

EDITIE NAJAAR 2019

ACSI Handelsblad wordt uitgebracht door dé toonaangevende campingspecialist van Europa. In deze nieuwe editie leest u onder meer over brandonveiligheid van kampeermiddelen, de rol van de campingwinkel, de ACSI Campinggidsen, ACSI Booking, het nieuwe ACSI Datawarehouse en de ACSI FreeLife TestTour.

DE BREXIT

Wat zijn de effecten voor het kampeertourisme van en naar het Verenigd Koninkrijk? De eerste cijfers wijzen op een daling.

► Lees meer op [pagina 3](#)

DE TWEE KANTEN VAN CAMPINGLAND FRANKRIJK

Trendwatcher Antoinette de Prévoisin over de toekomst van het kamperen in dit populaire vakantie-land.

► Lees meer op [pagina 4](#)

DE ACSI CAMPSITE PORTAL

Het was even wennen, maar zowel campings als inspecteurs zijn inmiddels zeer tevreden over de nieuwe werkwijze.

► Lees meer op [pagina 6](#)

WIFI OP DE CAMPING

Het gebruik blijft alsmat stijgen, wat zijn de trends en uitdagingen? Drie ervaringsdeskundigen aan het woord.

► Lees meer op [pagina 8](#)

STADSCAMPINGS IN EUROPA

Voor een tweede en derde vakantie groeit het aantal citytrips. Vier campings in Parijs, Hamburg, Rome en Deventer vertellen hoe zij daar op inspelen.

► Lees meer op [pagina 10](#)

DE OPMARS VAN DE CAMPER

Er rijden er al meer dan 1,9 miljoen van rond in Europa en de groei is er nog lang niet uit. Wat doen campings eraan om de camperaar te omarmen?

► Lees meer op [pagina 12](#)

DE KRACHT VAN PLATFORMS

Bijzonder hoogleraar eMarketing Cor Molenaar laat zijn licht schijnen over platforms als Booking.com en AirBnB, die de consument gemak en een ruim aanbod van accommodaties bieden. Wat betekent dit voor de kampeerbranche?

► Lees meer op [pagina 13](#)

Resultaten enquête ACSI

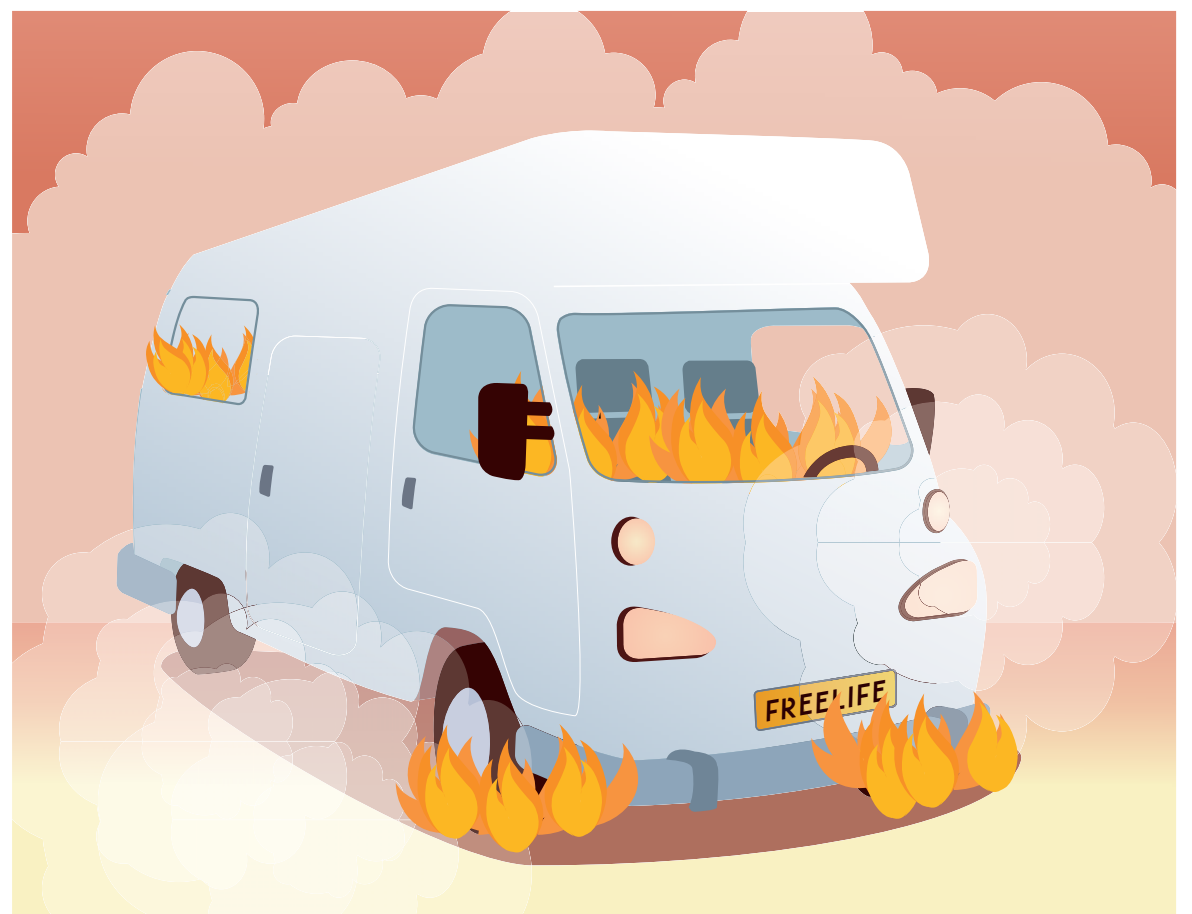
Brandonveilig kampeermiddel risico op camping

Je kunt als Europese camping zelf je zaakjes rondom brandveiligheid nog zo goed voor elkaar hebben en alle voorschriften keurig naleven, maar als de gasten zelf met onveilige kampeermiddelen op je terrein staan, is het risico op een brand misschien groter dan je zelf denkt en wilt. En helaas gaan niet alle kampeersders even zorgvuldig om met de brandveiligheid van hun kampeermiddel, blijkt uit onderzoek van ACSI.

ACSI FreeLife, het kampeermagazine van ACSI, schrijft met regelmaat over welke controles wenselijk zijn als kampeersders weer met hun geliefde kampeermiddel in het nieuwe vakantie-seizoen op de Europese wegen op pad gaan. Brandveiligheid is, naast de veiligheid op de weg, daarin een belangrijk onderdeel. Om uit te vinden of die controles ook daadwerkelijk gebeuren, hield ACSI FreeLife een grote enquête onder zijn lezers.

Onderschatting

Maar liefst 1100 van hen vulden de enquête in. En daaruit blijkt dat een flink aantal van hen de risico's op brand onderschat. Een



van de vragen uit het onderzoek was namelijk of de batterijen van zowel de rookmelder als de koolmonoxidemelder worden gecontroleerd. Opvallend genoeg blijkt dat het merendeel van de

kampeersders aangeeft beide melders niet te hebben. Door het gebruik van gas (koken en verwarming) en elektra (koelkast en huishoudelijke apparaten) is er ook in een kampeermiddel risico

op brand. Daarnaast is er vaak maar één vluchtroute. Het is dus des te belangrijker om het risico klein te houden.

► [vervolg op pagina 2](#)

ACSI Campingführer Europa populairste gids in Duitsland

In een aantal Europese landen zijn de ACSI-campinggidsen bijna helemaal uitverkocht. De ACSI Campingführer Europa is volgens het toonaangevende Buchreport inmiddels zelfs de bestverkochte campinggids van Duitsland in 2019.

Duitsland is nog steeds de grootste afzetmarkt voor ACSI. Zo is hier het aantal gebruikers van CampingCard ACSI, de kortingskaart voor het laagseizoen, de afgelopen twee jaar met 9% gegroeid. Ook de ACSI CampingCard & Stellplatzführer

voor campers plust flink met maar liefst 26%.

Andere landen

Nederland blijft Duitsland goed volgen en is nog steeds de tweede grootste markt voor ACSI. Speciaal voor Franse campers heeft ACSI in 2019 de ACSI CampingCard & Aires camping-cars geïntroduceerd. De verkoop van deze nieuwe gids, met alle CampingCard ACSI-campings én 9.000 geïnspecteerde camperplaatsen, verloopt zo goed dat deze ook bijna is uitverkocht. Het aantal gebruikers van CampingCard

ACSI in Frankrijk is, mede hierdoor, met 12% gestegen. Ook de Spanjaarden hebben CampingCard ACSI ontdekt als kortingskaart voor het voor- en najaar. De groei in verkoop van CampingCard ACSI is daar dit jaar 18%.

Verkoop via Amazon

In juni is ACSI in Duitsland, Frankrijk, Spanje en Engeland begonnen met de verkoop van campinggidsen via Amazon. In de toekomst komen daar andere landen en kanalen bij om de producten van ACSI bij een breder publiek zichtbaar te maken.



► *vervolg van pagina 2*

ACSI FreeLife's technisch expert Joop Stam verbaast zich over de uitkomst van het onderzoek. 'De kans op brand is het grootst bij de plaats waar de accu, acculader of zekeringkast zit. Het is dus zeker raadzaam om een sensor hoog in het interieur

te plaatsen ter hoogte van die plek. Een rookmelder hang je het liefst niet al te dicht bij of boven het gasfornuis. Ook daar is kans op brand, maar een voortdurend alarm tijdens het koken is ook niet leuk. Een koolmonoxide-melder hang je bij voorkeur op ongeveer anderhalve meter boven de grond.'

Gasmelder

Expert Stam adviseert kampeers ook een gasmelder aan te schaffen. 'Deze hang je net boven de vloer in het interieur, want propaan is zwaarder dan lucht. De sensor moet dus laag zitten. Het is ook belangrijk dat je er op let dat de disselpast of gasflessenkast goed geventileerd is.' Gelukkig controleren de meeste kampeers wel altijd of vaak voor vertrek hoe het – naast de gasvoorraad (88%) – is gesteld met de gasslang (66%) en de drukregelaar van de gasinstallatie (59%). Maar slechts 33% van hen checkt ook altijd of vaak voor vertrek de staat van het gasfilter.

50% VAN DE KAMPEERDERS HEEFT GEEN ROOKMELDER

Wijzen op risico's

Een camping zelf kan natuurlijk bijdragen aan het vergroten van de brandveiligheid op het terrein

door de gasten op mogelijke risico's tijdens het kamperen te wijzen. Immers, hoe zorgvuldiger iedereen hiermee omgaat, hoe kleiner de kans op een daadwerkelijke brand of slachtoffers, met alle mogelijke gevolgen. En ook is het goed om te checken of je als camping goed bent voorbereid voor het geval er daadwerkelijk brand uitbreekt of als iemand overlijdt aan een koolmonoxidevergiftiging. Is er een calamiteitenplan en weten de medewerkers hoe ze moeten handelen?

61% VAN DE KAMPEERDERS HEEFT GEEN KOOLMONOXIDE-MELDER

Richtlijnen gastoestellen

Het gebruik van gasflessen en gastoestellen op de camping is natuurlijk een potentieel risico. De Nederlandse Brandweer heeft hiervoor de volgende richtlijnen opgesteld:

66% VAN DE KAMPEERDERS CONTROLEERT GASSLANG

- Laat ze jaarlijks controleren, schoonmaken en afstellen.
- Zet het gastoestel bij gebruik in een tent niet te dicht bij het tentdoek of andere makkelijk brandbare materialen, zoals gordijnen of handdoeken.
- Gebruik bij het koken altijd een spatscherm.
- Plaats een gasfles nooit los in een caravan of camper, maar altijd in de speciaal daarvoor aangebrachte plaats (meestal een disselpast) met voldoende ventilatieopeningen.
- Verwissel gasflessen bij voorkeur buiten de caravan of tent.
- Schakel vakmensen in als de aansluiting niet lukt volgens de gebruiksaanwijzing. Ga vooral niet zelf experimenteren.
- Zorg altijd voor goede ventilatie in de ruimten waarin gastoestellen worden gebruikt.

De campingwinkel

Verkoop in vele gedaanten

Bijna iedere camping verkoopt wel iets. In veel gevallen is de receptie de plek waar enkele producten uitgesteld worden. Maar er bestaan ook campings met een aparte supermarkt vol levensmiddelen en kampeerartikelen. Is de campingwinkel een must of een service? Vier campings aan het woord.

Camping Sunêlia Domaine de la Dragonnière is een grote, luxe camping (815 vaste jaarplaatsen, 702 huuraccommodaties) in het Zuid-Franse Vias.

Camping Des Bastides in het Franse plaatsje Salles (Lot-et-Garonne) telt ruim honderd plaatsen, waaronder twintig accommodaties.

De kleinschalige **Alevi Camping** ligt in de natuurlijke omgeving van Midden-Zweden en telt slechts zestig plaatsen en enkele trekkershutten en vakantiewoningen.

Op **Recreatiepark De Boshhoek**, gelegen in het Gelderse Voorthuizen, liggen ruim honderd toerplaatsen en bijna honderd huuraccommodaties.

Waarom hebben jullie een winkel?

Laurent Fel - Domaine de la Dragonnière: Zodat onze gasten het terrein niet hoeven te verlaten voor een snelle boodschap.

Christian Boulic – Camping Des Bastides: We hebben besloten om het winkeltje te beginnen als service voor onze kampeers.

Willy Schreiber - Alevi Camping: Als service voor de

gasten. De dichtstbijzijnde winkel ligt overigens 15 kilometer verderop.

Manon Horsting – Recreatiepark De Boshhoek: Dit is een service voor onze gasten.

Welk assortiment bieden jullie aan? En is dit door de jaren heen veranderd?

Dragonnière: De meest bekende levensmiddelen zoals groenten, fruit, zuivel en beleg. Verder houdbare producten als frisdrank, water, bier, pasta, conserven, koekjes, snoepjes, chips en uiteraard ijsjes.

Des Bastides: Wij verkopen voornamelijk brood, maar ook rijst, pasta en groenten in blik. Ook basisbenodigdheden voor hygiëne. Daarnaast diverse (fris) dranken en lokale producten (paté). We verkochten in het verleden ook verse groenten en fruit, maar de bederfelijkheid maakte dat lastig.

Alevi Camping: Wij verkopen broodjes, koffie, thee, muffins, frisdranken, chips, snoep en ijs. Maar ook ansichtkaarten, postzegels en souvenirs. Daarnaast producten tegen de muggen en knutten, waaronder antimuggenmiddel en hoedjes met gaas.



De Boshhoek: In onze winkel kun je alles kopen om de dag door te komen. Verse broodjes lopen het beste.

Is jullie winkel rendabel? Of is winst niet het oogmerk?

Dragonnière: Wij zien het meer als een service, maar het is absoluut rendabel.

Des Bastides: Wij bieden deze service aan onze gasten, maar het is een non-profit service.

Alevi Camping: Het is rendabel, maar de winst is marginaal.

De Boshhoek: Het is rendabel, maar onze prioriteit is het verlenen van een service.

Runnen jullie de winkel zelf of wordt het uitbesteed?

Dragonnière: De winkel wordt gepacht. Ze staan trouwens in

de rij om dat hier te doen omdat onze camping zo groot is.

Des Bastides: Zelf. Vroeger verkochten we brood van een lokale bakker, maar vanwege personeelsproblemen bakken we het brood nu zelf af.

Alevi Camping en De Boshhoek: Wij runnen de winkel met eigen personeel.

Waar is de winkel gevestigd?

Dragonnière: Op het centrale plein naast de bakker. We hebben namelijk ook een echte bakker en een winkel met badkleding, zomerkleding en souvenirs.

Des Bastides: Ons winkeltje is naast de receptie gevestigd.

Alevi Camping: De winkel is onderdeel van de receptie.

De Boshhoek: De winkel is verbonden aan de receptie. We

hebben ook een webshop, zodat onze gasten voor aankomst al boodschappen kunnen bestellen.

Zijn jullie tevreden met de huidige winkel?

Alevi Camping en Dragonnière: Wij zijn tevreden en hebben geen plannen voor verandering in de toekomst.

Des Bastides: Ja, maar wanneer onze gasten aangeven dat ze iets missen, gaan we onderzoeken of we dat kunnen aanbieden.

De Boshhoek: De winkel hebben wij afgelopen juni nog verbouwd. Wij zijn hier zeer tevreden over en onze gasten ook.

Hebben jullie tips voor andere campings met betrekking tot het hebben van een winkel?

Dragonnière: De pachters maken wij er echt op attent dat vriendelijkheid hoog in het vaandel staat. Voor de gast is iedere ervaring op de camping belangrijk, dus ook in de gepachte winkel moet alles tiptop in orde zijn. Met behulp van ons gasttevredenheidsonderzoek waarborgen we de kwaliteit.

Des Bastides: Een winkeltje is een voorziening die gasten naar onze mening mogen verwachten van iedere camping.

De Boshhoek: Geef de gasten een belevingsgevoel mee, een welkom gevoel. Zorg er ook voor dat de marketing goed is en dat gasten je winkel weten te vinden.



Beste campingeigenaar of -manager,

Het hoogseizoen zit er voor de meesten van u weer op. Opnieuw een voorjaar en zomer vol verrassingen in het weer. Was het voorjaar in het zuiden van Frankrijk, in Italië en in Kroatië vaak koud en nat, eind juni hadden deze landen te maken met een hittegolf en temperaturen van boven de 40 graden. Statistieken tonen aan dat de gemiddelde Europese temperatuur in 2018 in de top 3 staat van warmste jaren ooit gemeten. Het afgelopen decennium was het warmste ooit. Maar het weer wordt ook grilliger en daarmee ook het boekingsgedrag van de kampeerder.

Het weer kunnen we niet beïnvloeden. Wel kunnen we de kampeerder beter bedienen met informatie en gebruiksgemak. In dit nummer van ACSI Handelsblad vertelt prof. dr. Cor Molenaar over de kracht en het nut van platformen. Hij doceert aan de Erasmus Universiteit Rotterdam en is een

specialist in de toepassingsmogelijkheden van informatietechnologie in marketing. Belangrijk onderdeel van een platform zijn klantdata. ACSI heeft klantdata van ruim een miljoen kampeers in heel Europa en op pagina 14 kunt u lezen hoe we daar een verbeterslag in maken. De wereld verandert in rap tempo. Op een congres voor de auto-industrie zag ik de slogan: 'de toekomst is nog nooit zo tijdijk geweest'. Dat raakt de essentie van de tijd waarin we leven. We moeten steeds sneller meebewegen met de klant die verandert. Klanten die soms vragen om luxe huuraccommodaties. Wij houden u ook in dit nummer van ACSI Handelsblad zo veel mogelijk op de hoogte van de steeds veranderende trends. Andere kampeers schaffen voor het eerst een camper aan. Hoe gaat u daar als campingeigenaar mee om? We zetten een paar zaken voor u op

een rij. Hadden we in de vorige twee nummers Nederlandse en Duitse specialisten aan het woord over hun visie op kamperen en de toekomst, in deze editie schijnt Antoinette de Prévoisin met een Franse bril haar licht op dit onderwerp. Antoinette is zeer bekend met de Franse campingbranche en heeft daar een verfrissende kijk op. Ik hoop dat we u met deze editie van ACSI Handelsblad weer hebben kunnen inspireren en op ideeën hebben kunnen brengen. Want we hebben allen hetzelfde doel: zo veel mogelijk kampeers de best mogelijke vakantie bezorgen.

Hartelijke groet,

Ramon van Reine
CEO ACSI

Zowel van als naar Groot-Brittannië Terugval kampeervakanties door Brexit

De perikelen rond de Brexit dit jaar hebben in 2019 tot een, soms flinke, terugval van het aantal kampeervakanties van en naar het Verenigd Koninkrijk geleid. Zowel in Engeland en Ierland als op een aantal populaire Europese kampeerbestemmingen zijn de gevolgen merkbaar.

Het kampeertoerisme naar Engeland heeft behoorlijk te lijden onder de Brexit-dreiging. Veel campings, waaronder Robin Hood Caravan Park en Crows Nest Caravan Park in Yorkshire, melden een terugloop van het aantal Europese gasten. Tegelijkertijd zagen ze een toename van Engelse kampeers in eigen land. In Ierland is vooralsnog sprake van een lichte teruggang, zeggen onder andere campings Balinacourty House en The Apple Farm in het Zuidierse Tipperary. Zij hebben de indruk dat de afha- kers zich vooral laten afschrikken

door de heen- en terugreis via Engeland.

Onzekerheid is lastig

In een aantal bij Britten populaire Europese landen nam het aantal kampeers vanuit het Verenigd Koninkrijk soms flink af. In Nederland ontving Vakantiepark Delftse Hout dertig procent minder Engelse gasten. Camping Koningshof in Rijnsburg, waar gemiddeld een kwart van de gasten Brits is, zag ook een daling, zij het een lichtere van vijf tot tien procent. 'De onzekerheid bij de Britten is wel lastig', zegt Flip

Kromhout van de Koningshof. 'Ze wachten met boeken en daar- door kunnen ze mogelijk uiteindelijk in eigen land blijven doordat campings in Europa al zijn volge- boekt.' Toch maakt hij zich geen al te grote zorgen over de verdere ontwikkelingen rond de Brexit. 'Nederland blijft een prachtig vakantie- land, dat praktisch om de hoek ligt voor veel Britten.'

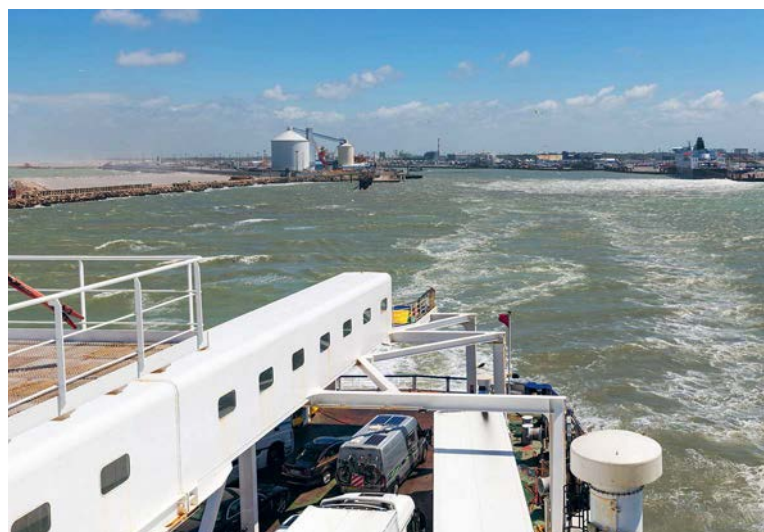
Frankrijk -18%

Uit cijfers van campingbarometer Sequoiasoft blijkt dat het aantal boekingen van Britten in Frankrijk in de eerste vier maan-



den met 15 tot 18 procent daalde. Daar staat een stijging tegenover van het aantal reserveringen van Fransen in eigen land, eind februari een plus van 16%.

De Franse campingketen Huttopia laat weten dat het aantal Engelse kampeers met een CampingCard ACSI is afgenomen. Sunêlia, een kampeerketen met veel campings in Frankrijk, heeft om het Brexit-tij te keren juist samenwerking gezocht met de Britse kampeerketen Best of British (BOB). Zij promoten gezamenlijk het kampeertoerisme tussen Engeland en Frankrijk. Sunêlia meldt dat het aantal Britse reserveringen bij de keten half mei was verdubbeld ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. In Spanje tot slot, laten de campings Playa Tropicana en Torre La Sal aan de Costa del Azahar weten dat ze in vergelijking met 2018 nog geen echt verschil in Britse boekingen hebben gemerkt.



Europeanen die naar Ierland willen, laten zich soms afschrikken door de reis via Engeland.

De twee kanten van Frankrijk als campingland

Met bijna 6.000 bedrijven die zich officieel camping mogen noemen, hebben kampeersers in Frankrijk een ruime en gevarieerde keuze aan kampeerterreinen. Het talrijkst zijn de kleine campings die verspreid over het hele land liggen. De grote campings nemen het grootste deel van de totale omzet van de kampeersector voor hun rekening. Een sector met twee gezichten, die zich in de afgelopen twintig jaar steeds scherper hebben afgetekend.

Tegen alle verwachtingen in zijn in juni de online boekingen voor kampeervakanties in Frankrijk met bijna 30% gestegen ten opzichte van de drie voorgaande maanden. Dat melden de leveranciers van PMS'en (boekingssoftware voor campingbeheerders) en marketing- en online reserveringssystemen voor campings. Daarmee is het voorseizoen 2019, dat aanvankelijk erg onzeker en spannend leek, positief afgesloten. Vanwege het uitzonderlijk goede weer in de tweede helft van juni deden de last minute-aanbiedingen het erg goed en nam de belangstelling van buitenlandse kampeersers ook toe. Toch zijn de Fransen zelf de meest geziene gasten op Franse campings. Over het algemeen zijn het vooral de campings met vier en vijf sterren die het meest profijt hebben van deze ontwikkelingen.

De populariteit van de kleine camping

De eerder genoemde onderzoeksresultaten hebben alleen betrekking op campings met een PMS



Het talrijkst in Frankrijk zijn de kleine campings die verspreid over het hele land liggen.

en een online reserveringssysteem. Tot die groep behoren zowel kleine als grote campings met één tot vijf sterren, maar hoofdzakelijk grote campings met drie, vier of vijf sterren. Meer dan de helft van de bijna 6.000 officiële campings in Frankrijk (56%) bestaat echter uit kleine campings met minder dan 50 plaatsen. Ook zijn er nog circa 2.000 niet-officiële kampeerterreinen.

De economische ontwikkelingen van de afgelopen twintig jaar in de campingbranche zorgen voor een steeds grotere tweedeling in de markt. Aan de ene kant zijn er de kleine campings. Hier ver-

dwijnt een deel van omdat ze niet aan de steeds hogere verwachtingen van de consument kunnen voldoen, noch kunnen investeren in voorzieningen om nieuwe klanten aan te trekken. Aan de andere kant zijn er de grotere kampeerterreinen met minimaal 150 plaatsen, die gaandeweg door ketens worden opgekocht.

Samenwerkingsverbanden en ketens

De aanvankelijk kleinschalig gerunde kampeerbedrijven zijn door de jaren heen in nieuwe voorzieningen gaan investeren en hebben zich steeds meer geprofessionaliseerd en gemoderni-

seerd. Al vanaf het begin van de jaren zestig van de vorige eeuw had een eerste concentratiegolf plaats: zelfstandige campingeigenaren met dezelfde waarden verenigden zich en voegden hun marketing- en communicatieactiviteiten samen. Zo ontstonden samenwerkingsverbanden. In die tijd had slechts 8% van de Franse campings zich bij zo'n verband aangesloten. Aan het begin van de 21e eeuw, toen het de campings dankzij hun zeer doortastende en creatieve aanpak enorm voor de wind ging, verschenen grote investeerders op het toneel. Deze bedrijven, vaak afkomstig uit andere branches van de toeristenindustrie, zoals hotelketens, hadden het doel een breed scala aan bestemmingen aan te bieden op de populairste locaties in Frankrijk. Ze gingen op zoek naar de grootste kampeerterreinen met de beste ligging en de meeste voorzieningen en kochten die op. Veelal ging het om campings die mee hadden gewerkt aan en geprofiteerd hadden van de dynamiek van de samenwerkingsverbanden.

Strijd om de mooiste plekken

Op dit ogenblik is er eerder een strijd gaande waarbij campings uit samenwerkingsverbanden van zelfstandige campings zich laten opkopen door campingketens. Zijn de brochures van de samenwerkingsverbanden steeds dunner, die van de ketens worden alsmat dikker. Er gaat geen week voorbij zonder dat er een zelfstandige camping wordt overgenomen door zo'n keten. Belangrijk hierbij is de daadwerkelijke kwaliteit van de voorzieningen. En wat dat betreft zullen de kampeersers het laatste woord hebben.

Er zijn nog steeds campings te vinden die hun dertig-, veertig- of zelfs vijftigjarig bestaan vieren en die nog altijd worden beheerd door dezelfde familie. Deze bedrijven zijn tegenwoordig het boegbeeld van het verzet binnen de sector. Ze zijn gelegen op bijzonder aantrekkelijke locaties en zijn decennialang aangepast om aan alle verwachtingen van de kampeerder te voldoen. Deze perfect opgezette campings zijn nog nooit zo gewild geweest...



De grote campings nemen het grootste deel van de totale omzet voor hun rekening.



Antoinette de Prévoisin

Als trendwatcher en hoofdredacteur van Décisions HPA, een Frans tijdschrift voor campingeigenaren, houdt Antoinette de Prévoisin de ontwikkelingen in de campingbranche nauwlettend in de gaten.

Doorgroei naar 400

Op zoek naar 100 nieuwe inspecteurs

Jaarlijks bezoekt - en controleert - ACSI meer dan 10.000 campings. Zo blijft de informatie in de ACSI-campinggidsen, apps en op de websites altijd actueel en betrouwbaar. Om iedere camping jaarlijks te kunnen blijven bezoeken en meer aandacht te geven, gaat ACSI op zoek naar honderd nieuwe inspecteurs.

Momenteel schommelt het aantal inspecteurs rond de driehonderd. Met een wervingscampagne wil ACSI ervoor zorgen dat dit aantal in 2020 doorgroeit naar vierhonderd. Dit is gelijk aan het aantal inspectiegebieden, zo kan iedere inspecteur zich straks focussen op één gebied.

De boer op

ACSI gaat actief werven en wil direct ook de kennis over digitaal werken onder haar inspecteurs vergroten. Dat is namelijk de toekomst. Over het algemeen heeft een (iets) jongere doelgroep hier meer affiniteit mee. Daarom zal de campagne ook daar zichtbaar zijn waar deze doelgroep zich

bevindt: online. Op de websites van ACSI, maar bijvoorbeeld ook op Facebook en YouTube.

Het gezicht van ACSI

Tijdens speciale voorlichtingsbijeenkomsten in november zal ACSI de kandidaat-inspecteurs verder informeren en wordt er een definitieve selectie gemaakt. Vervolgens worden de nieuwe inspecteurs door ACSI opgeleid tijdens de instructiedagen in maart én tijdens de trainingsdagen in april. Daarna zijn ze klaar om op pad te gaan.

Een goede training is belangrijk, want de inspecteur vervult een belangrijke taak bij ACSI. Niet

alleen is hij of zij een kritische campinggast met oog voor kwaliteit en sfeer, voor veel campingeigenaren is de inspecteur ook 'het gezicht van ACSI'.

Inspecteursprofiel

Daarom moeten onze inspecteurs aan een aantal eisen voldoen, waarbij het thuis zijn in de digitale wereld steeds belangrijker wordt. Maar natuurlijk is hij of zij ook een enthousiaste kampeerder, in het bezit van een eigen kampeermiddel en beschikbaar om in de periode mei t/m augustus een aantal weken achter elkaar op pad te gaan. En de inspecteur kan met mensen omgaan en heeft enig commercieel talent.

Een uitgebreid takenpakket dus, maar mede dankzij de inspecteurs kan ACSI ook in de toekomst alle campings blijven bezoeken en jaarlijks vele kampeerders goed voorbereid op pad sturen.



Het succes van Slovenië

De afgelopen jaren is Slovenië een populaire bestemming geworden. Steeds meer toeristen ontdekken deze ongerepte parel. Het is zelfs zo dat Slovenië de koploper is qua groei van het aantal kampeervernachtingen in Europa. Maar wat is het verhaal achter dit succes?

Diversiteit in Slovenië

Zijn het de vriendelijke mensen of de relatief lage prijzen voor een koud biertje en een smakelijk gerecht? Of is er toch een andere reden die kampeerders massaal naar Slovenië trekt? Voor Saša Verovšek van het Sloveense Bureau voor Toerisme is het duidelijk: 'Of je nu gaat kamperen

met een eigen kampeermiddel of kiest voor een glamping-accommodatie, je overnacht altijd in de buurt van natuurlijke en culturele bezienswaardigheden, met prachtige uitzichten. Het Sloveense landschap is heel divers met hoge bergtoppen, de unieke Karstgrotten, de Adriatische Zee en groene heuvels'.

Verandering is nabij

Lidija Koren, eigenaar van Kamp Koren in Kobarid, beaamt de verleidingen van het natuurschoon. Daarnaast geeft ze aan dat toeristen meer en meer op zoek zijn naar bestemmingen waar ze hun vakantie actief kunnen doorbrengen. Slovenië biedt volop mogelijkheden voor sportactiviteiten.

Denk aan hiken, raften, fietsen of paragliden. 'Daarnaast speelt de klimaatverandering een rol', zegt Lidija. 'De temperaturen worden door het hele jaar heen steeds hoger. Hierdoor is het ook aantrekkelijk om in de vroege lente of de herfst te gaan kamperen.'

De 'plotselinge' groei

Waarom is het land juist de laatste jaren zo in trek? Vanaf 2011 is er door het Sloveense bureau voor toerisme een plan ontwikkeld met

een nieuwe marketingstrategie. Met dit plan wil ze de kwaliteit verbeteren van de toeristische diensten in Slovenië. Daarbij heeft ze zich gefocust op de ontwikkeling van innovatieve producten, gericht op het vergroten van de toeristische omzet. Hierbij werd de bevordering van een duurzame ontwikkeling van mens- en natuurvriendelijk toerisme als keyfactor meegenomen. (bron: <http://www.ukom.gov.si>)

Door deze strategie hebben veel campings nu verbeterde faciliteiten én meer faciliteiten om de kampeerder te behagen. Zoals speeltuinen, animatieprogramma's, zwembaden voor kinderen en wellnessparken. Daarnaast organiseren campings vele tours en uitstapjes om het échte Slovenië te ontdekken, zonder de duurzaamheid uit het oog te verliezen. Zo werd Slovenië in 2016 het eerste land ter wereld met de titel van 'Green Destination'. (bron: www.stat.si)



De Zomerriviera van Terme Čatež, een populaire luxe camping in Zuid-Slovenië.

Aantal overnachtingen van buitenlandse toeristen op campings in Slovenië:

2014	1.218.949
2015	1.344.658
2016	1.396.801
2017	1.689.050
2018	1.934.060

Nieuwe werkwijze voor campings en inspecteurs

De ACSI-portals: even wennen,

Zo’n tienduizend Europese campings worden jaarlijks door ACSI geïnspecteerd op ruim tweehonderd voorzieningen. Een flinke klus, die door driehonderd inspecteurs wordt geklaard. Dit jaar hanteerde het volledige inspectieteam een nieuwe werkwijze. De uitkomsten van de inspectie en afspraken over advertenties en online promotie van de camping worden voortaan ingevoerd in twee online systemen die met elkaar in verbinding staan: de ACSI Inspector Portal en de ACSI Campsite Portal.

Eerlijk is eerlijk: voor sommige campings en inspecteurs was het even wennen, maar uiteindelijk maken de twee portals het leven van beide partijen makkelijker.

‘WIE GOED LEEST, KOMT ER ZEKER UIT’

De kans op fouten in de gidsen, advertenties en online promotie wordt kleiner, de administratie eenvoudiger en de campings zelf hebben meer invloed op welke materialen ACSI gebruikt om hen te presenteren.

Meer in eigen hand

Dit jaar zijn de opdrachtbevestigingen voor het eerst digitaal toegezonden. Dat betekent het einde van de papieren overeenkomsten met onleesbare handschriften en andere onduidelijkheden. Bovendien bepalen campings voortaan zelf welke foto’s, video’s en logo’s door ACSI worden gebruikt voor promotie. Door in te loggen in de ACSI Campsite Portal kan het benodigde materiaal makkelijk zelf worden geüpload. Zo staat de camping er altijd zo voordelig mogelijk op.



De nieuwe portals maken het leven van zowel campings als inspecteurs een stuk makkelijker.

ACSI

Campsite Portal - Kampeerdorp de Zandstuve

Contact - Inspector

Contact - ACSI Sales

105730

Home

Promotion [Signed]

Material [Open]

Control Panel

Material

Here you will find a list of the promotion you ordered. You can upload and save the materials for each product.

Campinggids EU

Campingführer Europa

CampingCard ACSI

Online Photos

Inspector Photos

Photos

You have indicated that you want to submit new photo(s) for the Online Photos

Upload Photo

Include 27 Images included in promotion 2020

You can select 27 photos for your online presentation on the multiple websites of ACSI. Calculation:

- 4 photos for Campinggids Europa 1/8 z/w

- 3 photos for Campingführer Europa 1/8 kleur

- 20 photos for ACSIBooking

Include in promotion 2020

Do not include in promotion 2020

Validation by Inspector :

Approved

Rejected

Include in promotion 2020

Do not include in promotion 2020

Validation by Inspector :

Approved

Rejected

Include in promotion 2020

Do not include in promotion 2020

Validation by Inspector :

Approved

Rejected

Include in promotion 2020

Do not include in promotion 2020

Validation by Inspector :

Approved

Rejected

Include in promotion 2020

Do not include in promotion 2020

Validation by Inspector :

Approved

Rejected

Include in promotion 2020

Do not include in promotion 2020

Validation by Inspector :

Approved

Rejected

Include in promotion 2020

Do not include in promotion 2020

Validation by Inspector :

Approved

Rejected

Include in promotion 2020

Do not include in promotion 2020

Validation by Inspector :

Approved

Rejected

Include in promotion 2020

Do not include in promotion 2020

Validation by Inspector :

Approved

Rejected

Include in promotion 2020

Do not include in promotion 2020

Validation by Inspector :

Approved

Rejected

Colour explanation

Not included by campsite

Included by campsite

Approved by Inspector

Rejected by Inspector

© 2019 by ACSI Campsite Portal (v.1.3.95)

maar wel handig

Samen met de inspecteur

Campings die hebben gewerkt met de nieuwe portal zijn over het algemeen enthousiast. Na de eerste kennismaking zien de meesten uiteindelijk vooral de voordelen van de portals. Zo ook eigenaar Lars Norgaard

'IK HEB NU ZELF DE CONTROLE'

van Løkker Strand Camping in Noord-Jutland. 'Ik heb best even mijn weg moeten vinden in de ACSI Campsite Portal.' Vandaar dat de Deen blij was dat hij zijn promotiewensen samen met de inspecteur kon invullen in de portal. 'De inspecteur nam alle tijd en zo zijn we er prima uitgekomen,' zegt Norgaard. Hij vindt het vooral een voordeel dat de afspraken helder op een rijtje staan en op een later moment snel in te zien zijn. Als hem wordt gevraagd of hij diep in zijn hart liever zou terugkeren naar de tijd van de papieren overeenkomsten, zegt hij: 'Kom zeg, dat is nu eenmaal niet meer van deze tijd. Alles gaat digitaal. Of we het leuk vinden of niet. Je moet natuurlijk geen computerstoring krijgen, maar verder heeft digitaal toch veel voordelen hoor.'

Overzichtelijk stappenplan

Angelique Joosten, marketingmanager van Recreatiepark De Leiestert in het Limburgse Roggel, is eveneens positief. Ook zij heeft de ACSI Campsite Portal de eerste keer samen met een ACSI-inspecteur doorgenomen. 'Je doorloopt een aantal stappen die elkaar logisch opvolgen. Wie goed leest en niet te veel haast heeft, komt er zeker uit.' Recreatiepark De Leiestert maakt ieder jaar gebruik van nieuw advertentiemateriaal. Joosten vindt het vooral fijn dat ze dit nu niet meer naar ACSI hoeft te sturen en dan hopen dat het goed komt. 'Ik heb zelf de controle nu. Ik open de portal en kan vervolgens het materiaal uploaden voor mijn camping. Dat geeft een gevoel van zekerheid. Bovendien heb je als camping al je gegevens bij elkaar. Zo raak ik eindelijk eens af van al die kasten vol hangmappen met papieren rapporten en contracten', lacht ze. Of ze nog advies heeft voor campings die het werken met de portal nog niet zo simpel vinden? 'Vraag iemand om even te helpen. Jonge mensen weten alles van computers en bewegen zich heel makkelijk in de digitale wereld. Een zoon of dochter, een receptioniste of een anima-

tiemedewerker; met een beetje hulp van de jongere generatie komt een campingeigenaar die geen held met computers is er zeker uit.'

Nieuwe mogelijkheden

Ondertussen blijft ACSI de portals ook na de inspecties van deze zomer gewoon doorontwikkelen, om zo de camping nog beter van dienst te zijn. Er valt steeds iets nieuws te ontdekken. Zo is het vanaf het einde van dit jaar mogelijk de afspraken voor extra promotie op de diverse websites en apps van ACSI via de Campsite Portal te maken. Door een directe link naar de campingwebsite te plaatsen, trekt een camping meer bezoekers. De camping verschijnt dan namelijk hoger in de zoekresultaten van Eurocampings.eu en in de ACSI Campings Europa-app. Bij deelname aan CampingCard ACSI wordt de link ook doorgeplaatst op CampingCard.com en in de CampingCard ACSI-app. Staat de camping op de ACSI Klein & Fijn Kamperen-website, dan wordt de link ook hier en in de ACSI Klein & Fijn kamperen-app geplaatst. Alleen als een klant ook daadwerkelijk op de directe link naar de campingwebsite klikt,

zijn daar kosten aan verbonden. Hiervoor kan een aantal 'clicks' worden ingekocht. Zijn de clicks op, dan verdwijnt de directe link weer. Extra clicks bijkopen kan altijd. In de ACSI Campsite Portal is zichtbaar hoe vaak er op een link wordt geklikt. Ook is in de portal inzichtelijk hoeveel clicks zijn ingekocht en hoeveel er nog over zijn. Zelfs het instellen van een specifieke pagina of een andere taalversie van de

'ALLE AFSPRAKEN ALTIJD BINNEN HANDBEREIK'

campingwebsite is mogelijk.

Alles binnen handbereik

Kortom: met de portals zijn alle afspraken en opdrachtbevestigingen altijd binnen handbereik. Bovendien wil ACSI door de portals te gebruiken de kans op fouten minimaliseren. Dat is beter voor de camping én voor de kampeerder.

Hoe zat het ook alweer?

Ook deze zomer inspecteerden circa driehonderd inspecteurs van ACSI ruim tienduizend campings. Tijdens het bezoek wordt ook met de camping besproken welke mogelijkheden er zijn voor advertenties en online promotie, om zo meer kampeerders naar de camping te trekken. Voor het eerst werden deze afspraken vastgelegd binnen twee nieuwe systemen: de zogenoemde ACSI Inspector Portal en de ACSI Campsite Portal.

Het gebruik hiervan zorgt voor een verbeterslag in de kwaliteit van de gegevens. Ook de verwerking van de input die wordt verzameld tijdens de inspectie wordt minder foutgevoelig. Daarnaast betekenen de portals het einde van de papieren opdrachtbevestigingen.



Het promotievoorstel ontvangt de camping nu digitaal. De contactpersoon van de camping bevestigt de opdracht via een verificatiecode die hij of zij via de mobiele telefoon ontvangt. De afspraken die worden gemaakt, zijn ook online terug te vinden in de ACSI Campsite Portal. Mochten die afspraken niet voldoen, dan kan de camping de opdracht voor promotie op een later moment zelf (of in overleg met ACSI) wijzigen in de portal. Dit kan tot de genoemde deadline in de opdracht-

bevestiging. Zo worden mogelijk verwarrende situaties, waarbij meerdere opdrachtbevestigingen circuleren, voorkomen.

Campings die advertenties of online promotie afsluiten, leveren voortaan zelf de foto's, logo's en video's aan die ze daarvoor willen gebruiken. Dit kan door deze bestanden in de ACSI Campsite Portal te uploaden. Zo zijn campings er zeker van dat ACSI altijd het juiste, meest actuele promotiemateriaal gebruikt.



Recreatiepark De Leiestert: 'Zelf je materiaal uploaden geeft een gevoel van zekerheid.'

Wifi op de camping

Trends en uitdagingen

Wifi op de camping is een belangrijke voorziening voor veel kampeers. En een uitdaging voor campingshouders. De ontwikkelingen op het gebied van wifi staan niet stil. We interviewden drie ervaringsdeskundigen over dit onderwerp: Edwin Oskam werkt bij het Nederlandse bedrijf KommaGo, dat veel ervaring heeft met het realiseren van wifi-netwerken op campings. ACSI-inspecteurs Carel en Karin Iking zijn ervaren kampeers en inspecteren al 37 jaar campings in Nederland, Kroatië en Slovenië. Vivien Lamotte is directeur van de Franse camping Campéole Plage des Tonnelles - Dornier.

Groeiende vraag

‘Als we in gesprek gaan met kampeers, merken we dat het sanitair en de wifi de belangrijkste onderwerpen zijn’, vertellen ACSI-inspecteurs Carel en Karin Iking. Volgens Edwin Oskam van KommaGo nemen campinggasten steeds meer mobiele apparaten mee. ‘Niet alleen een smartphone, maar ook tablets en laptops. En ze rekenen op een goede verbinding. Tegelijkertijd zijn de wifi-ontvangers van deze apparaten minder sterk dan een paar jaar geleden.’ Voor campingeigenaren is het een behoorlijke uitdaging om aan alle verwachtingen te voldoen. Vaak volstaan oude netwerken niet meer. Dit is ook de ervaring van Vivien Lamotte van camping Campéole Plage des Tonnelles - Dornier. ‘Ons oude netwerk uit 2010 presteerde niet goed meer en dekte slechts de helft van de camping. Daarom hebben we in 2018 en dit jaar flink geïnvesteerd. Nu hebben we dekking over het hele terrein.’

Bijbetalen of niet?

Moet je als campingshouder gasten voor wifi laten bijbetalen of niet? De standpunten



hierover verschillen. Lamotte geeft aan dat de investering zo groot is dat hij de kosten wel moet doorberekenen. ‘We bieden geen wifi om eraan te verdienen,

‘WE MOESTEN BOMEN SNOEIEN OM TE ZORGEN VOOR EEN STERK SIGNAAL’

maar om tegemoet te komen aan de grote vraag van klanten.’ Inspecteursechtpaar Iking krijgt hierover wisselende reacties van kampeers. ‘We horen geregeld dat gasten bereid zijn om iets meer per overnachting

te betalen als de wifi inbegrepen is. Maar die moet dan wel goed functioneren. Ook wekt het ergernis op als er een systeem is met een betaalde inlogcode die niet goed werkt, of als de camping al erg duur is en gasten moeten bijbetalen voor wifi.’

Oskam signaleert dat de bereidwilligheid om extra te betalen voor wifi afneemt. ‘Een ticketstelsel met inlogcode waarbij soms een maximum is gesteld aan het dataverbruik per dag, wordt steeds minder gewaardeerd.’ Hij geeft wel een alternatief. ‘Steeds meer campings koppelen wifi-toegang aan social media. Ze vragen bijvoorbeeld een like op Facebook in ruil voor de toegang. Op die manier genereren de gasten extra publiciteit.’ Ook raadt Oskam aan om gasten

vooraf te vragen naar hun wifiverensen. ‘Sommige kampeers willen juist bewust geen internet tijdens hun vakantie. Je zou ook kunnen denken aan een wifi-vrij kampeerveld.’

Bomen en rotsen zijn een uitdaging

Campings liggen nu eenmaal vaak in de natuur en dat maakt het niet eenvoudig om overal een goed wifi-signaal te realiseren. ‘In Istrië zijn veel rotspartijen en hoogteverschillen en daar wordt ook wel glasvezel gebruikt’, vertellen inspecteurs Carel en Karin Iking. De camping van Lamotte bestaat uit 26 hectare en er staan veel bomen. Dat vroeg om een doordachte aanpak. ‘We hebben een stuk of vijftig toegangspunten nodig en een overbrugging met een glasvezelkabel van vierhonderd meter. We hadden zelfs een gespecialiseerde tuinman nodig die de bomen snoeide, om te voorkomen dat het gebladerte het signaal te veel zou verzwakken. Verder gebruiken alle toegangspunten natuurlijk elektriciteit, die ook uit de bestaande aansluitingen moet komen. Het was een veelomvattend project. Maar iedere plek heeft nu wifi.’ Ook Oskam geeft aan dat het belangrijk is om het hele terrein te bestuderen. Bij een nieuwe opdracht kijkt hij in eerste instantie naar de plattegrond van een camping. Maar metingen op locatie zijn ook een mogelijkheid.

4G

‘Niet overal komt een goed internetsignaal binnen, ook dat kan lastig zijn voor campings’, vertelt Oskam. ‘Gelukkig neemt de dekking van 4G toe. Dit kan steeds vaker de basis vormen voor het wifi-netwerk.’

‘ALS JE WIFI-TOEGANG KOPPELT AAN SOCIAL MEDIA KRIJG JE EXTRA PUBLICITEIT’

Zeker voor kleine campings kan dit een goede oplossing zijn.’ Inspecteursechtpaar Iking signaleert dat in Nederland veel kampeers al een voordelig mobiel abonnement hebben. Hierdoor hoeven ze niet altijd de wifi van de camping te gebruiken. ‘Jongere gasten, die bijvoorbeeld veel op YouTube zitten, willen wel graag goede wifi.’ Toch profiteren nog lang niet alle campingeigenaren van een goede 4G-dekking. Op de camping van Lamotte bijvoorbeeld, is het 3G- en 4G-signaal niet goed. De verwachting van Oskam is dat dit stukje bij beetje beter wordt en campings steeds meer mogelijkheden krijgen om een goed wifi-netwerk aan te leggen.



Nieuws van de verhuurmarkt

Never a dull moment. De producenten van verhuuraccommodatie en de samenwerkende campings blijven innoveren. Ook nu zijn er weer verrassende nieuwe producten op de markt verschenen en gedurfde ontwerpen bedacht. Alles om de moderne kampeerder op zijn wenken te bedienen. We pikken er een paar uit.

Vakantiepark Mölke in Overijssel neemt dit jaar tien wel heel speciale bungalows in gebruik, speciaal gericht op kinderen. Er zijn drie thema's: Voetbal, Prinsen & Prinsessen en Boerderij. De huisjes zijn tot in detail aangekleed in het thema. Zo slapen de jonge voetballertjes in een dugout,



De voetballungalow van vakantiepark Mölke



De nieuwe Aurora met strak design

de boerderij heeft een boomhut en de prinsen en prinsessen wonen in een kasteel. 'We willen blijven vernieuwen', zegt eigenaar Bert van de Maat. 'En hiermee lopen we weer helemaal voorop.'

Adria kondigt voor 2020 vernieuwingen aan in het hele assortiment. Het meest in het oog springend is een compleet nieuw chalet, de Aurora. Geschikt voor alle seizoenen en zeer energiezuinig. De nieuwkomer bevindt zich tussen een standaard en een modulair chalet in. Voor de glampingtenten is een nieuwe serie ontwikkeld, Adriatic, met een scherpe verhouding in prijs en kwaliteit. En de luxe Boutiquetenten worden voortaan uitgerust met glazen panoramadeuren en -ramen.

De Franse tentenbouwer Tipihome zoekt het hogerop. Althans om te slapen, want ze hebben een serie tipitenten ontwikkeld met een verdieping. Daar bevindt zich een slaapruimte, mét een raampje. Er zijn verschillende uitvoeringen, van standaard tot luxe comfort. De tent is gemakkelijk neer te zetten en geschikt voor elk terrein.

Crippaconcept, de Italiaanse fabrikant van chalets en tentlodges, presenteert zich van 9 tot 11 oktober met een groot paviljoen op de beurs Beach & Outdoor in Rimini. Net als op de Milaan Design Week in april staat de presentatie in het teken van 'Nuovi Sogni', nieuwe dromen. De producent kondigt zes nieuwe aan, waaronder de restyling



Tentenbouwer Tipihome zoekt het hogerop

van de chalets Mediterranea en Queenlander, met nieuwe materialen. En het populaire chalet Next Evo wordt de basis van de nieuwe Mirage, die in drie uitvoeringen verschijnt. In het

assortiment lodgetenten verschijnen twee nieuwe modellen.

Intern bedrijfsnieuws tot slot. Luxetenten.com heeft sinds mei van dit jaar twee nieuwe eigenaren, Hans van der Wind en Ivo van der Vlis. Oprichter Patrick Damen draagt na tien jaar het stokje over en laat een kerngezond bedrijf achter. 'We zijn dé trendsetter in glamping en hebben een portfolio van twaalf modellen gecreëerd. De safaritenten staan al in meer dan 43 landen.' Ivo van der Vlis: 'De glampingmarkt is nog vrij jong en heeft een enorme potentie. Nóg meer comfort en beleving, nóg minder gedoe. Slimme ideeën, soms uit heel andere branches, helpen ons de luxe tent te blijven vernieuwen.'



De Marbles, straks te zien in Rimini.

Forse groei voor ACSI Booking

Sinds 1 januari 2019 is het aantal campings dat boekbaar is via Eurocampings en/of CampingCard ACSI gegroeid van 720 tot 1136; dus al met 58%. In juli was het aantal boekingen voor het seizoen 2019 al ruim vijf keer zo hoog als in dezelfde periode 2018.

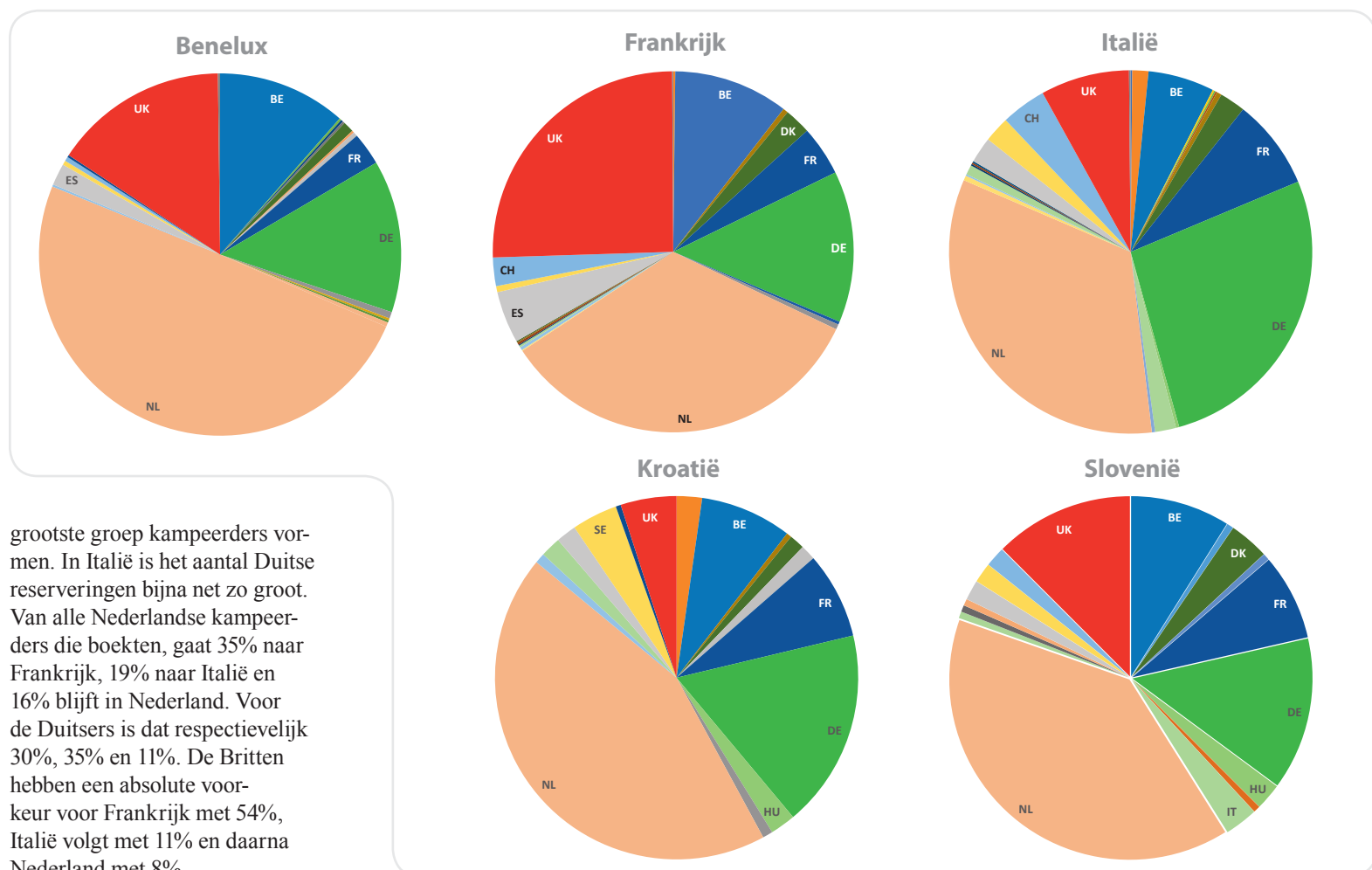
Waar komen de kampeerders vandaan?

De top 5 van 2019 is tot nu toe: Nederland (37%), Duitsland (17%), Verenigd Koninkrijk (17%), België (9%) en Frankrijk (6%). Zij zijn goed voor ruim 85% van de reserveringen. Bijna 1% van alle boekingen komt van buiten Europa. Opvallend is dat de meeste daarvan uit Nieuw-Zeeland zijn. Bij CampingCard ACSI zorgt het Verenigd Koninkrijk voor verreweg de meeste boekingen: 32%.

En waar gaan ze heen?

Qua bestemmingen van alle boekers bestaat de top 5 uit Frankrijk (36%), Italië (23%), Nederland (11%), Kroatië (7%) en Slovenië (6%). Voor alle bestemmingen geldt dat de Nederlanders de

Herkomst kampeerders per bestemming:



grootste groep kampeerders vormen. In Italië is het aantal Duitse reserveringen bijna net zo groot. Van alle Nederlandse kampeerders die boekten, gaat 35% naar Frankrijk, 19% naar Italië en 16% blijft in Nederland. Voor de Duitsers is dat respectievelijk 30%, 35% en 11%. De Britten hebben een absolute voorkeur voor Frankrijk met 54%, Italië volgt met 11% en daarna Nederland met 8%.

Stadscampings aantrekkelijk



Overnachten op een stadscamping is een goedkoop alternatief om optimaal te genieten van een stedentrip.

Al jaren groeit het aantal stedentrips. Mensen willen er steeds vaker tussenuit en voor een tweede of derde vakantie valt de keuze vaak op een citytrip. Hoe reageren de stadscampings hierop?

De populariteit van stedentrips, meestal korte reizen van zo'n één tot drie dagen, neemt gestaag toe. Uit het ITB World Travel Trends Report 2018/2019 blijkt zelfs dat internationale citytrips het snelst groeiende segment van de vrijetijdsmarkt zijn. Die ontwikkeling

is al een tijd aan de gang. Tussen 2007 en 2017 groeide het segment stedentrips vier keer zo veel als de totale vakantiemarkt. In 2014 werden er alleen al in Europa 70 miljoen stedentrips geboekt. Hoewel de groei van citytrips in voorgaande jaren vertraagde, is er voor 2019 nog steeds duidelijk een groei met een plus van 8%. Europa is als continent het meest populair en ontvangt 60% van alle internationale citytrips. 70% van de toeristen bereikt de stad van bestemming middels het vliegtuig. 70% verblijft in hotels,

maar de groei in andere accommodatietypes neemt toe.

Goedkoop alternatief

Overnachten op een stadscamping is een alternatieve en een goedkope manier om optimaal te genieten van een stedentrip. Doorgaans liggen stadscampings net buiten de binnenstad, maar altijd binnen afzienbare afstand van het bruisende centrum. Uiteraard zijn er ook campings net buiten de stad. In veel gevallen zorgt de camping dan voor een pendeldienst of kan men snel

met het openbaar vervoer naar het centrum. Zo vind je in het grootste park van Parijs, Bois de Boulogne, Camping De Paris. 'Goedkoper dan een hotel, even comfortabel en in de natuur!', is de slogan waarmee de camping zich profileert. Een shuttlebus van de camping brengt de gasten in enkele minuten van de camping naar de metro. Andere voorbeelden van dit soort stadscampings zijn Stover Strand in Hamburg, Camping Roma Flash nabij Rome en Stadscamping Deventer (Nederland).

Camping Stover Strand

Niet al te ver van Hamburg, direct aan de Elbe, vind je vijfsterrencamping Stover Strand. Ondanks de nabijheid van die miljoenenstad ligt de camping in een verbazingwekkend groene en landelijke omgeving. Hamburg had in 2018 in totaal 14,5 miljoen toeristische overnachtingen, een stijging van 88% in de afgelopen tien jaar. Campingeigenaar Norbert Kloodt: 'Stover Strand profiteert van deze ontwikkeling en is voor bezoekers van Hamburg, die reizen met caravan, tent of camper, een ideaal vertrekpunt.'

Stover Strand is geen stadscamping in de klassieke betekenis van het woord. Kloodt: 'Wij zijn een natuurcamping aan de rand van de stad. Met dat verschil dat we gasten uit meer dan 35 landen ontvangen omdat Hamburg veel internationale toeristen trekt. De meeste gasten combineren ontspanning in het Elbe-rivierlandschap met een, veelal meerdaags, bezoek aan de Hanzestad. Daarvoor hebben we een uitgebreid serviceaanbod. We verkopen de HamburgCard, een kaartje voor het openbaar vervoer in Hamburg en omgeving, en bieden onze gasten een gratis stadsplattegrond. De bus vertrekt direct vanaf de camping. In het weekend en op feestdagen vullen



Stover Strand is een Duitse natuurcamping aan de rand van Hamburg.

alternatief voor stedentrippers

we het openbaar vervoer aan met onze pendelbus van de camping. En onze gasten kunnen direct bij ons rondleidingen en excursies boeken. Minimaal eenmaal per week bieden we een boottocht over de Elbe aan.'

Stover Strand werkt samen met de toerismebureaus van Hamburg en Flusslandschaft Elbe. 'Dit stelt ons in staat onze gasten meer-talige informatie over Hamburg te bieden, evenals de natuur en cultuur van de regio Tide-Elbe', aldus Kloodt. 'Onze gasten uit Duitsland, Europa en andere verre landen profiteren van het culturele aanbod van de metro-pool Hamburg met de musicals, de haven en de winkelmogelijkheden. Omgekeerd hebben we ook veel gasten uit Hamburg die voor een paar dagen vakantie of een weekend met de caravan of camper naar Stover Strand komen om te ontspannen.'

Camping Roma Flash

Rome is een waar openluchtmuseum en volgens velen de mooiste stad in Italië en misschien ook wel de mooiste stad van Europa. Vanaf Camping Roma Flash sta je met het openbaar vervoer in een uur in het eeuwenoude centrum. Omgekeerd laat je het beroemde Colosseum, het Forum Romanum, de Spaanse Trappen, de Trevi-fontein, Vaticaanstad, de Engelenburcht en het Vittorio Emanuele ook net zo snel weer achter je. En precies daar ligt de kracht van Roma Flash volgens eigenares Elide Giovannini. 'Mensen die drie of vier dagen in de miljoenenstad hebben rondgekeken, laten hier graag de drukte even achter zich en komen relaxen aan het meer.' Roma Flash ligt direct aan de oevers van het meer van Bracciano dat behoort tot de schoonste van Italië. Kampeers staan er nooit verder dan 150 meter van het water. Roma Flash bestaat al dertig jaar en Giovannini ziet het aantal bezoekers groeien. Maar dat heeft niet specifiek te maken met de populariteit van Rome. 'Onze gasten komen niet alleen voor een stedentrip. Ze komen hier vakantie vie-



Uitpuffen van een dagje Rome op het terras van Camping Roma Flash aan het meer van Bracciano.

ren, waar een bezoek aan Rome deel van uitmaakt.' Middels een aantrekkelijk geprijsde dagpas voor het openbaar vervoer reis je van de camping goedkoop en snel heen en weer. Bij voldoende interesse worden er ook excursies naar de 'Eeuwige Stad' georganiseerd. Naast deze grote trekpleister zijn er ook in de directe omgeving archeologische overblijfselen te bewonderen en activiteiten te ondernemen zoals wandelen en fietsen.

Stadscamping Deventer

Deventer is een van de oudste steden van Nederland. De ligging aan de IJssel maakte het mede mogelijk dat de stad kon uitgroeien tot een belangrijk handelscentrum. Als prominent lid van het middeleeuwse handelsverbond de Hanze beleefde de stad in de 14e en 15e eeuw haar 'gouden jaren', waarbij kooplieden uit heel Europa naar de IJsselstad kwamen. Het bijzondere van Deventer is bovendien dat van haar rijke historie zeer veel bewaard is

gebleven. Er zijn maar weinig steden in Nederland die zo veel monumenten kunnen tonen als Deventer.

Stadscamping Deventer is een groene, kleinschalige camping aan de IJssel. De ligging is uniek, het terrein biedt direct uitzicht op de eeuwenoude Hanzestad. En het pontje naast de camping brengt je zo over de IJssel naar de historische binnenstad. Campingeigenaar Jan Lugtmeijer: 'De camping bestaat zo'n dertig jaar en richtte zich aanvankelijk op bezoekers die voor de natuur kwamen. Tien jaar geleden zijn we ons meer gaan oriënteren op de stad en dat heeft geresulteerd in een stijging van de bezoekersaantal-

len. Het is wel zo dat de mensen hier vrij kort verblijven, meestal twee, drie dagen. Dus je hebt relatief veel baliewerk in vergelijking met een camping waar de mensen voor twee of drie weken komen. Als er evenementen of festivals zijn in de stad, probeer ik daarop in te spelen met voorstellingen en presentaties. Bijvoorbeeld een ciderproeverij. Op deze manier probeer ik de sfeer van het evenement in de stad terug te laten komen op de camping. Dat doe ik veelal met ondernemers uit de stad.' Omdat de camping midden in de stad ligt, trekt deze ook ongenode bezoekers: mensen die van de douches en toilet gebruik willen maken en met hun auto over het

terrein rijden. Deze dagrecreanten, die geen campinggasten zijn, vragen volgens Lugtmeijer onevenredig veel aandacht. 'Soms heb ik wel honderd man in het uur die naar het toilet willen. Daar is de toiletcapaciteit niet op berekend. Als je de mensen er op wijst dat ze niet van het campingtoilet gebruik mogen maken (er is wel een speciaal bezoekerstoilet), vinden ze dat heel ongestuurd en kun je zomaar een negatieve review op internet krijgen. Ik wil niet werken met hekken, pasjes, sleutels of te veel regels. Mijn campinggasten waarderen juist dat vrije gevoel. Maar actief toezicht houden betekent wel extra veel werk voor mijn medewerkers.'



De shuttlebus van Camping de Paris brengt je zo naar de Parijse metro.



Stadscamping Deventer ligt prachtig aan de IJssel.

Hoe reageert de campingbranche hierop?

De camper blijft in opmars



Het valt al een aantal jaren op dat er steeds meer campers rondrijden op de Europese wegen. In de pers, maar ook in de campingbranche krijgt dit onderwerp steeds meer aandacht. Wat laten cijfers van de langzame, maar gestage verschuiving van de caravan naar de camper zien en hoe reageren de campings?

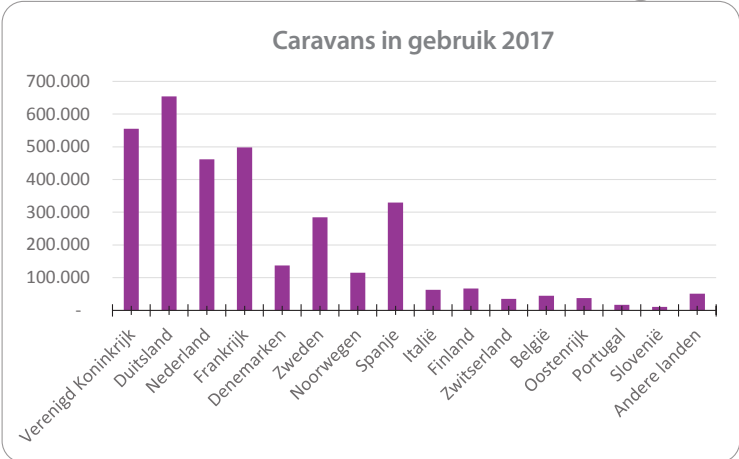
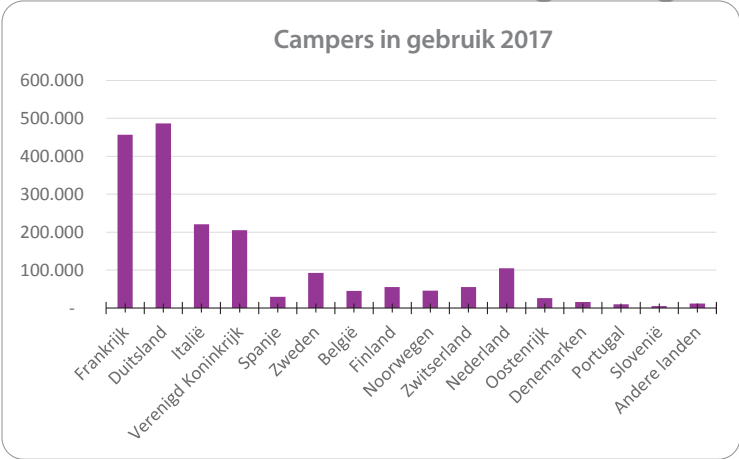
Volgens de laatst beschikbare cijfers van de European Caravan Federation reden er in 2017 in Europa bijna 1,9 miljoen campers rond. Duitsland (486.900) en Frankrijk (457.000) zijn duidelijk koploper, gevolgd door Italië (220.600) en het Verenigd Koninkrijk (205.000). Daarmee is het aantal campers dat geregistreerd staat ruim de helft van het aantal geregistreerde caravans (3.362.950). De verkoopcijfers van de laatste tien jaar tonen aan dat er een duidelijke verandering gaande is. Werden er in 2009 nog zo'n 67.000 campers verkocht, in 2018 waren dat er ruim 125.000. Een stijging van maar liefst 86%. Met name vanaf 2016 zijn de verkopen

explosief gestegen. De caravanverkoop laten een ander beeld zien. Sinds 2009 zijn de verkopen gedaald met bijna 12%.

Grote verschillen per land
We kunnen dus concluderen dat er nog eens zo veel caravans in bezit zijn dan campers, maar dat de camper aan een stevige opmars bezig is. Hoe speel je als campingeigenaar hier nu op in? Allereerst is het belangrijk te constateren dat er belangrijke verschillen zijn per land. Bij de Britse kampeersers bijvoorbeeld is de verhouding caravan/camper 2,7 op 1. In het Verenigd Koninkrijk stegen de camperverkopen de afgelopen tien jaar met 84%. Maar er zijn

daar dus nog altijd ruim een half miljoen caravans.

Groei caravanverkoop Duitsland
In Duitsland en Frankrijk is de verhouding tussen het aantal caravans en campers in gebruik bijna 50:50, waarbij de caravan nog een kleine voorsprong heeft. In beide landen groeien de camperverkopen, maar waar Frankrijk een daling laat zien van het aantal verkochte caravans sinds 2009, groeide het aantal verkochte caravans in Duitsland met maar liefst 46%. Nederland is traditioneel een echt caravanland. De verhouding caravan/camper is hier 4,4 op 1. Maar de caravanverkoop zijn



Home / Campings met camperplaatsen

Campings met camperplaatsen

Bekijk hier de RCN campings voor met de camper

Ga je op reis met de camper en zoek je een leuke camping met speciale plaatsen voor camperliefhebbers? Op al onze campings (m.u.v. RCN Toppershoedje) in Nederland hebben wij speciale camperplaatsen. Op 3 van onze campings in Frankrijk hebben wij ook speciale camperplaatsen. Voor de camperplaatsen hanteren wij ook speciale campertarieven.

- ✓ Met je camper op pad in Nederland
- ✓ Met je camper op pad in Frankrijk

HOME AKTUELLES KUR & RELAX GASTRONOMIE FREIZEIT PREISE & CO KONTAKT

BUCHUNG KONTAKT

WOHNMOBIL-HAFEN

in Nederland drastisch gedaald en de camperverkopen zijn weliswaar groeiend, maar nog bescheiden. Nederland behoort met 462.000 caravans tot de top van Europa, naast Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk. In Italië is de verhouding omgekeerd: het aantal campers is daar bijna vier keer zo groot als het aantal caravanners. Het maakt dus nogal uit wat de belangrijkste kampeermarkt is om de impact van de verandering te kunnen voorspellen. Maar hoe dan ook groeit het aantal campers. Een camper wordt door veel kampeers gezien als het ultieme gevoel van vrijheid. Gaan en staan waar je wilt en het liefst gratis overnachten. Dat leidt logischerwijs tot irritaties bij campingeigenaren. Zeker als de campers voor de poort staat met de vraag of hij zijn vuil water mag lozen en vers water mag tanken. En dan zijn er nog de gratis camperplekken, soms zelfs door de gemeente aangelegd. Het is zeker niet plezierig als die in de buurt van de camping liggen.

Camperaar omarmen
Maar het is beter de campers te omarmen en te begrijpen wat hem of haar beweegt. Zo heeft Kur- & Feriencamping Holmernhof Dreiquellenbad in het Beierse Bad Griesbach camperplaatsen gerealiseerd tegenover de camping. Daar kunnen campers tegen een gereduceerd tarief overnachten en ook vuil water lozen en vers water tanken. Deze campers maken ook gebruik van het restaurant en de winkel. Zo is alles mooi gesplitst, zijn de campers tevreden en wordt er toch geld verdiend.

Ook RCN Vakantieparken richt zich in haar communicatie speciaal tot de campers. Zij hebben speciale camperplaatsen, speciale campertarieven en natuurlijk een camperservicestation. Niet iets uitzonderlijks, maar zij richten zich op hun website wel specifiek ook op de campers.

Campings die vaak forse campers voor de poort kregen, investeerden in grotere kampeerplekken. Daar concentreren zich dan ook vaak de campers die met deze luxe voertuigen op pad gaan. Caravanpark Sexten is daar een mooi voorbeeld van. Zij omarmden de campers en creëerden nieuwe kansen.

Boven: RCN richt zich op de website speciaal tot de campers. Onder: Camping Holmernhof Dreiquellenbad heeft camperplaatsen tegenover de ingang van de camping gemaakt.

Gedraganalyse basis voor marketing van de toekomst

Wie zijn de marketeers van de toekomst? Zijn zij de kunstenaars van de communicatie? Statistici die verbanden zien die anderen niet zien? Software-engineers die marketingsystemen maken? Experts in economisch modelleren? Of gewoon marketeers en ondernemers die gebruikmaken van de nieuwe mogelijkheden zoals platforms, analyses en algoritmes?

Koopgedrag

De invloed van internet is duidelijk merkbaar in het koop- en boekingsgedrag van klanten. Zelf zoeken op internet, zelf de boeking regelen en zelf op reis gaan. De klant van tegenwoordig is beter geïnformeerd, wil overzicht hebben en zelf kunnen kiezen. Speuren op internet is een belangrijk onderdeel geworden van een koopproces en het begin van vakantievreugde. Dit leidt

tot veel mogelijkheden, maar hoe kun je nu als aanbieder gevonden worden op internet? Bovenaan staan in Google is niet eenvoudig. Adverteren op Google is kostbaar, maar potentiële klanten moeten je wel kunnen vinden.

Nieuwe platforms

De nieuwe platforms zoals Booking.com en Airbnb zorgen voor een goede vindbaarheid. Zij bundelen het aanbod gebaseerd

op thema's. Het platform wordt hierdoor snel gevonden door de bezoekers, op zoek naar een specifiek aanbod. Wilt u reizen? Kijk bij Cheaptickets.nl. Zoekt u een slaapplek? Kijk bij Airbnb. En voor een hotel gaat u naar Booking.com of Trivago. Zij hebben in één seconde het hele aanbod inzichtelijk. In een platform werken aanbieders samen die er zo voor zorgen dat het platform snel wordt gevonden. Een effectieve manier van samenwerken, ook voor campings. Daarnaast ontstaat er ook veel kennis van koopprocessen, klantvoorkeuren en wensen. Dit kan de basis zijn voor een goede afstemming tussen de vraag van boekers en het beste aanbod.

Algoritmes zorgen voor communicatie

Maar als boekers eenmaal bekend zijn, moet er natuurlijk met hen worden gecommuniceerd. Dat gaat met zogeheten algoritmes. Dit zijn communicatiecycli die steeds automatisch worden aangepast, waardoor een individuele communicatie op basis van alle kenmerken van boekers mogelijk

Technologie biedt nieuwe mogelijkheden

Platforms zoals Airbnb en Uber bundelen het aanbod en matchen op basis van individuele behoeften. Samenwerken en inspelen op individuele wensen is een krachtig model en sterker dan het huidige aanbodmodel. Stel uzelf als camping de vraag of u in een platform wilt samenwerken met concurrerende campings als dat op basis van de behoefte van de klant gebeurt.

Diepgaande analyses moeten data opleveren over ander en individueel koopgedrag, maar ook vooral over het voorspellen van gedrag. De huidige clusteranalyses zijn hiervoor te beperkt. Dat geldt ook voor historische data, aangezien alleen het verleden wordt geoptimaliseerd.

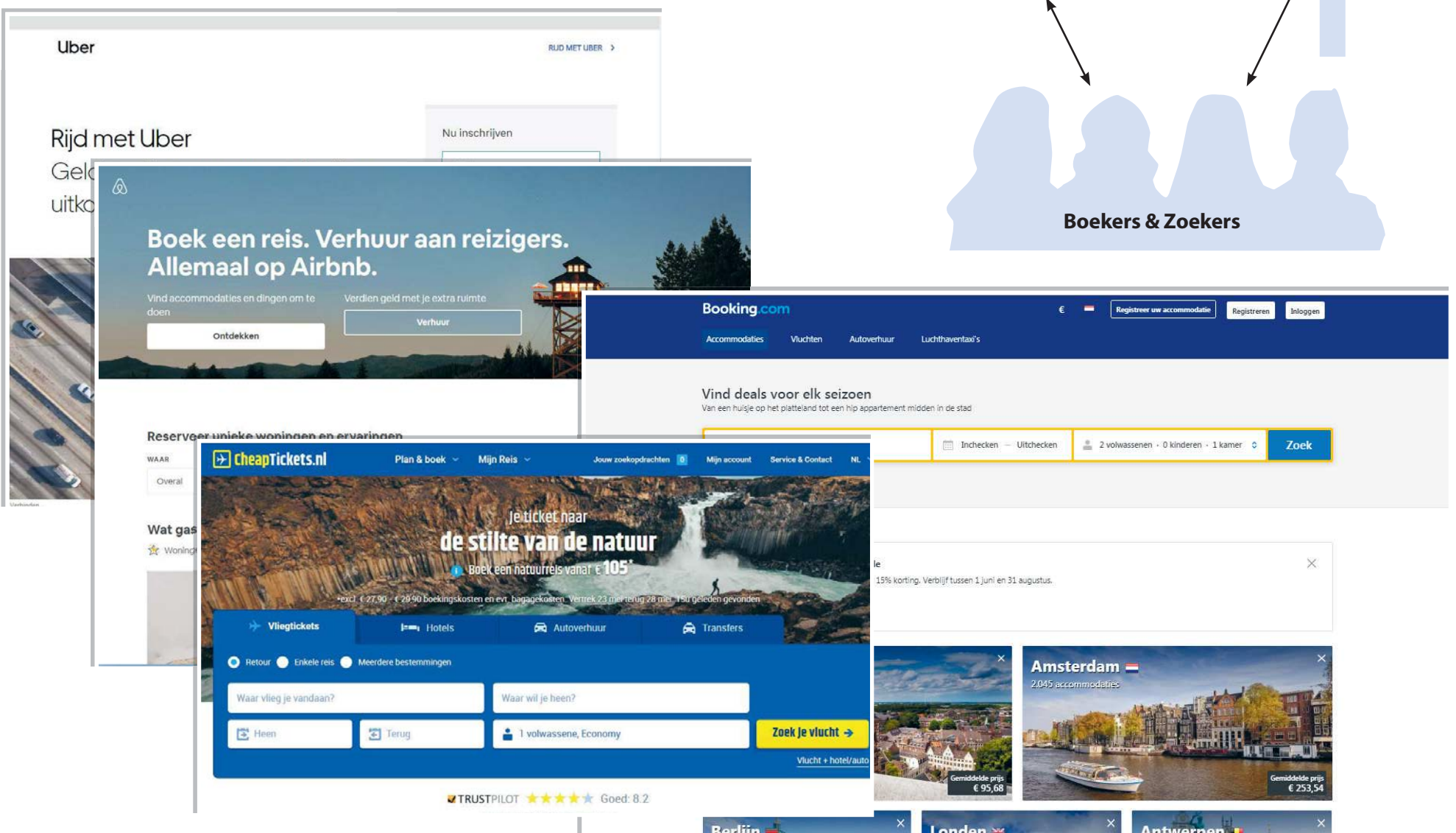
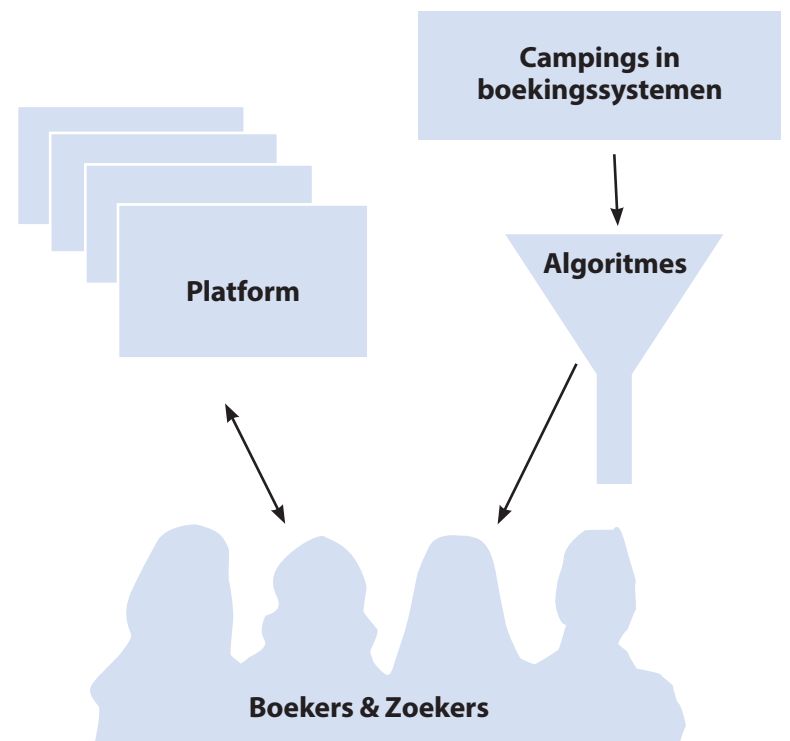
Algoritmes zijn automatische processen die op basis van gedrag de communicatie met klanten initiëren. Hierdoor ontstaat een grotere klantenbinding, loyaliteit maar ook meer 'terugkomgedrag'.



Cor Molenaar is bijzonder hoogleraar eMarketing bij RSM/ Erasmus Universiteit en directeur van het strategische adviesbureau eXQuo consultancy en partner bij Platformsupport@consultancy. Hij heeft diverse boeken geschreven waaronder *Einde concurrentie?* *Zakendoen in de platformeconomie*. Daarnaast adviseert hij bedrijven over marketingstrategie en de toepassing van technologie bij het zakendoen.

is. De algoritmes zorgen samen met het platform voor een efficiënte marketing en een optimale individuele relatie met boekers en klanten. Dit gebeurt al bij andere Airbnb, Trivago en Uber, maar dit is ook de basis voor vandaag en morgen voor u als camping. Uw klanten kopen al op

deze manier. Niet meedoen maakt het heel lastig om nog te kunnen concurreren. Hier gezamenlijk aan werken zal tot direct resultaat leiden. Kennis van zoekers, boekers en klanten, en directe communicatie zijn bestaansvoorwaarden voor de toeristenindustrie.



ACSI als dé matchmaker tussen camping en kampeerder

Kamperen is een persoonlijke ervaring en de ideale camping bestaat niet. Waar de ene kampeerder het liefst op een grote camping met zwemparadijs aan het strand staat, staat de ander graag op een kleine camping in de natuur. En heeft hij aan een winkeltje met verse broodjes genoeg.

Bij ACSI zijn we ruim een jaar geleden een project gestart om zoveel mogelijk Europese kampeerders te leren kennen en van deze kampeerders te weten te komen hoe wij hen het beste kunnen helpen. Dit doen we door onze klantendatabases, campinginformatie, inspecteurs-content en ons internetverkeer aan elkaar te koppelen. Al deze gegevens stonden tot voor kort op verschillende locaties en waren opgeslagen in verschillende systemen. In het nieuw gebouwde ACSI Datawarehouse wordt alle

beschikbare data samengevoegd, zodat er een zo rijk mogelijk klantbeeld ontstaat.

In het onderstaande schema laten de nummers 1 tot en met 4 alle beschikbare content en klantinformatie zien. Denk hierbij aan bestellingen, telefoontjes aan de klantenservice, de inspecteursrapporten en beoordelingen. Dit komt samen in de centrale database (5), die we het datawarehouse noemen. In het schema aangeduid met 'DWH'.

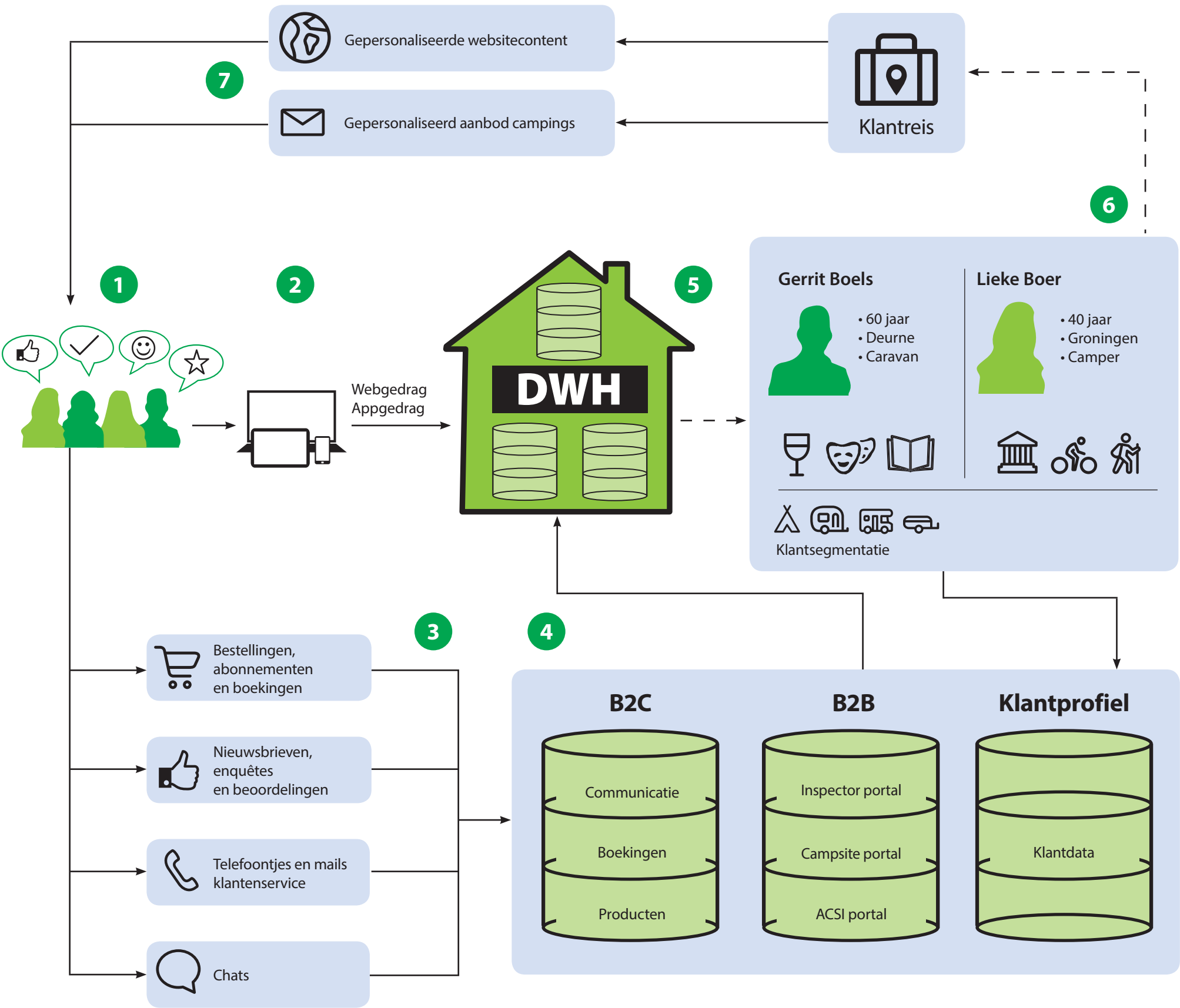
Dat klinkt natuurlijk mooi, maar wat gaan we er dan mee doen? We willen zo individueel en persoonlijk mogelijk met onze klanten communiceren en hen de juiste camping aanraden. Dit gaan we doen aan de hand van zogenaamde klantprofielen en op basis van hoe deze klanten met vakantie en kamperen omgaan. We stemmen onze content en communicatie op deze verschillende klantprofielen af. Bij nummer 6 staan twee voorbeelden van een klantprofiel.

Gerrit Boels is 60 jaar, woont in Deurne en heeft een caravan. Tijdens zijn vakantie houdt hij ervan om te lezen en musea te bezoeken. Ook is hij dol op lekker eten met een goed glas wijn. Lieke Boer is juist heel actief, houdt van fietsen en wandelen en reist met een camper. Logisch dat deze personen zich anders op hun vakantie oriënteren, andere eisen aan de camping stellen en andere toeristische informatie zoeken.

De manier waarop ACSI met deze twee klanten communiceert zal dan ook sterk verschillen (7). Zo worden de verschillende ACSI-websites die zij bezoeken

aangepast op wat we van deze klanten weten. Denk hierbij aan het tonen van campings met een hiking-profiel voor Lieke of campings met een uitgesproken goed restaurant voor Gerrit.

Uit de respons en het online gedrag van kampeerders op de verschillende manieren van communiceren en presenteren van de content op de websites, kunnen we analyseren wat goed werkt en wat minder goed. Hierdoor ontstaat een leerproces dat continu doorgaat. Met als uiteindelijk resultaat dat ACSI dé ultieme matchmaker tussen camping en kampeerder is!



3e ACSI FreeLife TestTour

1 tour, 2 bestemmingen

Na een succesvolle TestTour door Catalonië in 2018 is ACSI er opnieuw in geslaagd een dergelijke samenwerking op te zetten. Deze keer voert de reis voor de testteams Actievelingen en Gezinskampeerders naar het Belgische Wallonië. En de Cultuurliefhebbers en Levensgenieters toeren langs de meest prominente Nederlandse en Duitse Hanzesteden.

Het aantal aanmeldingen voor de ACSI FreeLife TestTour steeg dit jaar van meer dan 100 naar ruim 240 aanmeldingen. Kampeerders konden zich door middel van een video voorstellen aan de redactie van ACSI FreeLife magazine en solliciteren naar een van de vier verschillende testteams: levensgenieters, actievelingen, cultuurliefhebbers en gezinskampeerders. Tijdens een selectieavond op het hoofdkantoor van ACSI in Andelst kregen vier kandidaten per categorie de kans om zichzelf te presenteren. De vier teams op de foto zijn door de selectie gekomen en spelen de hoofdrol tijdens de tour, die deze keer is opgesplitst in twee reizen.

Terwijl u deze krant leest zijn de Actievelingen en Gezinskampeerders al in Wallonië geweest met een splinternieuwe caravan voortgetrokken door de Subaru Outback. Daar stelde onze partner Wallonië België Toerisme een spectaculair reispro-

gramma voor ze samen. Denk aan hiken en raften in de Ardennen, racen over het circuit van Spa-Francorchamps en wandelen door de Grotten van Han. Ook diverse campings in Wallonië maakten deel uit van de samenwerking. De spectaculaire beelden en blogs zenden we in januari 2020 uit via verschillende ACSI-kanalen.



De hoofdrolspelers van de ACSI FreeLife TestTour 2019.

De TestTour langs de Hanzesteden wordt op dit moment door het testteam Cultuurliefhebbers en Levensgenieters gereden met twee splinternieuwe campers. Op de voet gevolgd door het camera-team van ACSI FreeLife. De route vol activiteiten en overnachtingen op campings en camperplaatsen is samengesteld door onze partner Interreg Deutschland Nederland. De Levensgenieters smikkelen bijvoorbeeld van de wereldberoemde Deventer koek terwijl de Cultuurliefhebbers zich verdiepen in de indrukwekkende

geschiedenis van de Hanze. De kampeervoertuigen zijn dit jaar wederom geleverd door onze partner de Erwin Hymer Group Nederland, die onder andere de caravanmerken Dethleffs, Eriba, Bürstner en LMC vertegenwoordigt. De belevenissen van de Cultuurliefhebbers en Levensgenieters worden eind september uitgezonden.

Ook ACSI FreeLife magazine publiceert veel over de avonturen van alle testteams. Maar natuurlijk ook over de kampeermiddelen en zelfs de kampeerbodigheden die beschikbaar zijn gesteld in samenwerking met partner Isabella. Met alle publicaties en video's worden zo'n twee miljoen kampeerders bereikt. Volg de ACSI FreeLife TestTour op de voet via ACSIFreeLife.nl/testtour2019.

Bent u benieuwd naar de mogelijkheden voor samenwerking met betrekking tot de ACSI FreeLife TestTour? Neem dan gerust contact op en vraag naar de mogelijkheden!

Colofon

Uitgave

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

Directie

Ramon van Reine

Hoofredactie

Frank Jacobs

Coördinatie/Eindredactie

Ed Lodewijks

Redactie

Timo de Boer, Joyce Broekhuis, Lot Folgering, Charlotte Kipp, Marieke Krämer, Bram Kuhnen, Hans Pijnenburg, Katinka Schippers, Vincent Smit, Guido van den Tillaart, Jeroen Timmermans, Olle Vastbinder, Lucia Velthuis

Advertentieverkoop

Salesafdeling ACSI

Beeldredactie

Bobo Freeke, Maurice van Meteren

Lay-out

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

Vormgeving

Ton Oppers

Druk

Rodi Rotatiedruk

Drukwerkbegeleiding

Ronnie Witjes

Met 'We zijn er bijna!' naar de Balkan

ACSI op televisie

Op vakantie met je camper of caravan, naar plekken waar je nog nooit bent geweest en met een groep mensen die je nog nooit hebt ontmoet? Hoe leuk dat kan zijn, laat het Nederlandse tv-programma 'We zijn er bijna!' zien. Voor het tweede jaar op rij stond in deze televisiehit, die in haar bestaan regelmatig per aflevering meer dan 1,5 miljoen kijkers scoort, een kampeerreis van ACSI in het zonnetje.

Onder begeleiding van ACSI-reisleiders Willem en Petra Kuijs ontdekte een groep van 33 kampeerders vele hoogtepunten in Bosnië, Montenegro en Albanië. Tijdens de vijfweekse reis werden de caravanners en campers in hun kielzog gevolgd door

een cameraploeg van Omroep Max. De kijkers kregen zo een uniek kijkje in de wereld van kampeerreizen.

Positieve beeldvorming

'We zijn er bijna!' belicht alle aspecten van het vakantieleven

tijdens een georganiseerde reis. Van het op de plaats zetten van de caravan met een mover en het sluiten van nieuwe vriendschappen tot de onderdompeling in andere culturen en het ontdekken van wonderschone natuur. Het programma is het perfecte middel om heel Nederland de positieve kanten van een kampeerreis met een groep te laten zien.

Uitdagende excursies

Een van de hoofdrollen tijdens deze reis was gereserveerd voor avontuur in de natuur. In Montenegro een afdaling met een zipline, raften over een Bosnische rivier en in het Albanese Theth een uitdagende, tweedaagse wandeltocht: vol enthousiasme stortten de deelnemers zich in het avontuur. Dat leverde spectaculaire beelden op.



Petra en Willem Kuijs, de ACSI-reisleiders van deze 'We zijn er bijna!'-editie.

Nieuwsgierig hoe zo'n reis verloopt?

Kijk de afleveringen terug op NPOstart.nl.

Deskundigheid van ACSI

ACSI Kampeerreizen biedt georganiseerde rondreizen aan op de Nederlandse en Duitse markt. Kampeerders met een eigen caravan of camper kunnen kiezen uit een breed assortiment bestemmingen, zowel binnen als

buiten Europa. Elke reis is uniek en heeft een excursieprogramma dat is afgestemd op de doelgroep. Er is daarnaast ook ruimte voor eigen invulling. De reisleiders worden intern opgeleid door ACSI en staan tijdens de reis klaar met raad en daad.



Spectaculair: raften in Bosnië.



Media 2020

Your European Media Specialist

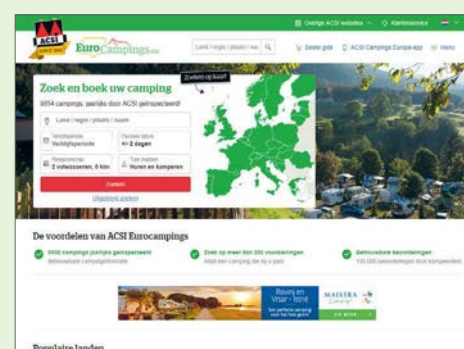
ACSI Campinggidsen

Alle jaarlijks geïnspecteerde campings worden gratis vermeld in diverse ACSI Campinggidsen, die in meerdere landen worden verkocht. In 2020 is de totale oplage van de gidsen 710.500. 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 10.000.000+ 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.



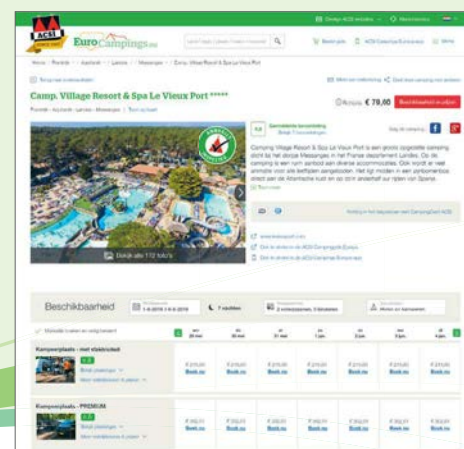
ACSI Campings Europa-app

Uw uitgebreide campinginformatie wordt ook gratis doorgeplaatst in de ACSI Campings Europa-app. Deze app wordt 2.500.000 keer per jaar bezocht, is online én offline te gebruiken en is beschikbaar in 13 talen. Als adverteerder profiteert u ook hier van extra aandacht.



ACSI Booking

Met ACSI Booking kunt u uw campinaanbod beschikbaar stellen op de sites en in de apps van ACSI. Wilt u profiteren van dit handige reserveringssysteem? Het koppelen van uw camping is eenvoudig, u betaalt altijd een lage commissie, bepaalt zelf het aanbod en de kampeerder betaalt de officiële prijs van de camping.



Kijk voor alle promotiemogelijkheden op:

www.ACSI-MEDIA.com