakantiegangers de komende jaren terug gaan komen; een positief gevolg van de coronapandemie. Die crisissituatie hebben we trouwens goed weten aan te pakken. Omdat we de afgelopen jaren veel met targets hebben gewerkt, zijn we gewend om oplossingsgericht te denken. Dat kwam nu erg goed van pas.

'De crisissituatie hebben we goed aangepakt'

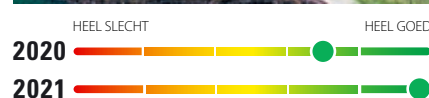


Ranua Zoo Camping, Ranua

Pas in de zomer van 2020 zagen we het aantal gasten stijgen. De rest van het seizoen viel natuurlijk tegen. We hebben veel aandacht besteed aan het schoonhouden en ontsmetten van het campingterrein.

'We moeten goed voor elkaar zorgen'

Ook hebben we onze gasten voortdurend gewezen op het belang van afstand houden, handen wassen en het gebruik van een mondkapje. Gelukkig hebben we ook veel leuke ontmoetingen gehad met kampeersers die ons nog niet kenden of ons in het verleden al eens hadden bezocht. Een belangrijke les van de afgelopen tijd is, dat we goed voor elkaar moeten zorgen. Voor het nieuwe jaar hopen we op een actief kampeerseizoen in onze prachtige omgeving.



Horsens City Camping, Horsens

'Gasten zagen dat we er het beste van maakten'

We hadden echt een slecht voorjaar met weinig gasten. Maar vanaf midden juni kwamen de gasten terug. Gevolg: in de zomer stond het helemaal vol, vooral met Deense gasten. Normaal beginnen we het seizoen met een gezamenlijk paasontbijt, maar dat

ging nu niet. Daarom hadden we voor elke gast een gratis tasje met ontbijt gemaakt. Gasten zagen echt dat we er het beste van probeerden te maken. We hebben de afgelopen periode geleerd dat we ons vrij goed kunnen aanpassen aan nieuwe omstandigheden. Van komend seizoen verwachten we erg veel, zeker nu Denen de charme van kamperen in eigen land hebben gezien.

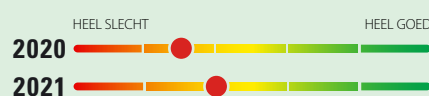
Ardoer Camping De Heldense Bossen, Helden



Marcel Timmermans

'Hopelijk kan de nazomer nog iets goedmaken'

Het voorseizoen van 2020 is in het water gevallen. De zomer daarentegen was goed, maar heeft het eerdere verlies niet kunnen herstellen. Om alles in goede banen te leiden, hebben we op onze camping extra toilet- en douche-units geplaatst, kon je nog maar anderhalf uur per dag zwemmen en was er zo min mogelijk persoonlijk contact bij de receptie. Gelukkig snapten onze gasten dat wij ook niets aan de situatie konden doen. Het afgelopen jaar is gebleken dat we eigenlijk veel te veel van de overheid afhankelijk zijn, zowel in positieve als negatieve zin. Hopelijk mogen we dit jaar richting de zomer weer wat meer en maakt een mooie nazomer nog een deel goed.



Recreatiepark De Leistert, Roggel



Angelique Joosten

Het hele voorseizoen was onze camping leeg. Pas rondom Hemelvaart en Pinksteren kwamen er wat mogelijkheden met privé sanitair, glampingtenten en de verhuur van andere accommodaties. Maar allemaal nog in beperkte mate. We hebben dus behoorlijk wat omzet verloren in 2020. Door lange tijd de tarieven voor 2021 gelijk te houden aan die van

'We kunnen tegen een stootje. Samen kunnen we het!'

2020, maakten we het gasten erg aantrekkelijk om te boeken. Dat werd erg gewaardeerd. De coronasituatie heeft ons doen inzien dat we een solide organisatie zijn en dat we tegen een stootje kunnen. Samen kunnen we het! Ondanks ons optimisme is de verwachting voor dit jaar matig, want een deel van het voorseizoen is al verloren.



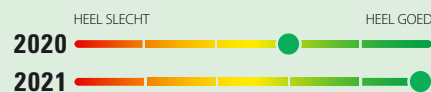
🇧🇪 Camping Houtum, Kasterlee

Bij de eerste lockdown was het wel even slikken. Want wat zou het jaar brengen? En hoe zouden we er financieel voorstaan als we belangrijke kampeermomenten als Pasen, Hemelvaart en Pinksteren zouden missen? Gelukkig hebben we nog een goede zomer kunnen draaien omdat Belgen kamperen in eigen land (her)ontdekten. En wat hebben we vaak gehoord dat gasten verbaasd waren over hoe prachtig België eigenlijk is! Een crisis is daarom soms ook een kans. Want omdat er een hele tijd alleen binnenlands toerisme mogelijk was, hebben we er veel fans bij gekregen. En daarom verwachten we ook dit jaar weer veel Belgen op onze camping.



Jakke en Vic

'Een crisis is soms ook een kans'



🇩🇪 Europacamping Nommerlayen, Nommern

Omdat we een vrij grote camping zijn met veel personeel, besloten we om pas 1 juni 2020 te openen. Hierdoor verloren we een deel van het voorseizoen. Daarna kwam het hoogseizoen helaas traag op gang omdat Duitse en Belgische gasten niet naar Luxemburg

'Het komt altijd wel weer goed'

mochten reizen. Dit had veel annuleringen tot gevolg. Vanwege de verslechtingen rondom de pandemie was het naseizoen ook niet top. Gelukkig hebben we volop steun gekregen van gasten die ons bijvoorbeeld chocolaatjes en bloemetjes stuurden of extra fooi gaven. Dat heeft ons echt goed gedaan. We proberen dan ook positief te blijven en niet bij de pakken neer te gaan zitten. Het komt altijd wel weer goed.



Eline Buehre (rechts)



🇩🇪 NordseeCamping in Lee, Westerdeichstrich

2020 was natuurlijk een bijzonder jaar, met een seizoen dat pas in mei begon en doorliep tot oktober. Maar toen de gasten eenmaal mochten komen, waren ze superblij. Zelfs toen in het begin de sanitaire voorzieningen gesloten moesten blijven, waren er nauwelijks afzeggingen. Onze hygiënevoorschriften werkten prima en werden perfect nageleefd. Volgens ons is dit ook dé manier om deze crisis te bestrijden. We vinden het dan ook onbegrijpelijk dat campings in Duitsland achteraan in de rij met versoepelingen staan. Dit stemt ons somber over het kampeerseizoen 2021. Gelukkig zijn de vooruitzichten op de langere termijn beter!

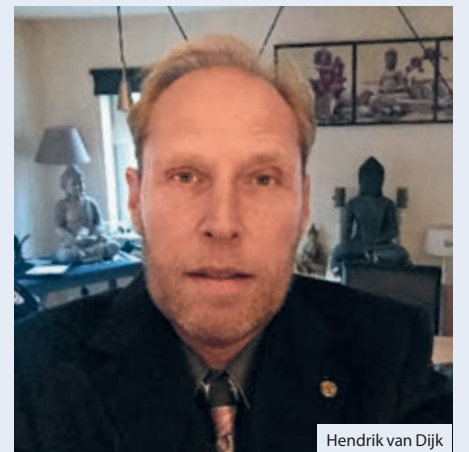
'Onze hygiënevoorschriften werden perfect nageleefd'



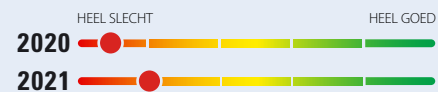
🇩🇪 Campingplatz Moselhöhe, Heidenburg

Helaas hebben wij een fiks omzetverlies geleden omdat we later open mochten dan normaal. En in de maanden dat we wel gasten mochten ontvangen, konden we ons verlies niet goedmaken. Maar de vreugde voor ons en onze gasten toen we weer opengingen, die was echt fantastisch. Om iets terug te doen voor onze gasten, omdat er niet het hele seizoen gekampeerd kon worden, besloten we om de prijzen in 2020 niet te verhogen. Dat werd gewaardeerd. Wat de coronacrisis ons heeft geleerd, is dat je het leven en je gezondheid nooit als vanzelfsprekend moet beschouwen.

'We besloten om de prijzen niet te verhogen'



Hendrik van Dijk



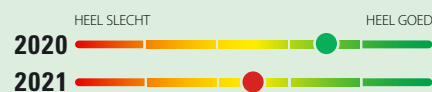
🇩🇪 Strandcamping Waging am See, Waging am See



Niki Jebinger

We hebben tijdens de coronacrisis gezocht naar aanpassingen om zoveel mogelijk aan de wensen van de gasten tegemoet te komen. Denk aan soepelere annuleringsvoorwaarden, een online animatieprogramma en een privéstrand exclusief voor kampeersers. Dit heeft veel positieve reacties van gasten opgeleverd. Steun van gasten kregen we ook in de vorm van aanbetalingen voor geannuleerde boekingen die men niet terug hoefde. Als ons iets duidelijk is geworden het afgelopen jaar, dan is het wel het belang van flexibele boekingsvoorwaarden voor onze klanten. Omdat kamperen alleen maar populairder wordt, kijken we met vertrouwen naar de toekomst.

'We kijken met vertrouwen naar de toekomst'



🇨🇭 AlpenCamping, Meiringen

We hebben gelukkig een heel goed jaar gehad vorig jaar. Pas op 6 juni mochten we open en toch hebben we de cijfers van 2019 gehaald. Wat we sinds 2020 gemerkt hebben, is dat we nu in Zwitserland beschouwd worden als aanbieder van accommodaties en minder als vrijetijd- en spafaciliteit. Gasten hebben ons veelvuldig laten weten dankbaar te zijn dat we open waren. Erg positief. Maar wat we nu ook hebben geleerd, is dat de (lokale) politiek nogal onvoorspelbaar kan zijn in haar beleid. Ondanks dat verwachten we dat 2021 een goed jaar wordt.



'We verwachten dat 2021 een goed jaar wordt'



🇩🇪 AZUR Campingpark

Tot aan de opening van onze campings in juni 2020 hadden we het zwaar. Maar over de maanden daarna kunnen we zeer tevreden zijn. De sluiting sinds november 2020 tot aan de dag van vandaag vinden we echter volstrekt onaanvaardbaar. Door flexibele boekingsprocedures en annuleringsvoorwaarden op te stellen en ons meer te focussen op online boekbaarheid zijn we

'We moeten vechten voor ons voortbestaan'

onze klanten tegemoetgekomen. We hebben vorig jaar geleerd hoe crisismanagement werkt en vechten voor het voortbestaan van onze campings. Zoals het nu gaat, kan het eigenlijk niet langer. Ook vinden we dat de accommodatiesector onevenredig zwaar gestraft wordt. Onze toekomst is dan ook erg onzeker.



Oliver Frank



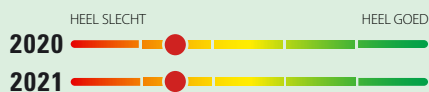
Alpenferienpark Reisach, Reisach

We hebben vorig jaar veel annuleringen en wijzigingen van reserveringsdata ontvangen. Ook was er een daling van twintig procent van het aantal overnachtingen. In geval van annulering hebben we de gasten de mogelijkheid gegeven om de reservering uit te stellen tot volgend jaar (zonder extra kosten). Gelukkig hebben veel kampeersders hier gebruik van gemaakt. Ook hartverwarmend was de geste van veel vaste gasten van accommodaties om hun borg niet mee te nemen naar volgend jaar, maar ons een nieuwe borg te geven. De coronasituatie heeft ons echt geleerd om flexibel te zijn.

‘We hebben echt geleerd om flexibel te zijn’



Jennifer en Andries van der Haar



Camping Leiputrija, Adazu Nov.



Agris Perro

Als rustige camping in Letland moeten we het vooral hebben van de buitenlandse reizigers en daarvan hebben we er in 2020 minder gezien. Er was een ‘Baltische bubbel’, maar het kamperen is hier nog niet zo ver ingeburgerd dat we er heel veel lokale kampeersders door ontvingen. Eigenlijk hebben we alleen van midden juni tot midden augustus goed kunnen draaien. Gezien

‘We zijn erg afhankelijk van buitenlandse reizigers’

de grote afhankelijkheid van de buitenlandse reizigers – en het nogal wispelturige beleid in Europa – is het voor ons lastig om een inschatting te maken voor 2021. Letland heeft juist qua natuur en ruimte veel te bieden, maar dan moeten de reizigers hier wel naartoe kunnen komen.



Camping Bled, Bled

Vanwege de lockdown zaten we tot 12 juni 2020 dicht. Dit terwijl we normaal al op 1 april opengaan. Omdat er veel verwarring was rondom de gesloten grenzen, had onze reserveringsafdeling het erg druk met het annuleren, omboeken en bevestigen van boekingen. Nadat de grensbepalingen eenmaal voorbij waren, hadden we een succesvol zomerseizoen. En uiteindelijk was de omzet vergelijkbaar met die van 2019. De coronasituatie heeft ons dichterbij elkaar gebracht. Dat we een succesvol zomerseizoen draaiden, was echt een teamprestatie. We verwachten dat dit jaar de camping open kan gaan vóór het zomerseizoen en dat we een goed jaar gaan beleven.



‘De coronasituatie heeft ons dichterbij elkaar gebracht’

Erlebnis Comfort Camping Aufenfeld, Aufenfeld

In het voorjaar van 2020 hadden we te maken met drie maanden inkomstendering. Het winterseizoen (vanaf september) verloren we zelfs helemaal. Door de vele annuleringen kregen we te maken met ontevreden klanten. Daarom kwamen we met speciale annuleringsvoorwaarden. Ook bedachten we kortingen voor vaste klanten en allerlei aanbiedingen. Leuke

‘De loyaliteit van gasten en werknemers is erg mooi’

geste: een klant vroeg zijn borg niet terug om ons te helpen in deze moeilijke tijd. En het is erg mooi om de loyaliteit van gasten en werknemers te zien. Ondanks de moeilijke start van 2021 denken we een positief hoogseizoen te gaan draaien.

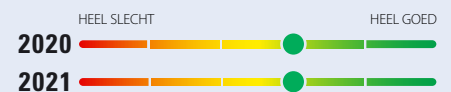


Camping Alexa, Chlapowo

Vorig jaar is chaotisch verlopen met veel annuleringen en verplaatste reserveringen. We hebben ook veel kampeersders gezien die voor het eerst met hun caravan of camper op vakantie gingen.

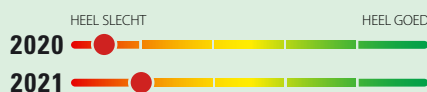
‘We hebben veel ‘nieuwe’ kampeersders gezien’

Soms hadden ze wat hulp nodig met het opzetten van de voortent of het aanzetten van de verwarming, maar daar hebben we ze graag bij geholpen. Om alles in goede banen te leiden, hebben we de kampeerplekken ook wat vergroot en heel veel extra schoon gemaakt en ontsmet. De blijde gezichten van iedereen die eindelijk weer naar buiten mocht, zullen we niet snel vergeten. Dit seizoen zal hopelijk iets beter worden dan het vorige seizoen. We zijn op alles voorbereid!



Camping Sokol Praha, Praag 9/Dolní Počernice

2020 was een echte uitdaging voor ons. Dat lag aan de constante onvoorspelbaarheid rondom de coronasituatie. Verwacht altijd het onverwachte, dat werd wel duidelijk. De binnenlandse kampeersmarkt in Tsjechië is vrij klein, waardoor veel campings afhankelijk zijn van buitenlandse gasten. Die gingen wel naar campings in de natuur, maar als stadscamping in een buitenwijk van Praag hadden we het lastiger. Door ons beleid met betrekking tot boekingen, vooruitbetalingen en annuleringen te versoepelen, trokken we toch nog klanten. Die zeiden vaak positief verrast te zijn over de ontspannen sfeer op een stadscamping dicht bij het centrum van Praag.



‘In 2020 leerden we: verwacht altijd het onverwachte’

Zaton Holiday Resort, Zaton/Nin (Zadar)

‘De steun van onze gasten heeft ons erdoorheen geholpen’



Frane Skoblar

Vergeleken met ons recordjaar 2019, zagen we in 2020 een sterke daling in de omzet. Vooral uit voor ons belangrijke landen als Nederland, Denemarken en Italië kwamen minder gasten. Door de coronamaatregelen hebben we veel dingen in onze bedrijfsvoering anders moeten organiseren. Maar des te mooier was het om onze gasten toch te kunnen blijven ontvangen. Ook de honderden e-mails en hartverwarmende reacties op social media hebben ons echt door het moeilijke seizoen heen geholpen. We hebben ook gezien dat zelfs een pandemie reizigers niet kan tegenhouden, dus hopelijk helpen sneltesten en vaccinaties mee om van 2021 het jaar van de ommekeer te maken.



Camping Stobreč Split, Stobrec



Het turbulente jaar 2020 zat vol uitdagingen. Het vereiste echt een totaal andere organisatie. Zeker met al die annuleringen en de overdracht van reserveringen naar 2021. Daarbij was het belangrijk dat we aanpassingen deden in de hygiëne om te

‘Het turbulente jaar 2020 zat vol uitdagingen’

voldoen aan alle maatregelen. De toeristische sector was ook anders dan normaal. Zo steeg het aantal binnenlandse overnachtingen. Als iets duidelijk is geworden, dan is het dat gezondheid en veiligheid echt op de eerste plaats zijn gekomen wanneer klanten een vakantie boeken. Voor 2021 verwachten we veel lastminute-reserveringen, mede door het vaccinatiebeleid en de komst van beter weer.



Camp Sojka, Malatiny



‘Een kwestie van rustig blijven en de kosten beperken’

Onze camping is heel 2020 niet open geweest. We hadden namelijk niet alleen last van de coronasituatie. In het voorjaar kregen we ook nog te maken met overstromingen. Een echt rampjaar dus. Gelukkig kregen we veel steunberichten van gasten op onze social-mediakanalen. Erg fijn om te lezen! Het was voor ons vorig jaar dus vooral een kwestie van rustig blijven, de kosten beperken en ons voorbereiden op een nieuwe start. We zijn positief gestemd en hopen voor 2021 op een goede zomer en een goed najaar.



Ibro Zalihic

Camping Mali Wimbledon, Mostar

De impact van het coronavirus is enorm. In 2020 waren er slechts tien kampeersers. Gelukkig hebben we een groot zwembad, dat we hebben opengesteld voor lokale gasten. Bij de sanitaire voorzieningen hebben we extra pompjes met desinfectiemiddel geplaatst en we maken alles extra grondig schoon. Van onze gasten ontvingen

we positieve reacties en gelukkig steunen ook onze partners – zoals ACSI – ons. De afgelopen tijd hebben we geleerd flexibel te zijn en snel te kunnen schakelen naar een back-up plan. En hoewel we voor 2021 meer mogelijkheden verwachten, denken we dat er toch nog wel veel beperkende maatregelen zullen gelden.

‘Ons zwembad hebben we opengesteld voor lokale gasten’



Camping Erodios, Gialova/Pylos

Het afgelopen jaar hebben we veel lastminute-annuleringen gehad. Gelukkig hadden we wel al redelijk snel een manier gevonden om met de situatie om te gaan. Zo hebben we onze campinggasten gecontroleerd op lichaamstemperatuur en zijn we voor ons restaurant en onze campingwinkel ook online bestellingen gaan aannemen. We hebben veel steun ontvangen van onze vaste gasten die helaas niet naar Griekenland konden komen. Binnenkort hopen we hen weer te kunnen ontvangen. Ook het komende seizoen heeft ieders gezondheid onze hoogste prioriteit. Als iedereen de situatie serieus neemt, dan kunnen we samen hopelijk van een veilige zomer genieten.

‘De hoogste prioriteit voor dit seizoen is gezondheid’

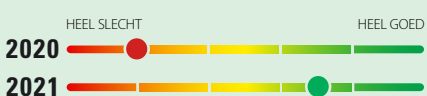


Camping Kalami Beach, Plataria/Igoumenitsa

‘De angst zat er bij veel kampeersers goed in’



Het afgelopen jaar hebben we duidelijk minder gasten ontvangen. De angst voor het virus zat er bij veel kampeersers natuurlijk goed in. Op de camping hebben we ervoor gezorgd dat iedereen wat gemakkelijker afstand kon houden tot elkaar en op veel plekken hebben we pompjes met desinfectiemiddel geplaatst. Ook hebben we het aantal tafels in het restaurant verminderd. De pandemie heeft ons geleerd om moeilijke situaties te overwinnen en om flexibel te zijn in onze manier van werken. Doordat steeds meer mensen gevaccineerd zijn en iedereen hopelijk ook wat meer bewust is van het gevaar van corona, hopen we op een beter kampeerseizoen in 2021.

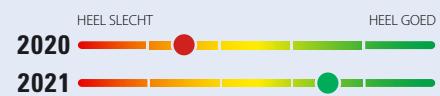


Erwlon Caravan & Camping Park, Llandovery



‘Voor het eerst sinds de jaren zestig moesten we sluiten’

In 2020 zijn we tot juli gesloten geweest en tot overmaat van ramp moesten we in de herfst en winter weer dicht. Voor het eerst sinds de jaren zestig van de vorige eeuw moest het park gesloten blijven! Dankzij de steun van de overheid hebben we het gered. Gelukkig hanteerden we al hoge standaarden voor hygiëne en onderhoud, dus wat dat betreft waren de aanpassingen minimaal. Voor 2021 zullen we dezelfde procedures hanteren als vorig jaar. We verwachten dat het aantal gasten zal aantrekken. Daarbij houden we rekening met minder gasten uit het buitenland, maar meer Britten die hun vakantie (noodgedwongen) in eigen land zullen vieren.



Camping La Belle Étoile, La Rochette



‘Enkele klanten belden ons om te vragen hoe het ging’

annuleerden, maar afzagen van hun borg. Mooi om te zien. We weten niet wat 2021 gaat brengen, maar zijn positief over 2022; mits de vaccinatiestrategie goed werkt.



Vorig jaar hadden we helaas een verlies van zo'n 50% doordat we geen buitenlandse toeristen konden verwelkomen. Voor de gasten die wel op onze camping verbleven, hebben we extra geïnvesteerd in hygiëne. Zo schaften we een machine aan voor de ontsmetting van stacaravans en sanitaire voorzieningen. Mooi om te zien was dat sommige vaste klanten ons belden om te vragen hoe het met de camping ging. En er waren mensen die hun vakantie

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



‘Het is belangrijk om klanten gerust te stellen’

In het begin van het seizoen hadden we zo'n twintig procent minder Franse en buitenlandse klanten. Daarna volgden er ook nog annuleringen van groepen in het hoog- en laagseizoen. Wat ons enorm geholpen heeft, was de heropening van de camping in juni. Daardoor konden we nog twee zomermaanden veel van ons verlies goedmaken. De coronacrisis heeft ons doen inzien dat je voorzichtig moet zijn met geld uitgeven en dat het belangrijk is om klanten gerust te stellen over onze boekingsvoorwaarden. We hebben niet echt verwachtingen voor de toekomst, maar hopen in het hoogseizoen wel weer toeristen uit andere landen dan Frankrijk te mogen ontvangen.

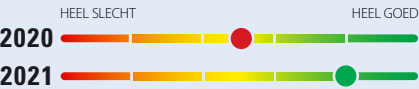
Camping Biarritz, Biarritz

Het gebrek aan buitenlandse gasten op onze camping had helaas economische gevolgen. Maar om het verblijf van de gasten die er wel waren extra veilig te maken, hebben we natuurlijk geïnvesteerd in hygiëne. We hielden ons aan alle gezondheidsprotocollen. Zo werkten we met afhaalmaaltijden om toch nog eten aan te kunnen bieden. Gelukkig kregen we hulp vanuit Airotel, de campingketen waar we bij aangesloten zijn. Wat de crisis ons geleerd heeft, zijn wijze lessen. Zo is het belangrijk om te investeren in het aantrekken van binnenlandse toeristen. En het houden van klantenquêtes bleek erg leerzaam om meer te weten over hun wensen.



Alexis Dubor

‘We kregen gelukkig hulp vanuit onze campingketen’



Domaine de la Gautière, Buis-les-Baronnies

Het runnen van onze camping in coronatijd vergde een andere aanpak, om het welzijn van onze klanten en onszelf te garanderen. Zo moest er op sommige plekken een mondkapje gedragen worden, hadden we looproutes naar de receptie en werkten we met speciale schoonmaakmiddelen. En niet zonder resultaat, want gasten zeiden zich veiliger te voelen dan op andere campings. Extra hygiënemaatregelen als vaker de handen wassen zullen we in de toekomst ook zeker aanhouden. COVID heeft ons geleerd ons te beschermen tegen een onzichtbare vijand. We hopen dit jaar weer Nederlandse, Duitse en Belgische kampeersders te mogen verwelkomen.



‘Gasten voelden zich veiliger dan op andere campings’



Camp du Domaine, Bormes-les-Mimosas

We kregen vorig jaar te maken met een omzetverlies van 37%, voornamelijk geleden in het laagseizoen. Wel kregen we meer Franse klanten en meer nieuwe klanten. Die waren extra veilig op onze camping door alle aangescherpte hygiënemaatregelen. Zo zorgde een toegewijd team drie keer per dag voor de ontsmetting van alle voorzieningen. Ook voorkwamen we drukte bij de animatie door twee avondvoorstellingen te doen in plaats van één (19.00 - 21.00, ontsmetten, 21.30 - 23.30). Leuk feitje, vorig jaar hadden we twee bekende gasten op onze camping: een Franse voetballer uit het elftal dat wereldkampioen werd in 2018 en een Duitse filmactrice.



Anne Caillat-Defour



‘Een team ontsmette drie keer per dag alle voorzieningen’

Camping La Bugarvilla, Marbella/Málaga



Francisco Sempere Sanchez



We hebben steeds de maatregelen genomen die ons door het Spaanse Ministerie van Volksgezondheid zijn medege-deeld. Dat wil zeggen: afstand houden, mondkapjes dragen en desinfectiegel beschikbaar stellen. Er heeft zich, voor zover wij weten, geen enkel geval van corona voorgedaan. Noch bij klanten, noch bij personeel.

‘Voor zover we weten hadden we geen enkel coronageval’

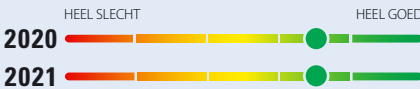
Waar we ons de afgelopen tijd echt bewust van zijn geworden, is dat we respectvol moeten zijn naar de meest kwetsbaren in deze coronatijd. Voor dit jaar verwachten we een betere zomer dan in 2020. En hopelijk mogen we de Noord-Europese overwinteraars vanaf dit najaar ook weer verwelkomen.

Verneda Camping Mountain Resort, Pont d'Arros

‘Het is belangrijk om klantenloyaliteit op te bouwen’



Tot en met juni 2020 waren we helaas gesloten. En ook in de winter waren er allerlei mobiliteitsbeperkingen in onze provincie. Daarbij kwam een verplichte vermindering van twintig procent van het aantal gasten. Uiteraard bedoeld om beter afstand te kunnen houden. De coronacrisis heeft ons geleerd dat we het huidige moment op waarde moeten schatten. En dat het belangrijk is om klantenloyaliteit op te bouwen. Qua binnenlands toerisme moet het in 2021 wel goedkomen. Maar we hebben niet echt vertrouwen in buitenlandse gasten vanwege de vele vertragingen in het vaccineren.



Cepo Verde, Gondesende/Bragança

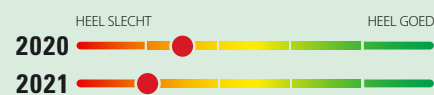


Telmo Cadavez

Wij hadden vorig jaar bijna geen buitenlandse gasten. Daarbij kwam een toename van de kosten in verband met veiligheidsprocedures. De algemene inkomsten daalden hierdoor met zo'n vijftig procent. Door speciale regels te maken met betrekking tot het gebruik van het sanitair, konden we gasten een veilig verblijf garanderen. Erg aardig was een

'De coronaperiode is erg leerzaam geweest'

stel uit Engeland, dat extra lang verbleef in een van onze chalets – zelfs toen de rest van de camping leeg was – om ons aan meer inkomsten te helpen. Samen hebben we een aantal geweldige weken gehad. De coronaperiode is erg leerzaam geweest. We hebben ons staande moeten houden met weinig middelen.



Camping Turiscampo, Luz/Lagos

'Positief dat zij onze camping ineens wisten te vinden'



Met name de impact van de lockdown was op onze camping erg groot. In juli en augustus van vorig jaar was er vrijwel niets te doen. De weinige gasten die wel kwamen, hadden andere nationaliteiten dan die van de afgelopen jaren. Wel positief dat zij onze camping ineens ook wisten te vinden. Door extra te letten op hygiëne en op het maximale aantal mensen op bepaalde plekken op de camping, waren onze gasten veilig. Dat zij dit ook zo gevoeld hebben, was voor ons erg belangrijk. Hoe dit jaar gaat verlopen, weten we niet. Er zullen nog steeds wel problemen zijn met vluchten en de politiek is ook een onzekere factor.



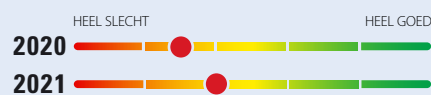
Gruppo Human Company



Camping Norcenni Girasole

'2021 zal gelijkenissen met 2020 vertonen'

Vorig jaar hebben we gezien hoeveel invloed externe factoren op de toeristische sector hebben. Er werd van ons een snel aanpassingsvermogen gevraagd. We hebben onze verkoopbudgetten anders ingedeeld, ons personeel extra opgeleid, de infrastructuur veranderd en een online reserveringssysteem voor de restaurants en leveringen ingevoerd. En extra aandacht besteed aan het schoonmaken en de hygiëne. Mede hierdoor konden onze gasten alsnog genieten van een fijne vakantie. We merkten ook veel begrip voor de maatregelen. Voor ons gevoel zal 2021 gelijkenissen vertonen met 2020. Dus een daling van de internationale vraag en veel lastminute-boeking.



Villaggio Turistico Internazionale, Bibione



Andrea Granzotto

De coronapandemie heeft al onze zekerheden op z'n kop gezet. Plots moesten we onze complete werkwijze aanpassen en regende het annuleringen en gewijzigde reserveringen. Ad hoc hebben we een nieuw bedrijfsplan opgesteld met duidelijke procedures voor schoonmaak, animatie, receptie en social distancing. Zo konden we onze gasten een veilige en hygiënische omgeving bieden. Gelukkig merkten we ontzettend veel begrip bij onze gasten. Qua omzet verwachten we dat 2021 tussen 2019 en 2020 in zal liggen. De coronamaatregelen zullen zeker in de eerste maanden nog een grote rol spelen. Vanaf juni hopen we het herstel te kunnen zien.

'Wij rekenen op herstel vanaf de maand juni'



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

2020 was een moeilijk jaar. Het seizoen was korter dan normaal en we hebben besloten slechts twee van onze drie campings te openen. Investerings zijn voorlopig geparkeerd en helaas is dat nog steeds zo. Na het debacle met de vouchers is het eveneens duidelijk dat we een omslag zullen moeten maken met het vooruitbetalen van je vakantie. Mensen zijn hier huiverig voor. Doordat het vaccineren in veel Europese landen nog niet snel genoeg gaat, verwachten we in 2021 een seizoen met vooral veel binnenlandse toeristen. Hoewel er natuurlijk ook heel snel een euforische stemming zal zijn zodra men weer wel op pad mag.



Camping San Cristoforo



Camping Due Laghi



Fiemme Village



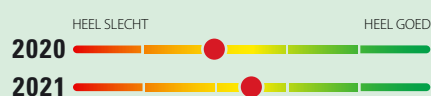
'Alle investeringen zijn voorlopig geparkeerd'

Baia Domizia Camping Village, Baia Domizia

In 2020 hebben we een verlies van omzet en een daling van het aantal buitenlandse gasten gezien. Het aantal kampeersders uit de regio bleef min of meer gelijk. Om het zo veilig mogelijk te maken voor onze gasten, hebben we overal wat meer afstand gecreëerd en extra groen geplaatst.

'2021 zal grotendeels vergelijkbaar zijn met 2020'

Het was een enorme opgave om alles goed te regelen, maar we hebben gezien dat je met veel wilskracht situaties kunt bedwingen die op het eerste gezicht onmogelijk lijken. Gelukkig reageerden onze gasten positief op de aanpassingen en hielden zij zich goed aan de maatregelen. We verwachten dat het jaar 2021 grotendeels vergelijkbaar zal zijn met 2020.



Enrico Toffano

Een sterk campingmerk opbouwen

Een interview met Hannes Müller van TourTouch



Wie is TourTouch?
Kunt u zich kort voorstellen?

Bij TourTouch houden we van kamperen en het buitenleven. Vanuit die passie dragen we bij aan het versterken van de kampeerbranche. Onze kracht ligt in digitalisering, beleving en bedrijfsvoering. De nieuwe generatie kampeersers komt eraan en wij zijn ervan overtuigd dat zij behoefte hebben aan twee dingen: een snelle toegang tot 'het product' en een authentieke kampeerervaring. Met TourTouch ondersteunen we campings in Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland op het gebied van marketing, bedrijfsvoering en klantbeleving. Samen met onze klanten ervaren we elke dag de uitdagingen van een veranderende kampeermarkt die een nieuwe generatie kampeersers met zich meebrengt. En recent natuurlijk de invloed van het coronavirus.

Wat heeft uw bedrijf gedaan in het afgelopen jaar waarin we vooral online moesten werken?

Ondanks de coronacrisis blijft de campingbranche zich ontwikkelen. Een aantal campings gebruikt deze periode ook om dingen te verbeteren. Genoeg te doen voor ons dus. Zo hebben we een online leerportal opgezet: de CAMPUS. Campings kunnen hier presentaties, interviews en tutorials bekijken over de belangrijkste thema's in de branche. Deze interessante informatie is voor iedereen gratis toegankelijk op [tourtouch.de/campus](https://www.tourtouch.de/campus) (informatie in het Duits).

TourTouch had dit jaar een succesvolle presentatie op de online NCT (Norddeutscher Campingtag) over het opbouwen van een sterk kampeermerk. Hierin kwamen drie belangrijke elementen aan bod: de bouw van een

merk, het positioneren van een merk en gespecialiseerde marketing. Kunt u dit toelichten?

Om een merk op te bouwen is allereerst een merk nodig. Dat klinkt logisch, maar er komt veel meer bij kijken dan je in eerste instantie zou denken. Een merk moet op een consistente en gestandaardiseerde manier gepresenteerd worden. Dat presenteren kan onder andere door middel van een logo, vormgeving, en (vaste) kleuren. Daarnaast doet een camping ook een bepaalde belofte over de vakantie en de kwaliteit die een klant kan verwachten. Daar hoort een bedrijfsvoering bij die deze beloftes waar kan maken. En dit is voor veel campings een knelpunt waar we ze mee helpen. Mooie slogans en plaatjes over een topvakantie zijn makkelijk te vinden. Maar het is een uitdaging om de dienstverlening op hoog niveau te houden vanaf het moment van de reservering tot aan het einde van de vakantie. Zeker als een camping ook op de kosten wil letten.

Opbouw van een merk:

- Consistente en professionele presentatie
- Belofte over vakantie en kwaliteit
- Bijpassende professionele bedrijfsvoering

Als het merk van een camping eenmaal goed staat, volgt de volgende uitdaging: het positioneren van het merk. Hiervoor kan een camping de volgende middelen inzetten: de eigen website, 'Google My Business' en campingportals.

Positioneren van een merk:

- Eigen website
- Google My Business
- Campingportals

Ten eerste is het belang van een goede eigen website niet te onderschatten. Het kan de receptie flink



Bij het opbouwen van een sterk merk horen ook mooie foto's van een camping, maar de echte uitdaging is om de dienstverlening op een hoog niveau te houden.

ontlasten als de klant antwoorden op praktische vragen al online vindt. Hiervoor is een moderne website nodig met een eenvoudige en heldere navigatiestructuur. Die website moet natuurlijk ook goed vindbaar zijn in de zoekmachines én ervoor zorgen dat de bezoeker echt zin krijgt om te kamperen. Ook moet de klant makkelijk toegang hebben tot jouw product: het reserveren of boeken van een plek. Met Google My Business beheert een camping eigenaars nieuws, openingstijden en beoordelingen. Hiermee is ook de vermelding op Google Maps aan te passen. Verder is het belangrijk om een sterke presentatie te hebben op de grote campingportals zoals Eurocampings.eu en Camping.info. Dat betekent goed beeldmateriaal en actuele informatie.

Nadat een camping een sterk merk en een goede online zichtbaarheid heeft gerealiseerd, raadt u aan om de marketing te specialiseren. Wat houdt dit in?

Door specialisatie zorgt een camping dat het merk gezien wordt door het juiste publiek. Hierbij gaat het om het gebruik van de juiste kanalen, een gespeciali-

seerde doelgroepbenadering en campagnes met een duidelijk doel. Die doelen zijn zakelijk: een optimale bezetting, prijsacceptatie, klanttevredenheid en een verlenging van het kampeerseizoen.

Gespecialiseerde marketing:

- Kanalen en inhoud
- Doelgroepen
- Campagnes

Een slotvraag: wat zijn volgens u de uitdagingen voor de kampeerbranche de komende jaren?

Wij zijn van mening dat het afstemmen van het verblijfs- en recreatieaanbod op de nieuwe generatie kampeersers het belangrijkste is. Online boekbaarheid, specialisatie en het bieden van constante hoge kwaliteit spelen hierbij een grote rol. Wij denken dat de nadruk waarschijnlijk meer zal verschuiven richting het aanvullende aanbod aan recreatie, cursussen, workshops en beleving. Details over bijvoorbeeld de grootte en voorzieningen van de kampeerplaats krijgen juist minder nadruk. Deze ontwikkelingen vragen tijd en middelen in de bedrijfsvoering. Maar als een camping veel

voorkomende processen zoals boeken, inchecken en betalen goed digitaliseert, is er meer tijd voor contact met gasten. Die kunnen bij u terecht voor excursietips én extra diensten.

Bedankt voor uw tijd en inbreng.

Graag gedaan. Bedankt dat ik mocht komen en veel succes.



Hannes Müller, www.tourtouch.de

Hannes Müller is directeur van het marketing & strategie adviesbureau TourTouch en oprichter van het informatieportaal CAMPUS

Ik ben benieuwd naar uw zaak en uw komende uitdagingen. Stuur me gerust een bericht via: hannes@tourtouch.de

Persbericht Leading Campings April 2021

Online tutorials en trainingen

Sinds 2009 heeft Leading Campings of Europe voor de start van elk seizoen een trainingssessie gehouden voor personeel van aangesloten campings. Die training vond elk jaar plaats op een andere LeadingCamping. In 2020 werd de training geannuleerd vanwege de eerste lockdown en de reisbeperkingen. Ondertussen hebben de LeadingCampings niet stilgezeten. Dit jaar vond de training op 22 april online plaats, wat als groot voordeel een aanzienlijke toename van het aantal deelnemers had. Het is logisch dat meer medewerkers kunnen deelnemen als er

geen noodzaak is voor een reis van meerdere dagen. En als de campings gesloten zijn, hebben meer medewerkers tijd voor training. De ervaring van een intensieve Zoom-sessie van drieënhalve uur laat zien dat het kan, maar het is anders.

Naast veel dingen die we liever zo snel mogelijk kwijt dan rijk zijn, heeft de coronacrisis ook iets gebracht wat zal blijven: het hoofdkantoor van LeadingCampings heeft de tijd benut om personeelstraining permanent te maken met een vast online aanbod. Wat uit noodzaak tijdens de pandemie is ontstaan, wordt nu een blijvend onderdeel van ons

trainingsaanbod voor LeadingCampings-medewerkers. Ze kunnen zich 24 uur per dag en 7 dagen per week informeren over alles wat met Leading Campings te maken heeft. Daartoe zijn alle relevante documenten duidelijk gesorteerd en beschikbaar gemaakt in een online database, naast in eerste instantie vier videotutorials van 30 minuten over Leading-specifieke onderwerpen. Deze bibliotheek met videotutorials zal in de toekomst worden uitgebreid. Medewerkers hebben 365 dagen per jaar toegang via <https://academy.leadingcampings.com>, maar ze dienen zich wel eerst aan te melden.

Meer informatie:

Leading Campings of Europe
Ketellerstr 26, 40593 Düsseldorf, Duitsland
Telefoon: +49 (0)2 11 / 89 96 49 95
Fax: +49 (0)2 11 / 87 96 49 96
info@leadingcampings.com
www.leadingcampings.com



Voordeel met digitale tools

De balans tussen mens en computer

Digitaal boeken heeft de toekomst of, beter gezegd, is al de realiteit. Maar dat betekent niet dat de kampeerder bij het boeken wordt overgeleverd aan de techniek. De mens speelt – gelukkig – een belangrijke rol en bepaalt het verschil tussen een eenmalige gast en een loyale klant. Daarom is het erg belangrijk om te zoeken naar een optimale balans tussen mens en computer.

Het vergelijken, kiezen en boeken van een vakantie gebeurt steeds vaker online. Deze ontwikkeling zal waarschijnlijk doorgroeien richting een volledig gepersonaliseerd aanbod. Klanten zijn er anno 2021 steeds meer aan gewend hun voorkeuren door te geven en vervolgens een aanbod te zien dat aansluit op hun wensen. Voor campings is het bijna nood-

zakelijk geworden om hierop in te spelen. Toch lijken er ook grenzen te zitten aan de digitalisering. Want daar waar de menselijke factor compleet verdwijnt, ontstaat er weerstand.

Menselijk contact

Uit Europese en Amerikaanse studies blijkt dat maar liefst 75% van de consumenten óók snel

menselijk contact wil kunnen hebben tijdens het boeken. Een teveel aan 'doe-het-zelf-technologie' heeft op termijn negatieve effecten op de beleving en loyaliteit van de reiziger. Dit blijkt vooral het geval wanneer er in het eerste contact geen menselijke back-up aanwezig is, terwijl men hier wel om vraagt. De kampeerder wil snel iemand kunnen spreken via telefoon, WhatsApp, chat of e-mail. Dit zorgt voor een vertrouwensrelatie en schept een band.

Lastige spagaat

Het is een lastige spagaat voor diegenen die dachten dat het

compleet digitaliseren van het boekingsproces een oplossing zou zijn voor personeelskosten en schaarste aan geschikt personeel. Ook het gebruiken en delen van data zijn aandachtspunten. Reizigers ervaren het delen van hun gegevens met de reisorganisatie niet meteen als een probleem. Zeker niet wanneer het hen een direct voordeel oplevert. Maar het kan weerstand geven als klanten niet weten met welke partijen hun gegevens gedeeld worden.

Tips van de chatbot

Toch kunnen de juiste digitale tools wel degelijk tijd en kosten besparen. Een sterke online zichtbaarheid en een goed ontwikkelde website (of app) met een eenvoudig boekingsproces, zijn voor iedere camping en reisaanbieder belangrijk. Maar de digitalisering kan nog een stap verder gaan en zelfs extra omzet genereren. Denk bijvoorbeeld aan een chatbot die suggesties geeft voor leuke activiteiten en bezienswaardighe-

den op de vakantiebestemming, of die een tafel voor de klant boekt in een restaurant. Gasten die gebruikmaken van een goede digitale assistent, kunnen tijdens hun vakantie wel dertig procent meer uitgeven dan gasten die dat niet doen.

Op zoek naar de mix

Slimme partijen zoeken daarom naar manieren om het digitaliseren te combineren met menselijke contactmomenten. Dat kan heel simpel. Het aanbieden van een telefoonnummer of het bieden van een chatoptie met een medewerker helpen al om het vertrouwen te winnen. Slimme chatbots gaan een stap verder en herkennen zelfs emoties, waardoor er ingespeeld kan worden op gevoelens als woede, verbazing of stress. Hoe die juiste mix tussen mens en computer er precies uit moet komen te zien, blijft aftasten. Maar één conclusie is duidelijk: de waarde van menselijk contact mag niet onderschat worden!



Digitale assistente bij Suncamp

Touropoperator Suncamp werkt sinds 2020 met de digitale assistente Anna. Klanten melden zich voor hun vertrek aan en ontvangen handige tips en informatie van Anna. Ook kunnen ze de digitale assistente vragen stellen via Whatsapp, bijvoorbeeld 'Waar is een leuk restaurantje in de buurt?' De klanten die in 2020 kennis hebben gemaakt met Anna, geven deze service een hoge waardering. Maar liefst 97% zou tijdens de volgende vakantie opnieuw tips van Anna willen ontvangen.

ACSI-widgets:

laat uw websitebezoekers weten dat u staat voor kwaliteit



Herkenbaar keurmerk voor miljoenen kampeers

Het logo van ACSI is een kwaliteitskeurmerk en is zeer herkenbaar voor miljoenen kampeers in heel Europa. Door op uw website het ACSI-logo te plaatsen, toont u aan uw bezoekers de waardevolle samenwerking met ACSI. Dat geeft uw toekomstige gasten vertrouwen.

Toon de beoordelingen van uw camping

Naast het ACSI-logo zijn de beoordelingen over uw camping ook van belang voor uw toekomstige campinggasten. Door het ACSI-beoordelingscijfer op uw website te tonen, met een link naar de beoordelingen, helpt u uw gasten om te kiezen voor uw camping.

Stel gratis uw eigen widget samen

Het gebruik van de widgets kost u niets en het samenstellen gaat heel eenvoudig.

U kunt 3 soorten widgets downloaden:

1. ACSI-beoordelingscijfer
2. ACSI logo-widget
3. ACSI logo-widget + inspectiejaar



ACSI Widgets:

- Heel eenvoudig samen te stellen
- Makkelijk op uw website te plaatsen
- Hoge attentiewaarde voor bezoekers
- Laat zien dat u samenwerkt met ACSI

Camping La Vallée Verte

8,2

11 beoordelingen

Sanitair	7,9
Personeel	8,1
Prijs-kwaliteitsverhouding	7,9
Kindvriendelijkheid	7,9
Entertainment	8,2
Sportfaciliteiten	7,9
Zwembad	7,9
Eten en drinken	7,9
Omgeving	8,4

[Voeg beoordeling toe](#)



Annually inspected by ACSI

Kijk voor meer informatie op [Eurocampings.nl/widget](https://eurocampings.nl/widget)

Als ACSI-camping heeft u de mogelijkheid om een ACSI-widget op uw website te plaatsen. Zo kunt u optimaal gebruikmaken van ACSI als kwaliteitskeurmerk. Een widget is een klein, grafisch element dat u eenvoudig kunt toevoegen aan uw website en dat nuttige informatie bevat voor de websitebezoeker. Denk bijvoorbeeld aan het ACSI-logo of het cijfer dat u krijgt van kampeers die beoordelingen hebben achtergelaten op onze websites of via onze apps.

Creatief concept met impact

ACSI FreeLife TestTour 2021

Kampeerders die naast elkaar op de camping verblijven weten als geen ander wat er belangrijk is aan een caravan of trekauto. Niet voor niets spelen kampeerders een hoofdrol in de ACSI FreeLife TestTour. Maar wat houdt het precies in en wat kan het voor uw camping betekenen?

Vier testteams reisden afgelopen zomer in een coronaluwe periode naar het zonnige zuiden van Oostenrijk: Karinthië. Daarvoor kregen ze een compleet nieuw span mee van Volvo en Fendt. Dat leverde de teams behoorlijk wat gesprekken met enthousiaste kampeerburen op. En zowel de regio als de campings waar de testteams overnachten profiteerden van mooie exposure in alle verhalen die zijn verteld door middel van uitgebreide reportages, blogs en tientallen video's.

Creative concepten

Regio's benaderen ACSI steeds vaker met de vraag naar creatieve communicatieoplossingen met een mix van print, online en video. De makers van ACSI FreeLife magazine bedenken daarom regelmatig nieuwe concepten om meer te kunnen bieden dan alleen een advertentie. Van een lezersreis tot een speciaal campingarrangement, en van een informatieve spread waarop de camping wordt gepresenteerd tot een interview met de camping eigenaar. De grootste van al deze creatieve concepten is de ACSI FreeLife TestTour; die we in 2021 voor de vijfde keer organiseren. We werken daarvoor samen met een toeristische regio, een autofabrikant en een caravan- en/of camperfabrikant. Die samenwerking is tevens de kracht van het concept.

Testteams

ACSI FreeLife is hét merk binnen Europa's campingspecialist ACSI

waarmee kampeerliefhebbers worden voorzien van kampeerinformatie én inspiratie. Op een positieve en vrolijke manier laat de redactie zowel on- als offline zien waar je kunt gaan kamperen, en bovenal met welke middelen je het jezelf zo comfortabel mogelijk maakt. Met de ACSI FreeLife TestTour hebben we vier testteams met een specifiek kampeerprofiel, zodat iedere lezer van ACSI FreeLife zichzelf in hen kan herkennen. Aan de hand van die profilering kunnen ze beoordelen welke reis en welke auto-caravancombinatie het beste bij ze past. Denk bijvoorbeeld aan een testteam levensgenieters; altijd in voor relaxen en een culinair avontuur. Of een testteam actievelingen, voor wie geen berg te hoog is. Maar ook een gezin en een team van cultuurliefhebbers.

Impact

Tijdens de TestTour leggen we de belevenissen en ervaringen van die teams vast door middel van achtergrondartikelen, sfeerverlagen, video's, foto's, vlogs en social media posts. Het doel van het project is authentieke en inspirerende beelden en verhalen optekenen, en daarmee over een lange periode een zo groot mogelijk bereik behalen. Van de TestTour Karinthië bijvoorbeeld, hebben we vier aparte dossiers gemaakt die we in verschillende edities hebben geplaatst. Een complete verhaallijn per editie waarin zowel de reiservaringen, als de ervaringen met caravan en auto worden gedeeld.



Feiten & Cijfers

- De ACSI FreeLife TestTour is al 4 keer georganiseerd
- 4 testteams testen 4 nieuwe kampeermiddelen
- 25 video's
- 24 blogs
- 40 facebookposts
- 92 pagina's in ACSI FreeLife magazines
- Van alle verhalen maken we een minimagazine in het teken van de TestTour, die we meesturen met de ACSI Campinggids Europa. De oplage is 47.000
- In totaal bereiken we daarmee meer dan 2.500.000 Nederlandstalige kampeerders

Samenwerken?

In 2021 reizen we met 4 testteams naar de Zwitserse regio Bern. Het belooft weer een spectaculaire reis te worden. Bent u nieuwsgierig geworden naar het concept of naar de andere mogelijkheden om samen te werken met ACSI FreeLife magazine? Neem dan gerust contact met ons op door te mailen naar onze collega Mariëlle Dekkers-Vrugink via mdekkers@acsi.eu.

De 4 kampeerprofielen

Testteam Cultuurliefhebbers

Een kampeervakantie is voor de cultuurliefhebber niet compleet zonder zich te verdiepen in de geschiedenis van de regio. Een monument, een historische stadskern, lokale gebruiken; alles wat typisch is voor de regio trekt hun aandacht. Cultuursnuiven zit in de genen en daarom rijdt dit team in een niet-alledaagse camper of met een authentieke auto-caravancombinatie.



Testteam Actievelingen

Het testteam actievelingen reist met een compacte caravan of camper. De fietsen gaan altijd mee op vakantie. Zolang dit team maar lekker actief buiten kan zijn is het gelukkig. Het liefst kampeert het team op een camping vanwaar ze letterlijk alle kanten op kunnen met fiets- en wandelroutes. Een dag lang voor de caravan zitten luiers is niet aan dit team besteed.



Testteam Levensgenieters

Kamperen is voor dit team: niets moet, alles mag. Dit team doet alles op z'n tijd. De bestemming van de kampeerreis laten levensgenieters afhangen van de campings. Die moeten namelijk luxe zijn en voorzien zijn van uitgebreide faciliteiten zoals een goed restaurant. Dit team geniet van luxe en weet de geneugten van het leven op waarde te schatten.



Testteam Gezinskampeerders

Voor het team gezinskampeerders is het belangrijk dat de kinderen het naar hun zin hebben. Want hebben zij plezier, dan viert papa en mama ook vakantie. Uiteraard is de caravan of camper waar het gezin mee reist ook voorzien van allerlei handigheidjes die het gezinsleven veraangenamen.



Waar gaan we kamperen deze zomer?

De inspiratiefase bij het kiezen van een kampeerbestemming

In het voorbije coronajaar veranderde er veel. Een van de gevolgen van de pandemie was het annuleren van alle vakantie- en kampeerbeurzen. En het eind is nog niet in zicht. Het roer moest om bij nationale en regionale verkeersbureaus. Wat zijn de alternatieven?

De vakantie- en kampeerbeurzen aan het begin van het jaar zijn traditioneel de plek waar veel verkeersbureaus aanwezig zijn om in contact te komen met kampeersers die zich oriënteren op de komende vakanties. Ze zitten in een fase waarin ze verrast willen worden en nieuwe ideeën op willen doen. Vanaf maart 2020 zijn vrijwel alle beurzen afgelast en dat stelde veel marketeers in de vakantielanden en –regio's voor de nodige vragen: hoe gaan we kampeersers ons verhaal vertellen en wanneer gaan we communiceren, als het nog niet duidelijk is wanneer internationaal reizen weer kan?

Zichtbaar zijn, ook als reizen (nog) niet kan

ACSI werd in de afgelopen maanden overstelpt met verzoeken van landen en regio's die worstelden

met de vraag hoe ze nu verder moesten. In alle gesprekken hebben we geadviseerd juist nu zichtbaar te zijn voor de kampeerder. Recente ACSI-onderzoeken onder meer dan 24.000 Europese kampeersers tonen aan dat iedereen er weer op uit wil, ook naar het buitenland. Het is daarom belangrijk juist dan de kampeerder, die smacht naar zijn vakantie, te inspireren met je verhaal.

Campingeigenaren als ambassadeur van hun regio

Als campingeigenaar kent u als geen ander de bijzonderheden van uw regio en draagt u die trots uit: op de website van uw camping, in uw brochures en ter plekke met allerlei activiteiten. Daarnaast zien we ook steeds vaker dat campingeigenaren actief zijn in de regionale verkeersbureaus of met hun campingfederatie.

Want niet elk land erkent het enorme belang van kampeervakanties in het toerisme. Gelukkig zien steeds meer regio's het toenemend belang wel goed in. Zo heeft ACSI inmiddels succesvolle campagnes opgezet met 17 regio's in heel Europa.

Voor elk budget een plan

De ACSI FreeLife TestTour heeft daarnaast inmiddels vijf regio's in Europa bezocht, met schitterende videobeelden, reportages en een enorm bereik in het Nederlandse taalgebied. Maar ook voor kleinere budgetten vinden we met verkeersbureaus en campingfederaties vaak een passende communicatie, zodat de kampeerder kiest voor uw regio; een belangrijke eerste stap naar uw camping. Wilt u meer weten? Bel +31 (0)488 452055 of mail naar sales@acsi.eu.



ACSI op de Nederlandse televisie

ACSI wil iedereen enthousiast maken voor kamperen, ook in coronatijd. Want kamperen betekent ontspannen, genieten van de natuur en veilig vakantie vieren. En in 2020 en 2021 mochten we dat aan miljoenen Nederlandse kijkers laten zien met de programma's RTL Kampeert en Camp to Go. Een goede manier om mensen te enthousiasmeren.

Kijkers enthousiasmeren

Van de Ardennen tot Girona en van de Veluwe tot Wallonië; de presentatoren van de programma's reisden naar de mooiste bestemmingen. En ACSI reisde mee! Zo konden bijvoorbeeld camping De Paal, camping El Delfin Verde en camping Beerze Bulten bewonderd worden. De kijkers ontdekten vanuit huis hoe leuk en ontspannend kamperen kan zijn.

RTL Kampeert trok ongeveer 1 miljoen kijkers per aflevering en Camp to Go had in totaal 6,5 miljoen kijkers!

Een breed publiek bereiken

ACSI doet graag mee aan programma's als Camp to Go

en RTL Kampeert. Het is een goede manier om kamperen aan een breed publiek te tonen. Door deelname helpt ACSI dit soort programma's mogelijk te maken. Daarom zal ACSI ook de volgende seizoenen te zien zijn in deze programma's.



Colofon

Uitgave

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

Directie: Ramon van Reine

Hoofredactie: Frank Jacobs

Coördinatie/Eindredactie: Thijs Saat

Redactie: Alena Gebel, Rik Hoitink, Charlotte Kipp, Marieke Krämer, Bram Kuhnen, Ria Neutel, Katinka Schippers, Vincent Smit, Bianca van Steenberghe, Jeroen Timmermans, Olle Vastbinder

Advertentieverkoop: Salesafdeling ACSI

Beeldredactie: Maurice van Meteren

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

Vormgeving: Ton Oppers

Druk: Rodi Rotatiedruk

Drukwerkbegeleiding: Ronnie Witjes

Kort nieuws

Kampeersers kunnen niet wachten

Kampeersers in heel Europa staan te springen om weer te kamperen. Ondanks dat er in veel landen nog strenge maatregelen gelden tegen corona, noteert campingspecialist ACSI op haar websites recordaantallen bezoekers. 'We hadden verwacht dat de kampeerder dit jaar niet zou kunnen wachten om naar de camping te gaan. Maar na een hele rustige winter op onze websites overtreffen de bezoekcijfers van afgelopen weken de cijfers van 2019. En het aantal downloads van onze app is de afgelopen week zelfs bijna 120 procent gestegen. De kampeerder heeft er duidelijk vertrouwen in', zo stelt Ramon van Reine, CEO van ACSI.

Goede boekingsvoorwaarden belangrijker dan vaccin

Uit onderzoek van ACSI's touroperator Suncamp is gebleken dat gunstige boekingsvoorwaarden en een positief reisadvies bij het boeken van een campingvakantie belangrijker worden gevonden dan de komst van het vaccin. 77% van de ondervraagde Nederlandse, Duitse en Engelse klanten gaf aan deze zomer op campingvakantie te gaan.

Kampeertrends 2021

1. Opmars kamperende millennials
2. Lekker weg naar het buitenland
3. Veilig en gezond op vakantie
4. Zelfvoorzienend kamperen
5. Themacampings

ACSI en TomTom werken samen

De POI's (Points Of Interest) van ACSI zijn in het eerste kwartaal van 2020 geïntegreerd in het TomTom GO Camper-navigatiesysteem. Kampeersers herkennen de ACSI-campings direct aan het logo op de kaart en in de zoekresultaten. Een ander aspect van de samenwerking is de integratie van TomTom Maps in een aantal digitale producten van ACSI. Daarnaast zijn er routes van ACSI toegevoegd aan TomTom RoadTrips. Zo wordt het voor kampeersers nog makkelijker om de voor hen perfecte camping te vinden.

Meer nieuws lees je op ACSI.eu.



Uw marketingpartner voor Europa

Nieuw **ACSI** camping.info Booking

Uw Europese boekingsplatforms met 40 miljoen bezoekers



ACSI campinggidsen

Alle jaarlijks geïnspecteerde campings worden gratis vermeld in diverse ACSI Campinggidsen, die in meerdere landen worden verkocht. In 2022 is de totale oplage van de gidsen 701.500. Met een advertentie profiteert u van nog meer promotie op onder andere de online kanalen van ACSI.

Eurocampings.eu

Uw uitgebreide campinginformatie wordt gratis vermeld op de best bezochte kampeersite van Europa, beschikbaar in 14 talen. De bezoekers van Eurocampings.eu zijn uw potentiële klanten! Wilt u extra opvallen? Als adverteerder komt uw vermelding nog beter onder de aandacht van de Europese kampeerder.



ACSI-apps

Uw uitgebreide campinginformatie wordt ook gratis doorgeplaatst in de ACSI Campings Europa-app. Deze app is online én offline te gebruiken en is beschikbaar in 13 talen. Als adverteerder profiteert u ook hier van extra aandacht.

Het verwachte aantal bezoeken

van de ACSI websites en de ACSI-apps in 2022 is 22.400.000.

Kijk voor alle promotiemogelijkheden op:

www.ACSI.eu