

AUSGABE FRÜHLING 2019

Die ACSI Zeit wird vom führenden Campingspezialisten in Europa herausgegeben. In dieser Ausgabe lesen Sie mehr zur Rezeption der Zukunft, Marco Walter beschäftigt sich mit Nachhaltigkeit beim Campen und wir beleuchten genau, was der Vormarsch der Elektroautos für Sie als Campingplatzbetreiber bedeutet.

RECHTSVORSCHRIFTEN UND VERORDNUNGEN BEI BAUMAßNAHMEN

Vor welchen Hürden steht ein Campingplatz bei Baumaßnahmen?

► mehr auf Seite 4

CAMPINGCARD ACSI

Immer mehr Camper sind mit der CampingCard ACSI unterwegs. Auch die Anzahl der Campingur-laube pro Person nimmt zu. Wie profitieren die Campingplätze von dieser Entwicklung?

► mehr auf Seite 5

ACSI-INSPEKTEURE WERDEN DIGITAL

Mit zwei neuen Portalen können die ACSI-Inspektoren die Informationen zu Ihrem Campingplatz noch effizienter, präziser und sicherer verarbeiten.

► mehr auf Seite 6

PROPERTY MANAGEMENT SYSTEM

Ein Property Management System (PMS) kann Ihnen viel Arbeit ersparen. Wie funktioniert das genau und welche neuen Anwendungen gibt es?

► mehr auf Seite 9

CAMPINGTRENDS 2019

In welches Land fährt man 2019 zum Campen? Worüber ärgern sich Campinggäste am meisten? Diese und andere Fragen haben wir Campern aus den Niederlanden, Deutschland, England, Frankreich, Spanien und Italien gestellt.

► mehr auf Seite 10

BAUEN MIT LEIDENSCHAFT

Einen neuen Campingplatz zu gründen, einen Platz zu verlegen oder einen bestehenden zu renovieren – das birgt große Herausforderungen. Vier Campingplatzbetreiber berichten von ihren Erfahrungen.

► mehr auf Seite 12

NEUE GENERATION SUNLODGES

Den verfügbaren Platz neu erfinden – das ist die Strategie von SunLodge. So auch mit der neuen Mobilheim-Generation 2019.

► mehr auf Seite 15

Ist Ihr Campingplatz bereit für Elektroautos?

Aufladen verlangt der Infrastruktur viel ab

Wenn die europäischen Ziele umgesetzt werden, fahren in fünf Jahren möglicherweise bereits Millionen Elektroautos auf den Straßen Europas. Ob die Entwicklung wirklich so rasant verläuft, steht noch in den Sternen. Sicher ist allerdings, dass schon bald die ersten E-Autos in der Einfahrt Ihres Campingplatzes stehen werden. Sind Sie dafür gerüstet?

Die ersten Elektroautos tauchten vor etwa zehn Jahren auf. Sie waren klein und hatten nur eine kurze und damit unpraktische Reichweite. Im Jahr 2012 kam dann das Model S von Tesla auf den Markt, das erste EV (electric vehicle), mit dem sich bei vollem Akku tatsächlich 350 bis 400 Kilometer zurücklegen ließen. Inzwischen gibt es außer Tesla noch weitere Wettbewerber, denn beinahe jeder Autohersteller bringt in diesem oder im nächsten Jahr ein E-Auto auf den Markt.

► Fortsetzung auf Seite 2



Neben Elektroautos gibt es inzwischen auch elektrische Wohnmobile auf dem Markt.

Rezeption der Zukunft

Wie sieht die Rezeption der Zukunft aus? Neue Technologien und Automatisierung verändern möglicherweise nicht nur die Funktion, sondern damit auch die Ausstattung, den Ort und das Ambiente. Ein zentraler Ansprechpunkt wird sicher weiterhin gebraucht werden. Bleiben aber die Warteschlangen an Check-in-Tagen ein notwendiges Übel?

Die gegenwärtig wichtigsten Funktionen einer Rezeption sind der Check-in und der Check-out. Beim Check-in findet der erste Kontakt zu den Gästen statt, die auf dem Platz ankommen. Diese erste Erfahrung beinhaltet oft, dass in einer Schlange gewartet wird, bis alle Formalitäten geregelt sind und man zu seinem Stellplatz fahren darf. Genau diese Wartezeit ist vielen Campern

und Unternehmern ein Dorn im Auge. In diesem Artikel werden verschiedene Alternativen vorgestellt, die den Moment des Check-ins angenehmer oder sogar überflüssig machen. So entsteht neuer Raum für andere Funktionen, die der Gastfreundlichkeit dienen und den Umsatz steigern. Wir untersuchen einige Konzepte in der Praxis.



Check-in am Ferienpark Stoetenslagh (Niederlande).

Ankunft ohne Rezeption

Eine Ankunft ohne Rezeption lässt sich auf verschiedene Arten umsetzen. Der Check-in könnte zum Beispiel von zu Hause aus online erfolgen. Bei der Ankunft könnte die Schranke, ausgestattet mit einer Kennzeichen-Erkennung, automatisch geöffnet werden. Eine Karte mit der Lage des Stellplatzes kann digital verschickt werden. Sind die Schlösser der Mietunterkünfte mit einem Kartenlesegerät ausgestattet, kann auch eine Zugangskarte bereits im Vorfeld versendet werden. Eine weitere Lösung ist ein Schloss mit einem PIN-Code. Marveld Recreatie im niederländischen Groenlo nutzt diese Möglichkeit.

Auch Armbänder mit einem RFID-Code, mit denen die Urlaubsunterkunft und die Einrichtungen auf dem Campingplatz betreten werden können, sind eine Option. Damit ließe sich sogar eine digitale Brieftasche verbinden.

Check-in-Kiosk

Eine andere Möglichkeit ist der Check-in-Kiosk. Auf dem französischen Campingplatz Les 4 Saisons in Grane gibt es so etwas schon heute. Die Eigentümer berichten, dass sie auf diese Weise mehr Zeit dafür haben, sich persönlich um die Betreuung ihrer Gäste zu kümmern. Ein Kiosk ist ebenfalls praktisch in Bezug auf die Stellplätze – nach der Anmeldung können dort direkt Strom und Wasser freigeschaltet werden. Der niederländische Ferienpark Stoetenslagh arbeitet seit 2017 mit einem Check-in-Kiosk an der Zufahrtsschranke. Unternehmer Jan van Veen erklärt das System: „Gäste kommen jetzt an und fahren direkt weiter zur Rezeptionslodge, in der sie alles Notwendige wie Informationen zum Park und der Umgebung, das Aktivitätenprogramm, Dusch-, Schwimmbad- und Zufahrtskarten für ihren Aufenthalt erhalten. Danach können sie sofort zu ihrem Stellplatz oder ihrer Unterkunft weiterfahren.“

► Fortsetzung auf Seite 2

► Fortsetzung von Seite 1

Stromverbrauch von 40 Standplätzen

Vielleicht war in den letzten Jahren ja sogar schon ein Tesla bei Ihnen auf dem Campingplatz und der Eigentümer fragte nach einer Ladesäule. Ein solches Auto an die Stromleitungen des Campingplatzes anzuschließen, ist nicht wirklich eine Option, denn der grundsätzlich mindestens 85 Kilowatt starke Akku braucht an einer 230-Volt-Steckdose mit 6- oder 10-Ampere-Sicherung beinahe 40 Stunden, bis er vollständig aufgeladen ist. Wenn Sie die Ladedauer auf einen akzeptablen Zeitraum verkürzen möchten, benötigen Sie mindestens einen Dreiphasen-Anschluss (400 Volt) mit 16-Ampere-Sicherungen. Damit liegt die Ladezeit bei ca. zehn Stunden. Das E-Auto verbraucht in dieser Zeit etwa genauso viel Strom wie 40 Stellplätze auf dem Campingplatz. Und dabei sprechen wir nur über das Aufladen eines einzigen E-Autos. Die Wahrscheinlichkeit dafür, dass in fünf Jahren viel mehr Ihrer Gäste ein E-Auto besitzen, ist ziemlich hoch.



Das Aufladen eines E-Autos verbraucht genauso viel Strom, wie für 40 Stellplätze nötig ist.

Linda Gedink, Vorsitzende des EFCO & HPA (europäischer Dachverband der nationalen Campingplatz-Verbände), sieht noch weitere Herausforderungen für Campingplätze. „Man muss nicht nur über die Bereitstellung von Ladepunkten nachdenken, sondern auch darüber, wie viel man den Gästen für das Laden eines E-Autos berechnet. Je nach Zeitpunkt kann das Laden teurer sein – zum Beispiel am Ende des Tages, wenn mehrere Gäste, die von einem Tagesausflug zurückkommen, ihre Autos gleichzeitig laden möchten. Ein weiteres Thema ist die Infrastruktur auf einem Campingplatz. Ein

3,6-kW-Anschluss lädt langsam und eignet sich nur für das Laden über Nacht und für E-Autos mit kleinem Akku. Am häufigsten werden 11-kW-Anschlüsse eingesetzt, erfordern jedoch einen Dreiphasen-Anschluss mit 16-Ampere-Sicherung. Für 22 Kilowatt benötigt man sogar die doppelte Kapazität. Abgesehen von den 1.000 bis 3.000 Euro Investitionskosten pro Ladepunkt muss das lokale Stromnetz überhaupt über die notwendigen Kapazitäten verfügen. Eine andere Option ist die Entwicklung zusätzlicher Kapazitäten durch erneuerbare Energien wie Solaranlagen oder Windräder.“

Solaranlagen entlasten das Netz

Für die letztgenannte Option entschied sich der Campingplatz La Ballena Alegre im nordspanischen Sant Pere Pescador. „Wir haben einen neuen Bungalow-Bereich gebaut, in dem jeder Bungalow mit einer Solaranlage und einem Akku zur Speicherung des überschüssigen Stroms ausgerüstet ist“, erzählt Geschäftsführer Alex Trias. „Der Energieüberschuss eines Tages kann so nachts verbraucht werden. Jeder Bungalow verfügt jedoch auch über einen Ladepunkt für ein E-Auto, um den Überschuss zu nutzen. Die 39 Bungalows sind miteinander vernetzt, sodass sie

den Strom teilen. E-Autos können so immer mit grünem Strom aufgeladen werden. Für Gäste, die es eilig haben, gibt es am Eingang eine Schnellladestation.“

„Wir haben diese Lösung entwickelt, weil wir uns Gedanken über das Stromvolumen gemacht haben, das wir zum Laden vieler E-Autos zur selben Zeit liefern müssen“, erklärt Trias seine Wahl für eigene Solaranlagen. „Mit unseren Solarmodulen können wir diesen Service anbieten, ohne dass der Gesamtverbrauch an externem Strom steigt, während es gleichzeitig auch eine Möglichkeit für die Gäste gibt, die ihr E-Auto schneller laden möchten.“

Schnellladestation keine Option

Eine echte Schnellladestation, wie man sie von Autobahnen kennt, ist für einen Campingplatz keine wirkliche Option. Das niederländische Unternehmen Fastned hat sich auf die Installation von Schnellladesäulen spezialisiert und nennt Kosten von ca. 80.000 Euro pro Ladesäule mit einem 50-kW-Anschluss. Für die neueren Schnellladesäulen mit 175 Kilowatt belaufen sich die Kosten auf beinahe das Doppelte. „Abgesehen davon, dass sich diese Investition nur selten lohnt, benötigt man für eine Schnellladestation einen Anschluss an das ‚Medium Voltage Grid‘ mit Voltzahlen zwischen 3 und 30 Kilovolt“, erläutert Fastned-Sprecherin Kyra Hartlief.



Komfortabel einchecken beim Camping & Resort Sangulí (Spanien).

► Fortsetzung von Seite 1

Rezeption in der App

Die Park-App ist eine weitere Option für eine Rezeption. Damit können Gäste im Vorfeld über das Smartphone einchecken.

Es gibt sogar noch weitere Möglichkeiten für das Upselling und Anbieten von Informationen über die Umgebung, die die Arbeitszeit der Rezeptionsmitarbeiter nicht beanspruchen. Ein weiterer Vorteil der App ist es, dass diese auch nach dem Aufenthalt häufig auf dem Smartphone bleibt und zu Marketingzwecken eingesetzt werden kann.

Die Rezeption als Wohnzimmer

Ein Trend, der das genaue Gegenteil zur Ankunft ohne Rezeption darstellt, ist die Rezeption als Wohnzimmer. Dabei wird genug Zeit eingeplant, um Gäste zu begrüßen, während die Wartezeit beispielsweise durch einen bequemen Platz und einen Snack mit Getränk besonders angenehm gestaltet wird. Diese Art des Empfangs erleben Sie unter anderem an

der Rezeption von Camping De Lakens (Niederlande). Der Strandcampingplatz hat seine Rezeption in einen Badestrand verwandelt. Camping & Resort Sangulí (Spanien) versucht, die Wartezeit in luxuriösen Sesseln so angenehm wie möglich zu gestalten. Manche Campingplatzbesitzer entscheiden sich auch für eine Kombination aus Rezeption und Bar – zu den Zeiten, in denen die Rezeption nicht gebraucht wird, kann dieselbe Theke ganz einfach als Bar genutzt werden.

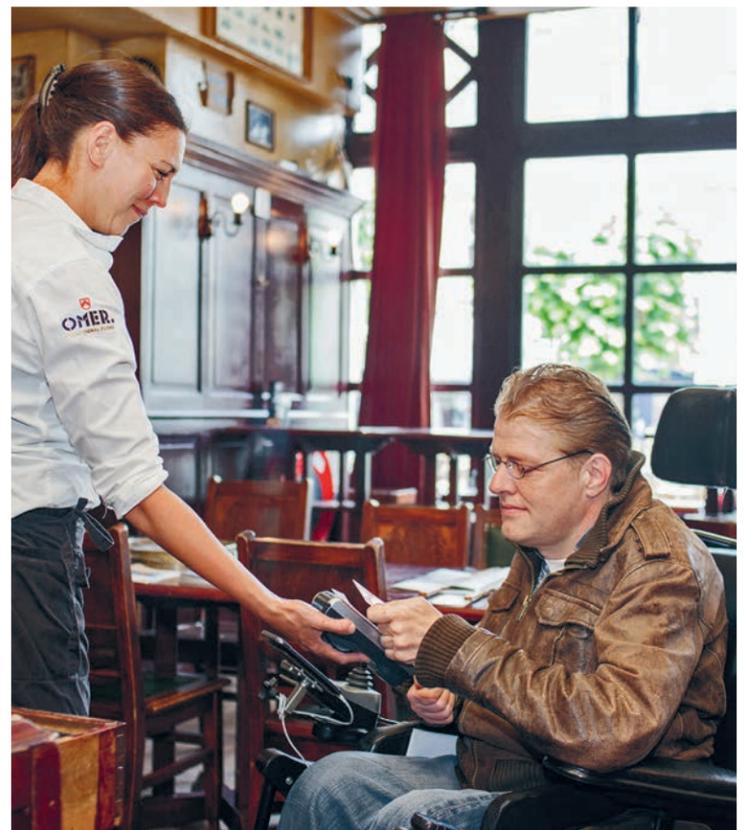
Die Rezeption als Vermittler

Wenn eine standardmäßige Dienstleistung automatisiert wird, entsteht zusätzliche Zeit für andere Funktionen und Upselling. Die Gäste, die häufig noch nicht mit der Umgebung vertraut sind, entscheiden oft an Ort und Stelle, welche Aktivitäten sie während ihres Aufenthalts unternehmen möchten. Aktivitäten im Park oder außerhalb können an der Rezeption beworben werden. Die Gäste bekommen ihre Ideen persönlich durch

einen Empfangsmitarbeiter, über aufgestellte Bildschirme oder – ganz altmodisch – durch ausgelegte Ordner. Der Verkauf von Exkursionen oder Arrangements in der Region kann auf Provisionsbasis erfolgen. Der Rezeption kommt damit immer mehr die Funktion eines Touristenbüros zu.

Die zugängliche Rezeption

In Europa gibt es Vorschriften im Bereich Zugänglichkeit. In Bezug auf die Rezeption sind bauliche Anpassungen erwünscht, die es jedem Gast ermöglichen, die Rezeption in Anspruch zu nehmen. Dazu gehören beispielsweise ein niedrigerer Teil des Empfangstresens für Menschen in Rollstühlen oder auch ein mobiles Kartenlesegerät. Vergessen Sie aber nicht andere Einschränkungen wie visuelle Beeinträchtigungen (ausreichende Beleuchtung, Bereitstellung von Lesebrillen) oder auditive Beeinträchtigungen (Induktionsschleife für Menschen mit einem Hörgerät).



Mobiles Zahlungsgerät für Gäste mit Rollstuhl.



Rezeptionsbereich des Campingplatzes De Lakens (Niederlande).



Liebe Campingplatzbesitzer und -manager,

manche von Ihnen haben schon eine arbeitsreiche Wintersaison hinter sich, während andere Campingplätze ihre Tore erst noch wieder öffnen müssen. Für jeden jedoch ist es spannend, wie die neue Campingsaison verlaufen wird. Der in Nordeuropa und Großbritannien sehr warme und sonnenreiche Sommer 2018 hat in diesen Ländern zu einem spektakulären Anstieg der Übernachtungszahlen geführt. Auf deutschen Campingplätzen betrug der Zuwachs im vergangenen Jahr nicht weniger als 11,3 Prozent. Auch niederländische und skandinavische Campingplätze konnten ansehnliche Wachstumszahlen verzeichnen und sind optimistisch bezüglich der Buchungen für 2019. Ebenso sind die Alpenländer und Frankreich positiv gestimmt, während die Campingplätze im Mittelmeerraum vorsichtigere Prognosen abgeben. Das Wetter im vorigen Jahr hat einiges durch-einandergebracht, die positive

Nachricht ist jedoch, dass sich Camping in ganz Europa einer bisher ungekannten Beliebtheit erfreut. Für ACSI ein Grund für eine große Campingumfrage unter gut 27.000 niederländischen, deutschen, französischen, englischen, spanischen und italienischen Campern. Die wichtigsten Ergebnisse können Sie auf Seite 10 und 11 nachlesen. Marco Walter von ECOCAMPING teilt diesmal als Trendwatcher mit uns seine Beobachtungen: zu den Campern, die zunehmend auf Nachhaltigkeit achten und den Campingplatz als sicheren Hafen in einer unruhigen Welt betrachten. Wie ein Campingplatz mit veränderten Gästevorlieben umgehen kann, lesen Sie in dem Artikel über E-Autos auf dem Campingplatz auf der Titelseite. Dieselben Camper möchten Marco Walter zufolge gerne auf einen Blick sehen können, wo sie einen Platz finden. Genau das ist es, was wir mit ACSI Booking ermöglichen. Damit zeigen wir auf Eurocampings.

eu, CampingCard.com und KleineCampingplaetze.de die Verfügbarkeit auf mehr als 1.000 Campingplätzen, die sofort buchbar sind. Die Inspektoren von ACSI stehen in den Startlöchern, um mit Ihnen die Einrichtungen zu kontrollieren und die Möglichkeiten für das kommende Jahr durchzugehen. Das geschieht dieses Jahr vollständig digital, und auch Sie können fortan im ACSI Campsite Portal vieles selbst regeln und im Blick behalten: eine große Veränderung für Sie und für uns, über die Sie auf Seite 6 und 7 Näheres erfahren. Selbstverständlich stehen wir weiterhin bereit, um Sie bei allem zu unterstützen.

Ich wünsche Ihnen eine erfolgreiche Campingsaison.

Ramon van Reine
CEO

Der Nachhaltigkeit gehört die Zukunft!

Camping ist im Aufwind, Camping gehört die Zukunft! Darüber sind wir uns sicher einig. Schließlich nimmt die Sehnsucht der Menschen nach einem Leben in Harmonie und urwüchsiger Natur stetig zu. Camping kann die perfekte Welt sein, die unsere Alltagswelt zunehmend weniger darstellt. Camping lässt uns neue Dinge erleben, denn auf einem Campingtrip haben Menschen Zeit und sind offen für Neues. Damit hat die kleine Campingwelt die Chance, die große Alltagswelt ein bisschen besser zu machen: ökologischer, sozialer, bewusster.

Die Zukunft des Campens liegt in der Nachhaltigkeit. Campingplätze, die ihre Marktposition behalten oder stärken möchten, investieren in Umweltfreundlichkeit und setzen auf sozialen Zusammenhalt. Engagierte Campingplätze zeigen dies durch ihre Teilnahme an Zertifikatsprogrammen wie Solarmodule, eine Investition in die Zukunft Ihres Campingplatzes. ECOCAMPING oder dem EU Ecolabel.



Campingplätze müssen sich an neue Umstände anpassen,

beispielsweise an die Klimaveränderung, um Orkane, Trockenperioden und Überschwemmungen zu überstehen. Aber auch die zunehmende Diversifikation der Bedürfnisse verdient Beachtung. Durch die Digitalisierung haben Camper die Möglichkeit, einen Campingplatz auszusuchen, der exakt ihren Wünschen entspricht. Zum Beispiel mithilfe von Buchungs- und Bewertungsplattformen, die flexible Preismodelle einführen werden.

Campingplätze werden sich künftig entscheiden müssen, ob sie einen großen Markt bedienen oder sich auf spezifische Zielgruppen ausrichten möchten. So wird etwa der „Gesundheits- und Wohlfühltourismus“ zunehmen. Vegetarier und Veganer bevorzugen natürliche Campinggelände, die ihnen eine gute Versorgung bieten. Menschen mit einer Behinderung suchen einen Campingplatz ohne Barrieren. Hunde- und Katzenliebhaber, begeisterte Radfahrer, Alleinstehende oder E-Auto-Besitzer sind weitere Beispiele für spezielle Zielgruppen, die Sie berücksichtigen könnten.

Menschen, die früher nicht campen gingen, werden durch hochwertige, vorzugsweise nachhaltige Unterkünfte auf Ihren Campingplatz gelockt. Spontane Camper möchten jederzeit einen freien Platz finden können. Dafür benötigt man eine aktuelle Online-Übersicht über alle freien Stellplätze in Europa. Etwas Derartiges wird momentan



Solarmodule, eine Investition in die Zukunft Ihres Campingplatzes.

am Bodensee getestet: Camper können bequem ermitteln, welche Campingplätze am Bodensee heute und morgen noch freie Plätze haben. Damit vermeidet man unnötige Fahrten (Verkehr) und die Enttäuschung, abgewiesen zu werden. Auch die Mitarbeiter des Campingplatzes sparen dadurch Zeit und haben weniger Stress. Es wird also eine Win-Win-Situation für alle geschaffen. Weitere Informationen auf: www.campingleitsystem.de

Der Autor: Marco Walter ist Mitgründer von ECOCAMPING, einer europäischen Initiative für nachhaltigen Campingtourismus. Schon seit 20 Jahren unterstützt er mit seinem Team Campingplätze in ihren Bemühungen um mehr Nachhaltigkeit. Besonders engagierte Campingplätze erhalten die ECOCAMPING-Auszeichnung. Derzeit sind dies mehr als 220 Campingplätze in sechs Ländern: www.ecocamping.de



Rechtsvorschriften und Verordnungen

Genehmigungen und Bauvorschriften



Bauarbeiten bei Falkensteiner Premium Camping Zadar (Kroatien).

Im Dezember 2018 wurde ACSI zusammen mit einigen Verbraucherverbänden von den spanischen Behörden zu einer Anhörung bezüglich der Rechtsvorschriften und Verordnungen für Campingplätze eingeladen. Die katalanische Regierung hatte nämlich im November 2018 einen 18-monatigen Baustopp für neue Campingplätze und Vergrößerungen bestehender Campingplätze angekündigt, da eine auffällig hohe Anzahl von Genehmigungsanträgen für neue Campingplätze eingegangen war. Wie ist die aktuelle Situation, welche Folgen sind zu erwarten und welche bürokratischen Vorschriften gelten für Campingplätze in anderen Ländern?

Die Situation in Katalonien ist außergewöhnlich. Die Regierung möchte die Vorschriften für den Bau neuer und für die Vergrößerung bestehender Campingplätze genauer prüfen. Dies führt verständlicherweise zu Sorgen im Campingsektor. ACSI wurde während der Anhörung zu den Wünschen von Campern aus verschiedenen europäischen Ländern befragt, damit diese Wünsche bei der Entscheidungsfindung berücksichtigt werden können. Ward Wijngaert, Vorsitzender der Associació Càmpings de Girona und Mitglied des katalanischen

Campingplatzverbands, ist beunruhigt. „Die neue Situation schränkt die Investitionsmöglichkeiten für bestehende und zukünftige Campingplätze in Katalonien erheblich ein, sodass wir ernsthaft Gefahr laufen, unsere Spitzenposition in Europa zu verlieren.“ Zusätzlich zu diesen neuen Vorschriften hatte die katalanische Regierung bereits beschlossen, verschiedene Gebiete in der Region als Risikogebiete für Überschwemmungen auszuweisen. Auch damit werden die Möglichkeiten küstennaher Campingplätze, Ausbau- oder Renovierungsvorhaben umzusetzen, in diesen Gebieten eingeschränkt.

Ward Wijngaert ist davon überzeugt, dass die rechtliche Situation in Katalonien momentan schwieriger ist als in anderen Ländern. „Bei unseren Studienreisen zu Campingplätzen in den Niederlanden und Kroatien wurde schnell deutlich, dass die Gesetzgebung in Bezug auf Erweiterungen und den Neubau von Campingplätzen in anderen Ländern, sowohl in Nord- als auch in Südeuropa, flexibler ist.“

Umweltverträglichkeit und Lärmschutz

Christian Günther, Vorsitzender des BVCD, erklärt, dass die Situation auch in Deutschland komplex ist. „Die föderale Struktur des Staates macht Campingplatzeigentümern das Leben nicht leichter. Es gibt 16 Bundesländer und damit 16 verschiedene Landesbauverordnungen. Bezüglich der Campingplatzverordnungen ist die Lage noch differenzierter, da nicht einmal jedes Bundesland eine solche besitzt. Vor allem im Falle von Campingplätzen, die Wohnmobile auf ihrem Gelände unterbringen möchten, sorgt dies für Probleme.“ In den Niederlanden ist die gegenwärtige rechtliche Situation für Unternehmer zeitraubend und teuer. Von der Zusage der Regierung, die Gesetzgebung für Unternehmer zu vereinfachen, merken Campingplatzeigentümer bisher nicht viel. Laut Marcel

Tap von RECRON ist es kostspielig und umständlich, große Umbaumaßnahmen auf Campingplätzen zu realisieren. „Dabei geht es häufig auch um die Änderung von Bebauungsplänen, die Vergabe von Baugenehmigungen und Ähnliches. Zu diesem Zweck müssen Unternehmer regelmäßig zahllose kostspielige (Umweltverträglichkeits-)Studien durchführen lassen (Boden, Lärm, Natur). Aus diesem Grund können bis zum ersten Spatenstich viele Jahre vergehen.“

Bürokratischer Aufwand

Die Hürden für Campingplatzbetreiber in der Gesetzgebung hängen stark vom Umfang und von der Art der Baumaßnahmen ab. Franco Vitali, Vorsitzender des Verbands FAITA Emilia Romagna, ist der Meinung, es seien zu viele Behörden im Genehmigungsverfahren involviert. Dennoch glaubt er, der

bürokratische Aufwand für Campingplätze sei nicht zu extrem. Bis zur Erteilung der Genehmigung für Umbauten vergehen dennoch mindestens zwei Jahre. Laut Franco sei die Situation in Italien jedoch nicht problematischer als in anderen europäischen Ländern.

Campingplätze stoßen überall auf bürokratische Hürden aufgrund von Vorschriften, Verordnungen und Genehmigungen, die die Möglichkeiten und die zeitliche Planung von Baumaßnahmen beeinflussen – nicht nur beim Bau eines neuen Campingplatzes, sondern auch bei der Planung neuer Sanitäreinrichtungen, eines Schwimmbads oder eines Restaurants. Auf Seite 12 in der ACSI Zeit schildern einige Unternehmer ihre Erfahrungen beim Bau eines neuen oder bei der Vergrößerung eines bestehenden Campingplatzes. Dabei berichten sie auch von den Hürden, auf die sie gestoßen sind.



Im Dezember 2018 saßen Vertreter von ACSI mit der katalanischen Regierung an einem Tisch, um über die neuen Vorschriften und Verordnungen für Campingplätze zu sprechen.



Mehr Camper, mehr Ertrag

Die Entwicklung der CampingCard ACSI

Jedes Jahr werden es mehr Camper, die mit der CampingCard ACSI auf die Reise gehen. Zudem wächst die Zahl der Campingurlaube je Kunde. Profitieren Campingplätze, die am CampingCard ACSI-Ermäßigungssystem teilnehmen, von diesen Entwicklungen? ACSI befragt die teilnehmenden Campingplätze jedes Jahr nach deren Meinung und ihren Erfahrungen. Die Umfrageergebnisse der vergangenen Jahre sind sehr positiv.

ACSI gelingt es, mit der CampingCard ACSI-Ermäßigungskarte eine immer noch wachsende Zahl von

Campfern an sich zu binden. Im Jahr 2018 kauften 512.500 europäische Camper einen ACSI CampingCard-Führer

oder ACSI CampingCard & Stellplatzführer: ein Anstieg von 46 % im Vergleich zu 2014. Die Anzahl der Campingplätze im



ACSI CampingCard-Führer stieg in demselben Zeitraum auf 3.330, was einer Zunahme von 22 % entspricht. Folglich wächst die Zahl der CampingCard ACSI-Inhaber viel schneller als die Zahl der teilnehmenden Campingplätze.

Vor- und Nachsaison
Das spiegelt sich auch in den Ergebnissen pro Campingplatz wider. So fragten wir nach der Zahl der CampingCard ACSI-Nutzer in der Vor- und Nachsaison. Lag in der Vorsaison 2014 die durchschnittliche Zahl der Nutzer noch bei 449, so waren es in der Vorsaison von 2018 bereits 471. Die Zahl der Nutzer in der Nachsaison wuchs ebenfalls: von durchschnittlich 254 im Jahr 2014 auf 313 im Jahr 2018. Damit steigt die Zahl der Inhaber einer CampingCard ACSI ebenso wie die Zahl der Gäste mit CampingCard je Campingplatz. Mehr Campingplätze, mehr Gäste und mehr Übernachtungen.

Wir fragten auch nach dem Anteil der CampingCard ACSI-Nutzer, die sich nur dann auf dem Campingplatz aufhalten, wenn der CampingCard ACSI-Preis gilt. 2014 hatten 56,8 % der Campingplätze angegeben, dass CampingCard ACSI-Inhaber nur während des Akzeptanzzeitraums bei ihnen übernachten. 2018 sank dieser Prozentsatz auf 48,6 %. Mehr als die Hälfte der Campingplätze stellen also fest, dass CampingCard ACSI-Camper auch zum Normalpreis bei ihnen übernachten. Die Teilnahme am CampingCard ACSI-Ermäßigungssystem scheint demnach ein gutes Mittel zu sein, um Kunden an einen Campingplatz zu binden.



Kundenbindung

Scharf kalkulierte CPC-Tarife

bei ACSI-Media

In der Online-Marketingabteilung von ACSI und Suncamp holidays haben wir, ebenso wie Sie in der Rolle als Werbetreibender für Ihren Campingplatz, jahrelange Erfahrung auf dem Gebiet des Einkaufs von Online-Werbung. Darunter fallen zum Beispiel Verweise auf Ihre Website via Cost per Click (CPC). Es wird Sie vermutlich überraschen, aber als Online-Marketeer blicken wir mit Neid und Erstaunen auf die niedrigen Klickpreise auf Eurocampings.eu und CampingCard.com.

Um diesen Standpunkt zu untermauern, sollten wir Ihnen erklären, wie wir bei ACSI und Suncamp holidays feststellen, ob eine Online-Kampagne erfolgreich läuft. Wir betrachten dafür mehrere Key-Performance-Indikatoren (KPIs). Unser wichtigster KPI in Bezug auf erfolgte Buchungen ist die Effektive Umsatzbeteiligung (Effective Revenue Share, ERS). Die ERS bezeichnet den Prozentsatz vom Umsatz, der für Marketingkosten aufgewendet wird: Kosten geteilt durch Umsatz. Je niedriger dieser Prozentsatz, desto geringer waren die Anzeigenkosten im Verhältnis zu dem Umsatz, den die Anzeige generiert hat. Bei ACSI bewerten wir eine Kampagne als erfolgreich, wenn die ERS niedriger als 8 %

Sinnvolle Messungen

Zur korrekten Ermittlung einer Kampagnen-Rentabilität ist das richtige Messverfahren unabdingbar. Wir empfehlen für Ihre Webseite Google Analytics oder ein anderes Analyse-Tool. Weitere Informationen dazu auf acsi-media.com, oder fragen Sie Ihren Webdesigner.



ist. Bleibt die ERS unter 8 %, dann ist unser Budget grenzenlos: Den entstehenden Kosten sind buchstäblich keine Grenzen gesetzt, weil diese entsprechenden Umsatz einbringen.

Konversionsrate

Wir wissen von Campingplätzen, dass sie über CPC auf Eurocampings.eu und CampingCard.com eine Konversionsrate von einem Prozent erzielen. Das beinhaltet, dass eine von 100 Personen, die den Link auf die Campingplatz-Website anklicken, eine Buchung tätigt. Bei einem ACSI-CPC von beispielsweise 23 Cent bedeutet dies, dass eine Buchung 23 Euro kostet. Bei einer Buchungssumme von 600 Euro beträgt die ERS 3,8 %. Ein echtes Spitzenresultat, wenn Sie uns fragen.

Campingplatzbezogene Klicks kosten uns bei Google Ads durchschnittlich 44 Cent pro Klick. Der CPC bei Zoover (niederländisches Bewertungsportal) liegt zwischen 35 Cent und einem Euro. Wir erzielen über unsere Kampagnen dort eine Konversionsrate von 0,5 %, aber unser durchschnittlicher Buchungsbetrag liegt mit 950 Euro etwas höher. Das bedeutet, dass wir eine ERS von 7 % bis 10 % erzielen. Sie werden verstehen, dass diese ERS intern Diskussionen auslöst. Es wäre schön, wenn es für die Werbung für unsere Produkte vergleichbare Sites wie Eurocampings.eu und Campingcard.com gäbe, auf denen wir auch zu solch günstigen CPC inserieren könnten. Und das mitten in der passenden Zielgruppe.

ANZEIGE

Discovery 300/500

Modellen:
300 - 2 Personen
500 - 4/5 Personen

Ein einmaliges Campingerlebnis für Gäste auf Ihrem Festival, Event oder Campingplatz? Mit dem Discovery-Tipi können Sie dieses Erlebnis anbieten! Das Discovery ist ein Tipi aus hochwertiger „Ten Cate KD“-Zeltplane. Ihr Tipizelt kann jederzeit nach dem von Ihnen gewünschten Design gestaltet werden. Lassen Sie sich überraschen!

www.redazeilmakerij.nl - T +31 342 473 351

Digitalisierung der Cam

In Kürze werden sich 340 ACSI-Inspektorinnen und -Inspektoren auf den Weg machen, um über 10.000 Campingplätze in ganz Europa zu besuchen und in Augenschein zu nehmen. Sie kommen auch auf Ihren Campingplatz, kontrollieren, ob sich etwas verändert hat und besprechen das mit Ihnen durch. Dabei werden auch die Werbemöglichkeiten angesprochen, mit denen Ihr Platz innerhalb der ACSIMedien mehr Aufmerksamkeit ziehen kann – mit dem Ziel, dass möglichst viele Camper Ihren Platz besuchen. Der Besuch der Inspektoren wird in diesem Jahr anders verlaufen als bisher. Wir möchten Sie hier über die Veränderungen informieren.

Mit zwei neuen Portalen (dem Inspector Portal und dem Campsite Portal) hat ACSI Plattformen geschaffen, von denen sowohl die Campingplätze als auch die Inspektoren und ACSI profitieren sollen. In diesen Online- und Offline-Umgebungen können Informationen effektiver, präziser und sicherer verarbeitet werden. Eine gute Perspektive für alle Beteiligten, aber was heißt das für Sie als Campingplatzbesitzer genau?

Inspector Portal

Die ACSI-Inspektoren haben jahrelang die Kontrollergebnisse aller Campingplatz-Einrichtungen auf Papier festgehalten. Der Laptop mit dem Inspector Portal wird ihnen diese Aufgabe erleichtern und die Datenqualität verbessern. Bei dem Gespräch mit Ihnen auf dem Campingplatz wird der Inspektor seinen Laptop so wenig wie möglich nutzen. Es geht schließlich um den Informationsaustausch mit Ihnen, beispielsweise um neue Einrichtungen und Änderungen an bestimmten



Anlagen sowie die Erfassung Ihrer Wünsche. Diese Details werden so weit wie möglich auf Papier erfasst und anschließend vom Inspektor selbst digital verarbeitet. Um der Sorgfalt willen können wir nicht ganz darauf verzichten, dass der Inspektor mit Ihnen auf dem Laptop die eventuellen Wünsche im Bereich der verschiedenen Werbemaßnahmen bei ACSI festhält: Werbeanzeigen in den Campingführern, CampingCard ACSI, Mediapakete, CPC oder ACSI Booking.

Papierverträge verschwinden

In der Vergangenheit ist es gelegentlich passiert, dass Papierverträge nicht vollständig oder dass nach Änderungen verschiedene Fassungen im Umlauf waren. Das

war lästig, sowohl für Sie als auch für die Redaktion – und enthielt immer wieder Fehlerquellen. Wenn wir die gewünschte Werbung digital festhalten, können wir präziser arbeiten. Vor diesem Hintergrund wären wir Ihnen dankbar, wenn der Inspektor Ihr WLAN nutzen dürfte. Er gibt die gewünschte Werbung bei Ihnen im Büro, an der Rezeption oder

auf einer ruhigen Terrasse digital ein. Anschließend erhalten Sie von uns eine E-Mail mit einem Link, der eine sichere Umgebung öffnet (Abbildung 1). Hier finden Sie die Auftragsbestätigung, auf der Sie Einblick in die gesamte von Ihnen gewünschte Werbung erhalten (Abbildung 2). Nur Sie als Zeichnungsbefugter können mithilfe eines Verifizierungscode

Ihre Zustimmung erteilen. Den Verifizierungscode senden wir Ihnen gesondert auf Ihr eigenes Mobiltelefon (Abbildung 3). Ihre Mobilnummer wird von ACSI ausschließlich für die Zusendung dieses Verifizierungscode genutzt.

Elektronische Signatur

Dieses Verfahren mit Verifizierungscode läuft über Evidos, eine Plattform, die mit den höchsten Sicherheitsstandards arbeitet, z.B. SOC und ISO 27001 (Abbildung 4). Die elektronische Signatur und die digitale Identifizierung erfüllen die Anforderungen der europäischen eIDAS-

1



Um alle Vereinbarungen, die im Vertrag festgehalten wurden, einsehen zu können, klicken Sie hier. Anschließend können Sie Ihre digitale Unterschrift einfügen.

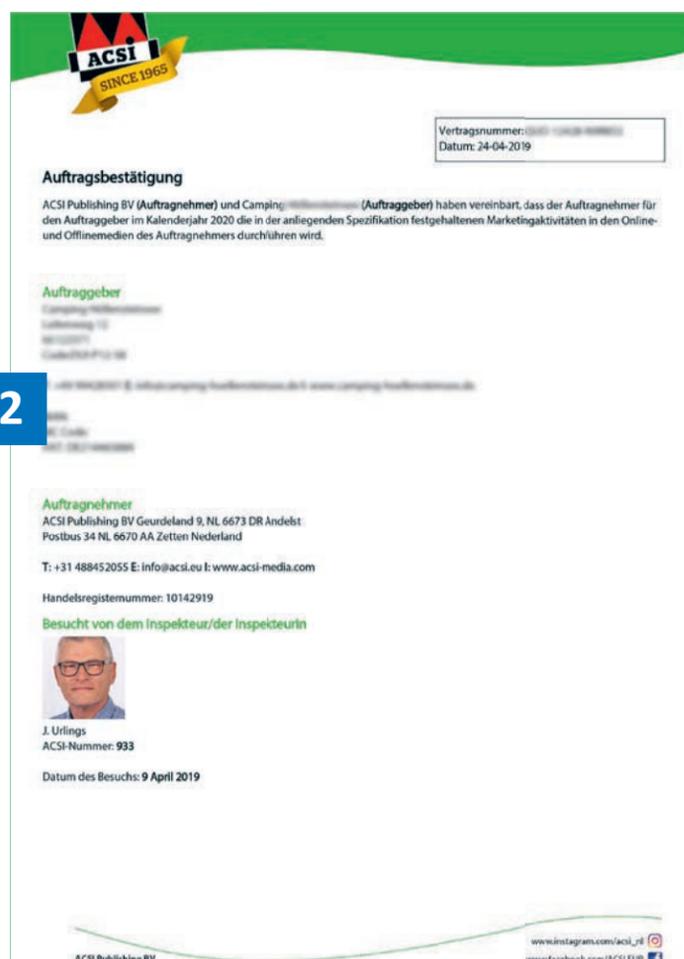
Klicken Sie hier, um das Dokument „Auftragsbestätigung“ anzuschauen und bei Zustimmung digital zu unterzeichnen.

Das Dokument steht bis zum 4.5.2019 zu Ihrer Verfügung.

Nachdem das Dokument „Auftragsbestätigung“ digital unterzeichnet ist, erhalten Sie eine E-Mail mit dem unterzeichneten Dokument.

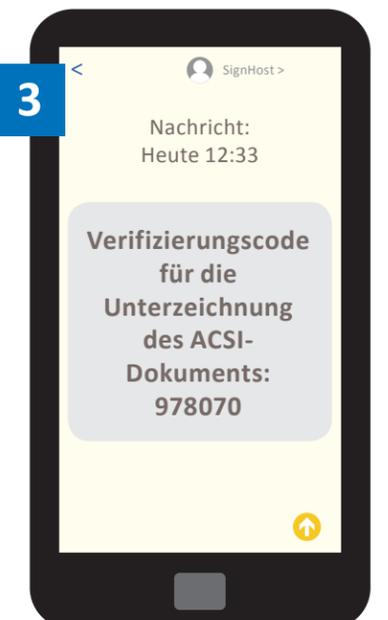
Link zu einer sicheren Umgebung.

2



Bestätigung der gewünschten Werbung.

3



Den Verifizierungscode erhalten Sie auf Ihr Mobiltelefon.

So stellen Sie **Camper mit Hund** zufrieden

Insgesamt 24 Prozent der CampingCard-Nutzer fahren mit Hund in Urlaub – am liebsten in die Natur, weil ihnen dort viel Platz und Freiheit geboten wird. Es gibt Campingplätze, die alles daran setzen, Hundebesitzer zufriedenzustellen, beispielsweise mit Hundewellness oder einem eigenen Hundestrand. Wir zeigen Ihnen einige Beispiele für das ultimative Hundeparadies und geben Tipps, worauf Hundebesitzer bei der Wahl eines Campingplatzes achten.

1. Camping Slatina, Kroatien

In den Sommermonaten ist auf dem Campingplatz ein Hundetrainer vor Ort, der verschiedene kostenfreie Trainings anbietet. An ihn können sich Hundebesitzer auch wenden, wenn ihr Vierbeiner Verhaltensprobleme aufweist. Der Campingplatz will auf diese Weise dafür sorgen, dass Camper mit und ohne Hund ihren Urlaub harmonisch miteinander verbringen. Über den ganzen Campingplatz verteilt gibt es verschiedene Bereiche, in denen man mit Hund Gassi gehen kann bzw. wo die Vierbeiner frei herumlaufen können. Auch am Strand gibt es einen eigenen Abschnitt, an dem Hunde schwimmen dürfen.

2. Tiliguerta Camping Village, Italien

Im Sommer werden Hundeshows veranstaltet und es gibt einen speziellen Strand, wo die Hunde rennen, spielen und schwimmen dürfen. Der Tiliguerta Dog Beach ist vollkommen auf Hunde eingestellt: Es gibt Sonnenschirme und Strandliegen, Trinknapfe, Spielzeug fürs Bad im Wasser, eine Hundedusche, einen Tierarzt, Hundesitter, eine Hundetrainerin und Snacks. Man erhält Zugang zum Strand gegen Vorlage des Europäischen Hundepasses (EU-Heimtierausweis) oder eines Impfnachweises. Das Tiliguerta Camping Village liegt auf Sardinien.



Hondenpark Union Lido (Italien).

3. Camping Bestmenerberg, Niederlande

Auf diesem Campingplatz in den Wäldern des Vechtetales (Provinz Overijssel) darf man bis zu vier Hunde gratis mitbringen. Hier finden sich unzählige Einrichtungen: Man kann beispielsweise eine Umzäunung für den Stellplatz mieten, es gibt eine Hundedusche und ein Hundespielfeld, wo die Tiere frei herumlaufen dürfen. Sogar ein Ort, an dem Hunde betreut werden, während ihr Herrchen oder Frauchen ein Bad im Schwimmbad nimmt, ist vorhanden. Und im Hundezentrum Wraf kann man mit dem eigenen Vierbeiner an Kursen, Trainings oder speziellen Aktivitäten teilnehmen.

4. Union Lido, Italien

Union Lido in Cavallino (Venetien) eröffnete 2016 ein spezielles Dog Camp mit 220 Stellplätzen und zahlreichen Einrichtungen für die Vierbeiner. So können Camper ihr Haustier mit Hundewellness verwöhnen, einem leckeren Drink in der Dog Bar, einem erfrischenden Bad im Dog Pool oder einer

Runde Spielen am Dog Beach. Möchte man als Hundebesitzer Urlaub vom Gassigehen nehmen, nimmt der Dogsitter den Hund mit auf einen Spaziergang. Für Notfälle gibt es den Hundedoktor bzw. die Hunde-Ambulanz.

5. Recreatiepark Samoza, Niederlande

Nach einem Spaziergang durch die Wälder der Veluwe kann der Hund vermutlich eine Dusche gut gebrauchen. Speziell dafür bietet der Campingplatz eine Hundedusche, die den Campern gratis zur Verfügung steht. Bis zu vier Hunde dürfen sie kostenfrei mitbringen, zudem können sie an den Aktivitäten des Hundezentrums Wraf teilnehmen, beispielsweise einem Fotoshooting oder einem Geschicklichkeitstraining. Der Campingplatz veranstaltet regelmäßig Hundetage mit speziellen Aktivitäten für Hunde und ihre Herrchen bzw. Frauchen.

6. Camping Lanterna, Kroatien

Das Lanterna Premium Camping Resort im kroatischen

Istrien beherbergt das Happy Dog Premium Village, das vollkommen auf Haustiere ausgerichtet ist. Die Einrichtungen sind vielfältig: von Hundemassage und -wellness über eine Bar mit speziellem Hundebier, ein

separates Hundefeld und eine Hundedusche bis zu einem hundefreundlichen Strand. Zudem besteht die Möglichkeit, in diesem Themendorf in einem der 18 modern eingerichteten Camping Homes zu übernachten.

Punkte, auf die Hundebesitzer achten

- Hundebesitzer suchen oft nach einem Campingplatz in naturnaher Umgebung, in der sie mit ihrem Vierbeiner spazieren gehen können.
- Für Hundebesitzer sind schattenreiche Plätze immens wichtig – auf jeden Fall in heißeren Regionen, wo für den Hund die Gefahr der Überhitzung lauert.
- Nicht alle Hunde sind gleichermaßen sozial gegenüber ihren Artgenossen oder Menschen. Daher ist es für Hundebesitzer hilfreich, wenn sie ihren Platz einzäunen können. Die meisten Camper bringen selbst eine Umzäunung mit, aber es ist sehr willkommen, wenn der Campingplatz diesen Service anbietet.
- Es ist für Hundebesitzer wichtig, die Regeln zu kennen, die auf dem Campingplatz und im Land ihrer Wahl gelten. Die Regeln für Hunde sollten deshalb deutlich auf der Website des Campingplatzes angegeben sein.
- Hundeliebhaber wählen am häufigsten einen Campingplatz, der in der Nähe des Meeres, eines Sees oder Flusses liegt.
- Hundebesitzer stehen lieber nicht in der unmittelbaren Nähe von Kindern oder Einrichtungen für Kinder.



Recreatiepark Samoza (Niederlande).



Tiliguerta Camping Village (Italien).

Die Spinne im Netz

Property Management System

Die Abwicklung von Buchungen über die Website, die automatische Steuerung der Schranke, die sekundenschnelle Ausfertigung von Rechnungen für abreisende Gäste: Ein Property Management System (PMS) kann Ihnen viel Arbeit abnehmen. Wie das genau funktioniert und welche neuen Anwendungen es gibt, möchten wir Ihnen hier vorstellen.

Für Camper ist es völlig normal, dass ein Campingplatz eine Website hat, dass sie dort einen Eindruck von der Atmosphäre und dem Angebot gewinnen können, dass sie erfahren, ob in einem bestimmten Zeitraum ein Platz frei ist und dass sie dort buchen können. Oft sind Camper nicht einmal mehr überrascht, dass sich eine Schranke automatisch öffnet, wenn sie am Campingplatz eintreffen, und dass sie bereits wissen, welchen Stellplatz sie ansteuern müssen. Bei der Abreise wird auf Knopfdruck die Rechnung, einschließlich der Kosten für den Stromverbrauch, erstellt. Natürlich ist dann gleichzeitig schon alles in die Buchhaltung des Campingplatzes eingepflegt, die Bitte an den Gast, eine Bewertung zu posten, wird automatisch verschickt und er erhält einige Monate nach seinem Aufenthalt ein attraktives Angebot für die nächste Saison. Was Camper nicht wissen, ist, was hinter den Kulissen geschieht bzw. was ein Property Management System (PMS) und ein Channel Manager eigentlich leistet. Für viele Profis aus der Campingwelt ist das eine Selbstverständlichkeit, für andere Campingplatzbesitzer dagegen eine unbekannte Welt.

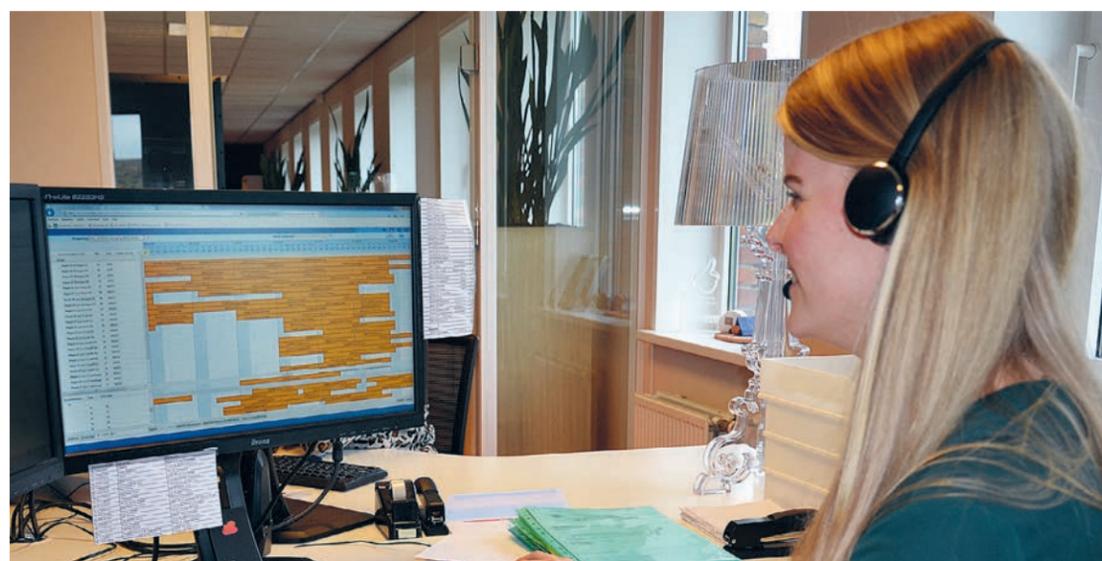
Dynamic pricing

Ursprünglich bestand die primäre Funktion eines Property Management Systems in der möglichst günstigen Verteilung der Gäste auf dem Campingplatz.

Heute sind Buchungs-, Vertriebs- und Marketingtools die wichtigsten Elemente eines PMS. Das reicht von verschiedenen Buchungswidgets/-funnels bis hin zur Integration von Google Ads. Die neueste Erweiterung ist die Möglichkeit zum sogenannten Dynamic Pricing (bei dem die Preise vom Zeitpunkt der Buchung abhängig sind) und zum Revenue Management (Tools, die eingesetzt werden, um so oft wie möglich automatisch den höchstmöglichen Preis zu

Muster, das Land des Kunden und alles Weitere, was Einfluss auf die Buchungen hat, beispielsweise auch das Wetter. Techniken wie diese sind im Flugverkehr und der Hotelindustrie bereits seit Langem üblich. Phobs bietet diese Art Tools schon seit einigen Jahren an, Master hat das Revenue Management gerade erst eingeführt.

Ein großer Schwerpunkt liegt auf dem Marketing. Property Management Systeme fügen immer wieder neue Tools hinzu



Verwendung eines PMS für die Verarbeitung einer telefonischen Buchung. Ein Property Management System kann einem viel Arbeit abnehmen.

erzielen: Das System versucht zu jedem Zeitpunkt, an dem Camper buchen möchten, den „optimalen“ Preis herauszufinden). Immer mehr Property Management Systeme unterstützen heute Dynamic Pricing. Revenue Management läuft darauf hinaus, dass die Preise jedes Mal ein wenig erhöht werden, solange die Anzahl der Buchungen und die Buchungsbeträge nicht sinken. Wenn die Ergebnisse rückläufig werden, werden die Preise jedes Mal ein wenig gesenkt, bis die Ergebnisse wieder steigen. In einem Revenue Management Tool werden auch die historischen Buchungsdaten berücksichtigt, ebenso wie das jahreszeitliche

oder integrieren Lösungen von Partnern. So arbeitet Tommy mit einem Partner zusammen, der Kartenmaterial anbietet, und führt mehrere gebrauchsfertige Buchungswidgets. Zudem wird stetig daran gearbeitet, mehr Hardware-Verknüpfungen zu ermöglichen. Stratech integriert externe Kassensysteme und Erdmann Edv Service ein Restaurantsystem.

Alles in der Cloud

Viele PMS-Anbieter beschränkten sich zunächst auf andere Unterkunftsformen, häufig Hotels, bevor sie Campingplätze mit aufgenommen haben. Aber auch der umgekehrte Weg ist bekannt: Erdmann Edv Service begann als Anbieter eines Campingplatz-PMS und hat sein Angebot später auf andere Beherbergungsformen ausgeweitet. Vor dem Internet-Zeitalter liefen PMS ausschließlich lokal auf dem Campingplatz. Später wurden die Daten an einen zentralen Server des Anbieters gesendet. Die Speicherung auf zentralen Servern machte es möglich, den Campingplatz im Internet zu buchen. Inzwischen wird so viel wie möglich in der Cloud gespeichert, und viele PMS funktionieren bereits vollständig webbasiert. Größere Campingplätze mit gekoppelter Hardware wählen oft eine Kombination aus lokaler Speicherung (für die Steuerung von Schranken, Kassen

etc.) und der Cloud (für die Buchungsdaten).

Unterschiede je nach Land

Auffällig sind die großen Unterschiede in Europa, wenn man die Anteile der Campingplätze, die ein PMS verwenden, und die Größe der Property Management Systeme pro Land betrachtet. In Spanien beherrschen zwei große Anbieter den gesamten Markt: Mastercamping und Sequioasoft (Thelis). In Italien ist der Markt stark fragmentiert. Frankreich hat als größtes Campingland auch die größten Property Management Systeme: Sequioasoft (Thelis) und Inaxel. Zahlenmäßig sind die beiden Marktführer in Frankreich auch Marktführer in Europa. In Deutschland arbeiten noch relativ wenige Campingplätze mit einem PMS, aber hier wächst die Anzahl schnell. Dominant sind hier CompuSoft, Easycamp und Erdmann Edv Service. Auch in den Niederlanden haben die meisten Campingplätze ein PMS. Die größten Anbieter sind Stratech und AICN (mit u.a. Tommy 2.0). In Kroatien ist Phobs vorherrschend, aber bei Phobs handelt es sich nicht um ein PMS. Der Anbieter selbst bezeichnet Phobs als „Virtual Sales Office“, ein System, das Campingplätze bei der Verwaltung und Optimierung ihrer Buchungen und Erträge umfassend unterstützt. Darüber hinaus fungiert es als Channel Manager zu den

Campingplatz-Verwaltung ohne PMS

Ein PMS kostet Geld, das ist für manche Campingplätze der wichtigste Grund, weiterhin alles „von Hand“ zu machen. Solange ein Campingplatz noch nicht online gebucht werden kann, ist dies möglich, aber Camper erwarten inzwischen, rund um die Uhr buchen zu können. Für Campingplätze, die eine buchbare Site haben und an Buchungswebsites wie denen von ACSI teilnehmen möchten, ist es fast unumgänglich, mit einem PMS zu arbeiten. Der Campingplatz gewinnt damit allerdings auch viel zusätzliche Produktivität: Ein Großteil der telefonischen Nachfragen zu freien Plätzen und anfallenden Kosten bleibt dadurch aus. Und Kunden, die keine Reservierung haben, können vorab nachsehen, ob noch ein Platz frei ist, beispielsweise auf einer der Websites von ACSI.

Buchungsplattformen. Phobs ist allerdings mit 20 Property Management Systemen gekoppelt.

Marktneulinge

Das PMS zu wechseln, ist nicht einfach. Dennoch geschieht es regelmäßig, und immer wieder kommen neue Anbieter und Produkte auf den Markt, die für kleinere Campingplätze erschwinglich sind. So gelingt es Marktneulingen wie Inaxel, Camping.Care und Booking Experts, relativ viele Campingplätze an sich zu binden. Das gilt auch für neue Produkte bekannter Vertreter aus der PMS-Welt, wie das Programm Tommy 2.0 von AICN. Der Trend geht in Richtung eines höheren Benutzerkomforts und solcher Konzepte, die wenig Support erforderlich machen, sodass einem Campingplatz für diese Dienstleistungen möglichst wenig Kosten entstehen. Gute Integrationsmöglichkeiten mit beliebten Softwarepaketen – zum Beispiel Buchhaltungs-, CRM- und Mailsoftware – sind unverzichtbar.

Die Rolle von Channel Managern

Für das Ziel, zu möglichst geringen Kosten möglichst viele Buchungen zu erhalten, spielt auch das sogenannte Channel Management eine Rolle: die Möglichkeit, für jeden Kanal (z.B. ACSI Booking) und jede Art Stellplatz bzw. Mietunterkunft festzulegen, welches Angebot über den betreffenden Kanal laufen darf. Viele Property Management Systeme haben eine eingebaute Channel-Manager-Funktion wie auch Verknüpfungen mit externen Channel Managern. Beispiele sind der Ctoutvert Channel Manager (gut 30 erschlossene PMS und Channel Manager), Phobs (90% des kroatischen Marktes), Nextpax (Tommy, Maxxton), Qenner (Stratech, Maxxton) und Siteminder (Mastercamping). Manche Channel Manager sind auch untereinander verbunden.

Name	Url	Wichtigste Märkte
AICN / Tommy 2.0	www.aicn.nl	Niederlande
Booking Experts	www.bookingexperts.nl	Niederlande
Camping.Care	camping.care	Niederlande, Deutschland, Italien
CompuSoft	www.compuSoft.dk	Dänemark, Deutschland
Easycamp	www.easycamp.info	Deutschland, Oostenrijk, Italien
Erdmann Edv Service	www.erdmann-edv-service.de	Deutschland
Inaxel	www.inaxel.com	Frankreich
Master Camping	www.mastercamping.com	Spanien
Maxxton	www.maxxton.com	Niederlande, Belgien
Sequioasoft (Thelis)	camping.sequioasoft.com	Frankreich, Spanien
Stratech	www.stratech.nl	Niederlande, Belgien, Luxemburg
Ctoutvert	www.ctoutvert.com	Mehrere Länder
Phobs	www.phobs.net	Mehrere Länder
Qenner	qenner.com	Mehrere Länder
Nextpax	nextpax.com	Mehrere Länder
Siteminder	www.siteminder.com	Mehrere Länder



Europäer lieben Camping

In welches Land fährt man 2019 zum Campen? Worüber ärgern sich Campinggäste am meisten? Und welche Art Campingplatz ist am beliebtesten? Diese und andere Fragen haben wir niederländischen, deutschen, englischen, französischen, spanischen und italienischen Campern vorgelegt.

Wir Europäer lieben Camping. Das fällt vor allem im Sommer auf, wenn Reisemobile, Wohnwagen und Autos mit vollgeladenen Dachgepäckträgern über die europäischen Autobahnen rollen – auf dem Weg zu einem Campingplatz in der Sonne. ACSI verkauft nicht umsonst Campingführer und andere campingspezifische Produkte in ganz Europa. Dadurch kennen wir viele europäische Camper. Dennoch war es unserer Meinung nach an der Zeit, sie noch besser kennenzulernen, und so haben wir sie dazu befragt, wie sie am liebsten campen. Über unsere europäischen Websites (Eurocampings.eu, CampingCard.com und KleineCampingplaetze.de) haben wir zahlreiche Camper erreicht, die sich an der großen Internationalen ACSI-Campingumfrage beteiligt haben. Die Befragung wurde in zwei Teilen durchgeführt: 18.683 Camper haben den ersten Teil des Fragebogens ausgefüllt, 9.130 Camper den zweiten Teil. Nun möchten wir Ihnen die auffällig-

sten Ergebnisse mitteilen. Die Befragten in Teil 1 der Untersuchung waren im Durchschnitt 54 Jahre alt, 56 % von ihnen sind männlich und 62 % campen in der Form „2 Erwachsene ohne Kinder“. Das Durchschnittsalter der Befragten in Teil 2 war 57 Jahre, von ihnen sind 59 % männlich und es campen 69 % in der Konstellation „2 Erwachsene ohne Kinder“.

Erholung im eigenen Land

Eine auffällige Gemeinsamkeit der verschiedenen Nationalitäten besteht darin, dass die Mehrheit 2018 überwiegend im Heimatland gecamppt hat. Nur die Engländer campten 2018 mehr in Frankreich als zu Hause. Auch bei ihren Plänen für 2019 gaben sie Frankreich den Vorzug gegenüber ihrem eigenen Land.

Entfernung

Die Niederländer fahren von allen Nationalitäten die meisten Kilometer, um ihr Campingziel zu erreichen. Mehr als die Hälfte der niederländischen Camper reist



über 1.000 Kilometer bis zum Campingplatz. Spanier bleiben am nächsten an der Heimat: 55 % von ihnen reisen nicht weiter als 500 Kilometer.

Vorlieben

Deutsche Camper bevorzugen Campingplätze, die direkt am Meer liegen (73 %). Sie wählen bedeutend häufiger einen Campingplatz an der Küste als andere Nationalitäten. Kleine Campingplätze sind am popu-

lärsten bei Niederländern (63 %) und Engländern (62 %). Spanier dagegen begeben sich am liebsten in die Natur (56 %).

Bevorzugte Campingausrüstung

Das Reisemobil ist eindeutig auf dem Vormarsch. Bei den Franzosen ist das Reisemobil (53 %) weitaus beliebter als der Wohnwagen (27 %). Ähnlich sind die Vorlieben auch bei den Italienern verteilt. Dort campen 57 % mit dem Wohnmobil und

nur 16 % mit Wohnwagen oder Zelt (21 %). Neben Franzosen und Italienern nutzen auch englische Camper stärker Reisemobile (46 %) als Wohnwagen (28 %). Allerdings ist die Verwendung eines Zelts unter Engländern immer noch sehr beliebt: 20 % der Engländer zelten. Deutsche Camper sind hin- und hergerissen: Die Zahl der Befragten mit einem Wohnmobil (43 %) und mit einem Wohnwagen (46 %) ist fast gleich groß.

DIE TOP 5 DER CAMPINGZIELE DER NIEDERLÄNDER

	2018	2019
1	Niederlande	Niederlande
2	Frankreich	Frankreich
3	Deutschland	Deutschland
4	Belgien	Italien
5	Italien	Spanien



Der niederländische Camper campst 2019 immer noch am liebsten in den Niederlanden oder Frankreich. Daneben gewinnt Spanien an Beliebtheit und erhält einen Platz unter den Top 5 – und verdrängt damit Belgien aus dieser Liste.

DIE TOP 5 DER CAMPINGZIELE DER DEUTSCHEN

	2018	2019
1	Deutschland	Deutschland
2	Italien	Italien
3	Österreich	Frankreich
4	Frankreich	Österreich
5	Niederlande	Kroatien



Der deutsche Camper bevorzugt 2019 Camping in Frankreich gegenüber Österreich, und Kroatien nimmt in der Top 5 der Campingziele 2019 den letztjährigen Platz der Niederlande ein.

DIE TOP 5 DER CAMPINGZIELE DER ENGLÄNDER

	2018	2019
1	Frankreich	Frankreich
2	England	England
3	Spanien	Spanien
4	Deutschland	Italien
5	Italien	Deutschland



Der englische Camper verbringt seinen Urlaub sowohl 2018 als auch 2019 lieber in Frankreich als im eigenen Land. Italien erweist sich 2019 als beliebter und liegt in der Top 5 vor Deutschland.

DIE TOP 5 DER CAMPINGZIELE DER FRANZOSEN

	2018	2019
1	Frankreich	Frankreich
2	Spanien	Spanien
3	Italien	Italien
4	Deutschland	Deutschland
5	Belgien	Belgien



Der französische Camper bleibt seinen Lieblingszielen von 2018 treu: Die Top 5 ist 2019 im Vergleich zu 2018 unverändert.



Möchten Sie die europäischen Camper noch besser verstehen? Wie ist beispielsweise deren Meinung zu FKK-Campingplätzen? Was wird im Campingurlaub gegessen? Welche Lebensmittel nehmen Camper von zu Hause mit? Wofür nutzen sie das Internet auf dem Campingplatz? Der vollständige Umfragebericht steht unter www.eurocampings.nl/kampeerderzoek zum Download bereit.

Der größte Schrecken der Camper

Camper aller Nationalitäten sind sich einig, wenn es um das größte Ärgernis auf dem Campingplatz geht. Das ist in jedem Fall eine schmutzige Toilette oder Dusche. Daneben fällt auf, dass südeuropäische Camper (Spanier, Italiener und Franzosen) sich doppelt so viel über schlechtes Wetter in den Ferien ärgern wie die anderen Nationalitäten (Niederländer, Deutsche und Engländer). Insbesondere die Südländer legen also offenbar Wert auf schönes Wetter beim Campen.

Es gibt jedoch auch Arbeiten auf dem Campingplatz selbst, die Camper als lästig empfinden. An erster Stelle steht unter den Campern verschiedener Nationalitäten das Reinigen der (chemischen) Toilette. Italiener allerdings betrachten die Vorbereitung der Campingausrüstung als unangenehmste Arbeit (35 %). Im Urlaub einkaufen gehen? Das ist von allen Nationalitäten den Franzosen am lästigsten.

Bewertungen

Camper legen Wert darauf, die Meinung anderer Camper zu einem Campingplatz zu erfahren. Die meisten Camper lesen Campingplatz-Bewertungen anderer. Vor allem Spanier lassen sich offenbar von diesen Informationen lenken. 64 % von ihnen lesen häufig oder immer die Bewertungen anderer Camper zu einem Campingplatz. Von allen Nationalitäten interessieren sich die Franzosen am wenigsten für die Meinung anderer. Die wichtigsten Themen bei einer Campingplatz-Bewertung sind für die meisten Nationalitäten die Sanitäreinrichtungen und die Hygiene. Die Umgebung und das Preis-Leistungs-Verhältnis sind ebenfalls Themen von Interesse.

ACSI Widgets

Zeigen Sie den Besuchern Ihrer Website, dass Sie Wert auf Qualität legen

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

Ein Widget ist ein kleines grafisches Element, das sich problemlos auf Ihrer Website integrieren lässt und nützliche Informationen für die Websitebesucher enthält. Zum Beispiel das ACSI-Logo oder die durchschnittliche Punktzahl, mit der Camper Ihren Platz auf unseren Websites bzw. in unseren Apps bewerten.

Ein Gütezeichen, das Millionen Camper erkennen

Das Logo von ACSI steht für Qualität und wird von Millionen Campern in ganz Europa als Gütezeichen erkannt. Ein ACSI-Logo auf Ihrer Website zeigt Ihren Besuchern, dass Ihnen die wertvolle Zusammenarbeit mit ACSI wichtig ist. Das weckt bei Ihren künftigen Gästen Vertrauen.

Drei Arten von Widgets stehen zum Download bereit:

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

Weitere Informationen auf www.eurocampings.nl/widget

1. Bewertungs-Widget

Zeigen Sie die Bewertungsnoten echter Camper. Sie dürfen stolz darauf sein!

Bewertungs-Widget auswählen

2. Logo-Widget

Zeigen Sie, dass Sie mit uns zusammenarbeiten!

Logo-Widget auswählen

3. Inspektions-Widget

Heben Sie hervor, dass Ihr Campingplatz jedes Jahr von uns inspiziert wird!

Inspektions-Widget auswählen

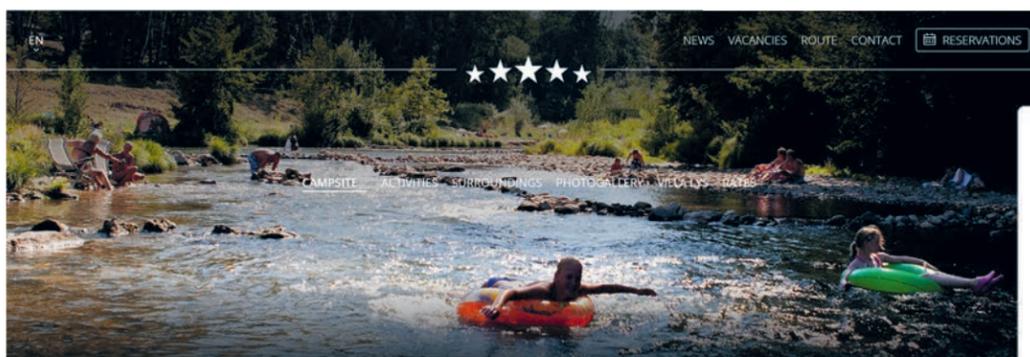
ACSI Widgets:

- ✓ Ganz einfach zusammenzustellen
- ✓ Leicht auf Ihrer Website zu integrieren
- ✓ Hoher Aufmerksamkeitswert für Besucher
- ✓ Zeigt, dass Sie mit ACSI zusammenarbeiten

Zeigen Sie, wie Ihr Campingplatz bewertet wird Neben dem ACSI-Logo sind die Bewertungen Ihres Campingplatzes für künftige Campinggäste von

Interesse. Indem Sie die ACSI-Bewertungspunktzahl auf Ihrer Website präsentieren (mit einem Link zu den Bewertungen), helfen Sie Gästen, sich für Ihren Campingplatz zu entscheiden.

Stellen Sie kostenlos Ihr eigenes Widget zusammen Die Verwendung der Widgets kostet Sie nichts, und sie lassen sich im Handumdrehen zusammenstellen.



CAMPSITE

UNIQUE

La Belle is a terraced camp site positioned next to a wooded hillside and set in 36 hectares of grounds. The site can only be accessed along a 1 km track. The site is positioned right by the River Cèze, one of the tributaries of the de Rhône.



OPENING CAMPING

The campsite is open from 30 March till 21 September 2019. Our reception is open daily from 8.30 till 17h. (After opening hours you can check in at the bar).

A part of the campsite has an access to handicapped persons or reduced mobility.

Campsite La Belle

7.9

30 reviews

Toilet facilities	7.9
Staff	8.0
Price - quality comparison	7.8
Child friendliness	7.8
Entertainment	8.2
Sports facilities	7.8
Swimming pool	7.8
Food and drink	7.8
Surroundings	8.5

Add a review



Bauen mit Leidenschaft

Einen vollkommen neuen Campingplatz zu gründen, einen ganzen Platz zu verlegen oder einen bestehenden umfassend zu renovieren – das birgt große Herausforderungen. Wir haben mit vier Campingplatzbetreibern und einem Vertreter der Baia Holiday Group dar-

über gesprochen. Alle sind sich darin einig, dass man dafür große Leidenschaft und viel Durchhaltevermögen benötigt. Es sei wichtig, den Kunden zuzuhören und eine eigene Vision zu haben.

Camping Cisano/San Vito in Bardolino (Italien)

‘Unsere Geduld wurde belohnt’

Am Gardasee liegt Camping Cisano/San Vito. Wir sprachen mit Geschäftsführer Umberto Borsotti über eine umfassende Renovierung.

„Im November 2018 haben wir mit umfangreichen Erweiterungen begonnen, die ein neues Badeparadies, 130 neue Stellplätze und ein Hotel umfassen. Auf diese Weise steigt die Kapazität um 20 Prozent. Das erfordert eine gute Organisation. Wir haben viele technische und architektonische Gutachten in Auftrag gegeben sowie Richtlinien italienischer und nordeuropäischer Organisationen beachtet. Es ist wichtig, diese Richtlinien bereits in der Entwurfsphase ins Auge zu fassen, weil wir dadurch den Service für unsere Kunden verbessern können. Dabei wollen wir nicht nur den Mindestanforderungen und -vorschriften genügen, sondern – in einem Markt, der permanent in Bewegung ist – einen hohen Standard setzen.“

Solaranlagen

Borsotti möchte innovative und umweltfreundliche Ideen umsetzen. „Dafür haben wir verschiedene Spezialisten konsultiert. Wir haben Solarmodule eingebaut, die 30 Prozent der Energie liefern, die für das Hotel benötigt wird. Zudem fangen wir in einem Tank Regenwasser auf, mit dem wir in trockenen Zeiten die Pflanzen bewässern. Und bei den neuen Toiletten wurde ein Spülssystem eingebaut, das viel weniger Wasser verbraucht.“

Äußerst zufrieden

Über die Planung äußert sich Borsotti so: „Die Planung nahm mehrere Jahre in Anspruch, da wir mit vielen Parteien verhandeln mussten, beispielsweise der Gemeinde Bardolino, der Provinz



Verona, der Region Veneto und der ‚Soprintendenza Archeologia Belle Arti e Paesaggio‘, einer Organisation, die für den Erhalt der Landschaft Sorge trägt. Die Antworten der Behörden ließen

in einigen Fällen länger auf sich warten. Aber unsere Geduld wurde belohnt. Inzwischen ist der Bau fast vollendet und wir sind mit dem Ergebnis sehr zufrieden. Wenn in Kürze der Boden

und der Rasen wieder in intakt sind und die Pflanzen blühen, wird man nicht mehr sehen, dass umgebaut wurde. Jetzt warten wir auf die Reaktionen unserer Gäste!“

Camping Resort Bodenmais in Bodenmais (Deutschland)

‘Wir können uns gut in den Zeitgeist hineinversetzen’

Das Camping Resort Bodenmais ist ein neuer, im Bau befindlicher Campingplatz. Ein lang gehegter Wunsch einer Gruppe deutscher Unternehmer, die neu in der Campingbranche sind.

Diane Heigl, Marketing-Chefin: „Wir hatten schon seit Jahren den Wunsch und die Vision, einen Campingplatz zu bauen, und wir haben den Campingmarkt gut im Auge behalten. Wir besitzen

fundierte Fachkenntnisse in den Bereichen Technologie, Automatisierung, Bau und Industrie und hatten von Anfang an Kunden in der Tourismusbranche. Wir kannten also die Möglichkeiten

und Herausforderungen dieses Wirtschaftszweigs. Der Schritt zu einem eigenen Campingplatz ist gut durchdacht und von langer Hand vorbereitet.“

Ort zum Wohlfühlen

Das Konzept für Bodenmais ist ein „Wohlfühlort“ mit urigem und exklusivem Charakter, der zahl-

reiche Annehmlichkeiten bietet. Der Campingplatz erhält Wellnessseinrichtungen und einen Skypool. Auf dem ganzen Gelände gibt es Grander-Wasser (speziell behandeltes Heilwasser). Auch Nach-

Qualität vor Quantität

„Große Fachkenntnisse für Planung und Bau des Campingplatzes hatten wir bereits im Haus“, so Heigl. „Wir haben Studien zu Campingtrends und Camper-Wünschen durchgeführt und uns dabei die Frage gestellt, ob die Ergebnisse mit dem Konzept einhergehen, das uns vorschwebte. Glücklicherweise konnten wir uns offenbar gut in den Zeitgeist hineinversetzen und sind fortschrittlich aufgestellt. Auch die überschaubare Größe des Campingplatzes ist ein großer Pluspunkt. Unserer Überzeugung nach sollte Qualität vor Quantität stehen.“ Die Eröffnung des Campingplatzes ist für April 2020 geplant; ab August 2019 kann hier gebucht werden. „Wir lernen noch viel und sind gespannt, wie unsere Erfahrungen in ein paar Jahren aussehen“, sagt Heigl. „Wir freuen uns sehr auf dieses neue Projekt.“

„EIN EIGENER CAMPINGPLATZ WAR DER LOGISCHE SCHRITT“

haltigkeit spielt eine wesentliche Rolle. Heigl: „Wir nutzen Elektrofahrzeuge und erzeugen unsere Energie größtenteils über Solarmodule. Wir sind an das regionale Holzheizsystem angeschlossen. Und durch das Grander-Wasser benötigen wir weniger Chlor und haben geringere Probleme mit Kalk.“



Camping Waterhout in Almere (Niederlande)

‘Die Wünsche der Camper wurden berücksichtigt’

Camping Waterhout in Almere hat einen außergewöhnlichen Prozess durchlaufen. Der Campingplatz musste im Ganzen an einen anderen Ort verlegt werden. Wir sprachen mit Besitzerin Tineke Fokkens.



„Unser Campingplatz musste umziehen, weil die Gemeinde Almere an unserem Standort die Weltgartenschau Floriade und ein neues Wohnviertel geplant hatte. Die Gemeinde hatte bis 2016 behauptet, der Campingplatz könne bleiben, aber dann hat sich herausgestellt, dass das niemals vorgesehen war. Wir haben alles unternommen, um bleiben zu können, aber die Behörden sitzen am längeren Hebel.“

Sechs Monate

„Für den neuen Campingplatz haben wir selbst einen Plan entworfen und ihn anschließend zeichnen lassen“, erzählt Fokkens. „Der Bau musste innerhalb eines halben Jahres erfolgen, und das ist harte Arbeit. Weil die Gemeindeverwaltung sehr schleppend arbeitete, konnten wir erst Anfang September starten, obwohl wir schon vor Ostern eröffnen mus-

sten. Schlechtes Wetter mit Regen und Sturm hat uns zusätzlich behindert. Aber wir haben immer wieder nach Lösungen gesucht, um vor Ostern fertig zu werden.“

Runde Form

„Bei unserem neuen Campingplatz wurden die Wünsche der Camper berücksichtigt“, so Fokkens. „Der alte Campingplatz hatte eine runde Form, die die Gäste sehr schätzten. Diesen Grundriss haben wir für den neuen Campingplatz übernommen. Wir haben großzügige Stellplätze mit Strom, Wasser und Abfluss geschaffen. Darüber hinaus gibt es schöne Wohnmobilplätze, Lodges, Glampingzelte und ein Campingfloß. Wir haben die Gebäude nachhaltig gestaltet und Solarboiler und -module eingebaut. Außerdem wird der Müll getrennt, wir haben einen eigenen Gemüsegarten, Obstbäume und

eine nachhaltige Bepflanzung.“

Mit Freude

Zu dem Prozess insgesamt erklärt Fokkens: „Man sollte zuerst gut darüber nachdenken, was man eigentlich will, und wenn möglich rechtzeitig anfangen. Dadurch lässt sich viel Stress vermeiden. Gute Absprachen mit den Handwerkern sind ebenso wichtig. Es ist kein Kinderspiel, in so kurzer Zeit einen neuen Campingplatz aufzubauen. Es ist uns gelungen, weil wir daran glauben und mit Freude daran arbeiten. Jetzt können wir es ruhiger angehen lassen, weil unsere Kinder den Campingplatz übernehmen.“ Die Gäste von Waterhout unterstützen den Campingplatz. Familie Fokkens freut sich auf die neue Saison und ist bereit, die Gäste zu begrüßen und zu verwöhnen.

Kamp Omišalj in Omišalj (Kroatien)

‘Jeder Gast muss sich willkommen fühlen’

Kamp Omišalj auf der kroatischen Insel Krk wurde gänzlich erneuert. Zu Wort kommt Iva Biskupi, Sales- & Marketing-Manager.

„Nach Omišalj kommen die Gäste für einen Komforturlaub in mediterraner Umgebung“, erzählt Biskupi, „und alle müssen hier ihren bevorzugten Stellplatz oder ihre Lieblingsunterkunft finden. Die Tourplätze erfüllen höchste Standards, und die Sanitäreinrichtungen werden den höchsten Anforderungen in puncto Hygiene gerecht.“

Kundenbefragung

Biskupi berichtet, der Bau habe zwei Jahre in Anspruch genommen. „Über den ganzen Zeitraum war ein Expertenteam vor Ort.

Wir hatten mit diversen Problemen zu kämpfen. Im Sommer 2017 mussten wir den Bau stilllegen und konnten erst im Herbst fortfahren.“ Um den Wünschen der Camper entgegenzukommen, wurde mit ihnen viel über ihre Ideen und Wünsche gesprochen. „Jeder Gast ist für uns wichtig und wir wollen, dass sich jeder willkommen fühlt“, so Biskupi. „Nach dem Einchecken werden die Gäste persönlich zu ihrem Stellplatz begleitet. Zudem informieren wir sie zu den Veranstaltungen auf dem Campingplatz. Wir haben

viel in eine persönliche Herangehensweise investiert. Außerdem sind alle Einrichtungen für die Campinggäste gratis zugänglich.“

Öko-Aktionen

Auch Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Thema. Biskupi: „Das Wasser wird mit Solarenergie erwärmt und wir trennen den Abfall. Zudem werden ‚Öko-Aktionen‘ durchgeführt, um das Meer auch unter Wasser sauber zu halten. Dabei arbeiten wir häufig mit lokalen Organisationen und ausländischen Tauchclubs zusammen.“



Baia Holiday Travels & Leisure über Modernisierungen

Wie steht eine große Organisation wie die Baia Holiday Group – mit Ferienparks in Italien, Kroatien und Frankreich – zu Modernisierungen? Luca Neboli, Manager für Marketing und Kommunikation beim italienischen Zweig der Baia Holiday Group: „Wir wollen in jeder Saison und für jeden Kundentyp das Beste bieten. Darum investieren wir viel in interne Trainings, neue Forschungsmethoden sowie die Entwicklung und Unterstützung durch spezialisierte Techniker und Berater.“

“MAN BRAUCHT LEIDENSCHAFT, UM ERFOLGREICH ZU SEIN”

Das Ziel all dieser Maßnahmen ist, einen ‚Wow-Effekt‘ zu erzielen. Genehmigungen und bürokratische Verfahren kosten manchmal viel Zeit und Energie, die wir lieber in die Verbesserung der Urlaubserfahrungen unserer Gäste stecken sollten. Die Projekte haben zudem eine lange Laufzeit. Doch dank der Ausdauer von Mitarbeitern, wie unserem Vorsitzenden Mario Vezzola, konnten wir ein Projekt wie das Camping Village Roma Capitol (ein nagelneuer Campingpark in der Nähe von Rom, Red.) realisieren. Dieses Projekt wird 2019 endlich abgeschlossen. Nachhaltigkeit und Ökologie genießen einen hohen Stellenwert. Wir folgen einer streng ökologischen Politik, um Ökosysteme intakt zu halten und Verschmutzungen zu minimieren. Zudem setzen wir auf nachhaltige Energie und Solaranlagen. Der wichtigste Faktor für erfolgreiche Modernisierungen ist Leidenschaft. Dieser Unternehmergeist ist nicht jedem gegeben, aber wir glauben, dass Leidenschaft notwendig ist, um in der Branche erfolgreich zu sein.“



Noch näher an der Natur

Die neuesten Mietunterkünfte

Der anspruchsvolle Camper wünscht sich ein echtes Erlebnis, das wissen Hersteller von Mietunterkünften nur zu gut. Das Angebot an hochwertigen Holzhäusern in der freien Natur und komfortablen Glampingzelten, die mit ihrer Umgebung verschmelzen, wächst stetig. Hier stellen wir einige inspirierende Entwürfe vor, die ab dieser Campingsaison verfügbar sind.



Das Safari Adria Adriatic verfügt über eine fantastische Terrasse.

CrippaConcept war im April zum ersten Mal auf der prestigeträchtigen Milan Design Week vertreten. Auf einem großen Glamping-Gelände präsentierte der italienische Fabrikant für Mietunterkünfte der Öffentlichkeit, der Presse und Designern aus der ganzen Welt, wie die Zukunft von Outdoor-Urlauben aussieht. Den Mittelpunkt des ausgestellten

Zukunftskonzepts Nuovi Sogni (neue Träume) bildeten zwei Spitzenentwürfe des Herstellers. Für das Mobilheim Queenslander ließ sich der Mailänder Architekt Luca Colombo von der nautischen Welt inspirieren. Das Ergebnis ist eine mit Zink, Kupfer und Titan verkleidete Fassade und eine an antike Yachten erinnernde Innenausstattung. Der andere Entwurf,

die A-Luxury Lodge des Architekten Roberto Perego, ist eine Glampinglodge mit zwei Etagen. Die Entwürfe von CrippaConcept sorgen für das ultimative Urlaubserlebnis, sagt Geschäftsführer Sergio Redaelli: „Wir haben unser Augenmerk auf die Nachhaltigkeit und das Design gelegt und möchten ein Wellness-Erlebnis schaffen, das für jeden zugänglich ist.“



Romanov ist das erste Modell einer neuen Serie.



Die Inspiration für das Queenslander war eine Yacht.

eines Fünf-Sterne-Hotels.“ Das Unternehmen arbeitet bei der Entwicklung neuer Glampingkonzepte seit Kurzem mit dem belgischen Designbüro Black Sheep Productions zusammen.

Verschiedene Optionen

In der letzten Ausgabe der ACSI Zeit zeigten wir bereits neue Entwürfe von Adria: das Alpline (modulares Bergchalet), Floating Resort (schwimmendes Mobilheim) und Safari Loft (großes Glampingzelt). In dieser Saison präsentiert die Marke zudem eine komplett neue SLine-Serie von

Mobilheimen mit besonderen Designdetails wie einer Fassade, auf die sich ein Foto drucken lässt. Die Serien MLine und XLine haben eine Runderneuerung bekommen und bieten jetzt verschiedene Optionen für die Fassadenverkleidung, das Dach und die Terrassenverkleidung. Ebenso neu ist das Safari Adriatic, ein Glampingzelt, bei dem sich aus verschiedenen Ausstattungen auswählen lässt – von „basic“ bis hin zu besonders luxuriös. Die große Terrasse vor dem Eingang sorgt dafür, dass die Camper trotzdem nahe an der Natur bleiben.



Luxus in freier Natur: A-Luxury Lodge.

Inspiration: Naturerlebnis im Ferienpark

Nicht nur Campingplätze, sondern auch Ferienparks investieren in neue Konzepte, um ihren Gästen oder den Eigentümern von Ferienunterkünften ein exquisites Naturerlebnis bieten zu können. So präsentiert die Online-Plattform 2HB in den belgischen Ardennen sogenannte Forest Cubes – gedacht für Menschen, die nach einem Ferienhaus suchen. Diese modernen Baumhäuser sind mit allen Annehmlichkeiten ausgestattet und sollen einen komfortablen und gleichzeitig naturverbundenen Urlaub ermöglichen. Curios Holiday Retreats entwickelt eine neue Art Unterkunft im Süden der Niederlande. Die neuen Gruppenunterkünfte eignen sich für zehn bis zwölf Personen und werden für das ultimative Naturerlebnis um einen Baum herumgebaut.



Gruppenunterkunft von Curios.



Forest Cube in den belgischen Ardennen.

(Quelle: www.pretwerk.nl)

Eine neue Generation von SunLodges



Etwas zu schaffen, was sonst niemand macht, das ist die Vision von Ramon van Reine (CEO ACSI) – und damit die Strategie für SunLodge. Mit den SunLodge-Mobilheimen versuchen wir, den verfügbaren Raum neu zu erfinden, zu überraschen und Erlebnisse zu kreieren. Das gilt auch für die Generation 2019.

Die neu entwickelten, modernen SunLodges haben kaum noch etwas mit einem Mobilheim gemeinsam. Als Inspiration diente auch diesmal die Natur, die Umsetzung folgt dem Abenteuer-Stil; unter Verwendung von hochwertigen Materialien sowie einzigartigen Farben und

Stoffen. Durch die eingezäunte, überdachte Terrasse und das verbaute Lärchenholz erinnert die SunLodge eher an ein komfortables Ferienhaus. Die bestehenden SunLodge-Mobilheime sind bereits bekannt für große Betten, erstklassige Bettwäsche, die Küche mit Spülmaschine,

ein Bluetooth-Audiosystem und eine überdachte Terrasse mit geschmackvoller Hängelampe. Die neuen Unterkunftstypen haben obendrein ein Badezimmer mit Regendusche und einen Baumstamm-Tisch, der an den Dschungel erinnert, außerdem Sitzgelegenheiten mit Safari-Dessin-Bezug und afrikanische Animal-Prints an den Wänden.

Bäume als Namensgeber

Die neuen Namen sind wiederum von Bäumen abgeleitet: Es gibt das BigLeaf (vergleichbar mit dem Aspen mit 3 Schlafzimmern) und

das Catalpa (vergleichbar mit dem RedWood mit 2 Badezimmern). Letzteres bietet sogar eine Kochinsel und natürlich wieder das getrennte Badezimmer mit Toiletten-Kombination. Die (überdachte) Terrasse ist sicher der wichtigste Faktor für das Urlaubs-Erlebnis. Sie wurde deshalb mit einem DuoLounger-Terrassensofa mit dicken Kissen besonders liebevoll gestaltet.

Duo-Kombination

Darüber hinaus wurden für 2019 neue ZeltLodges angeschafft. Eine davon, das Vorzeigeeobjekt, ist eine einzigartige Duo-Kombination: Das Pamoja mit drei Schlafzimmern (eins mit

Impressum

Herausgeber

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

Geschäftsführung

Ramon van Reine

Chefredaktion

Timo de Boer en Frank Jacobs

Redaktion

Margot Eggenhuizen

Redaktion

Richelle Alewijn, Raymond ten Barge, Joyce Broekhuis, Femmy Hesselting, Marieke Krämer, Pieter Melieste, Hans Pijnenburg, Katinka Schippers, Hubertus Seyffardt, Guido van den Tillaart, Jeroen Timmermans, Mario Vos

Anzeigenverkauf

Vincent Smit

Bildredaktion

Bobo Freeke, Maurice van Meteren

Layout

Suzanne Bas, Jet Bouwmans, Peter Dellepoort, Rein Driessens, Maurice van Meteren, Ton Oppers, Rick Reijntjes, Mariëlle Rouwenhorst-Küper, Esther Schoonderbeek, Tina van Welie

Grafische Gestaltung

Ton Oppers

Druck

Rodi Rotatiedruk

Druckbetreuung

Ronnie Witjes

Bettische und darunter befindlicher Spielecke) ist über die Terrasse mit der Miniausgabe „Kambi“ verbunden, die zwei Personen Platz bietet. Damit eignet sich die Kombination – mit insgesamt vier Schlafzimmern – für acht Personen. Die andere ZeltLodge, Taiga, ist mit zwei Schlafzimmern für 5 Personen geeignet und ebenso hochwertig ausgestattet: mit einem Himmelbett und separater Toilette.

Wo sind die neuen SunLodges zu bewundern?

Auf dem Campingplatz Terme Catez (Slowenien) finden Sie alle neuen SunLodge-Typen. Bei Camping San Vito (Italien) fehlt nur das Pamoja. Und auf den Campingplätzen Roma (Italien) und Poljana (Kroatien) sind nur die Mobilheime vertreten. Selbstverständlich planen wir, die neuen SunLodge-Versionen ab 2020 auf weiteren Campingplätzen aufzustellen.



Die modernen Mobilheime erinnern an hochwertige Ferienhäuser.



Media 2020

Your European Media Specialist

ACSI Campingführer

Alle jährlich inspizierten Plätze werden in diversen ACSI Campingführern gemeldet, die in mehreren Ländern im Handel sind. Im Jahr 2020 ist die Gesamtauflage der Campingführer 710.500. 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 10.000.000+ 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.



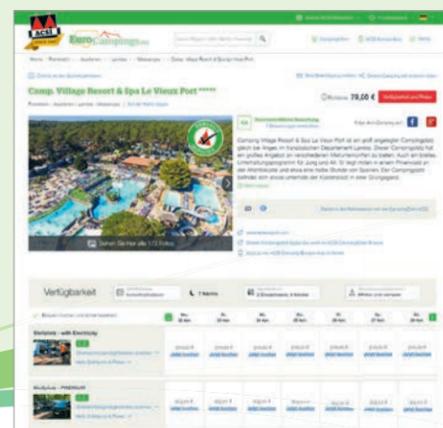
ACSI Camping Europa-App

Die umfassenden Informationen über Ihren Campingplatz werden auch kostenlos in der ACSI Camping Europa-App veröffentlicht. Diese App wird 2.500.000 Mal pro Jahr besucht, lässt sich online und offline nutzen und ist in 13 Sprachen verfügbar. Als Anzeigenkunde profitieren Sie auch hier wieder von erhöhter Wahrnehmung.



ACSI Booking

Mit ACSI Booking können Sie auf den Websites und in den Apps von ACSI auf Ihrem Campingplatz verfügbare Plätze einstellen. Möchten Sie von diesem praktischen Buchungssystem profitieren? Das Hinzufügen Ihres Campingplatzes zum System ist leicht. Sie zahlen stets eine niedrige Kommission, bestimmen das Angebot selbst und der Campinggast zahlt den offiziellen Stellplatzpreis.



Alle Promotionangebote und Möglichkeiten auf:

www.ACSI-MEDIA.com