

AUSGABE HERBST 2022

Die ACSI Zeit wird von Europas führendem Campingspezialisten herausgegeben. Auch in dieser Ausgabe erfahren Sie wieder viel Wissenswertes über wichtige Faktoren und Entwicklungen in der Campingbranche. Wir berichten, wie Campingplätze mit dem Problem des Personalmangels umgehen. Und wir blicken voraus auf den Einfluss, den Inflation und Preissteigerungen auf die Campingsaison 2023 haben werden. Werden die Camper deshalb ihre Urlaubspläne ändern? Außerdem informieren wir über die Abstimmung für die ACSI Awards 2023.

EIN JAHR NACH DER FLUTKATASTROPHE

Im Sommer 2021 wurde der Nordwesten Europas von schweren Überschwemmungen aufgeschreckt. ACSI sprach mit drei Campingplatzbesitzern, deren Campingplätze voriges Jahr unter Wasser standen. Wie groß war der Schaden? Und wie sieht es auf den Campingplätzen ein gutes Jahr später aus?

► Fortsetzung auf den **Seiten 2-3**

EUROPÄISCHE AUSBILDUNG FÜR CAMPINGPLATZ-MANAGEMENT

Im Herbst 2023 beginnt der Masterstudiengang Sustainable Outdoor Hospitality Management. Ward Wijnngaert gehört als Mitglied des Projektteams und Dozent zu den Initiatoren dieser Ausbildung. Er erklärt, warum Hochschulen in Breda, Girona und Rijeka ihre Kräfte gebündelt haben.

► Fortsetzung auf **Seite 7**

ACSI AWARDS 2023: DIE NEUE ABSTIMMUNG HAT BEGONNEN

Auch 2023 werden wieder die ACSI Awards vergeben. Bis zum 15. Januar können Camper aus ganz Europa für ihren Lieblingscampingplatz stimmen. ACSI gibt Tipps und Anregungen, wie sich die Gewinnchancen eines Campingplatzes erhöhen lassen.

► Fortsetzung auf den **Seiten 8-9**

AUSBLICK AUF DAS NEUE CAMPINGJAHR

In Europa passiert derzeit sehr viel. Branchenspezialist Jos Klerx untersucht zusammen mit ACSI-CEO Ramon van Reine und mehreren Campingverbänden den Einfluss von steigenden Preisen, Inflation und dem Krieg in der Ukraine auf die neue Campingsaison.

► Fortsetzung auf den **Seiten 11-13**

CAMPINGPLÄTZE MIT EINER LANGEN GESCHICHTE

Camping hat Tradition. In dieser Rubrik erzählen Campingplatzbesitzer von der vielfältigen Vergangenheit ihres (Familien-)Betriebs. So entsteht ein schönes, interessantes Bild von etwa hundert Jahren Camping in Europa.

► Fortsetzung auf den **Seiten 14-15**

Trotz wenig Personal viel erreichen

Bei der Suche nach neuen Mitarbeitern ist Kreativität gefragt

Das Campingjahr 2022 läuft für viele Campingplätze sehr gut. In Europa gibt es kaum noch Reisebeschränkungen und es wird wieder auf die gute alte Art und Weise gecamppt. Natürlich empfangen die Campingplätze ihre Gäste mit offenen Armen, aber oft fehlt es an Personal, um alle Einrichtungen des Campingplatzes in Betrieb zu halten. Das führt in vielen Fällen zu Problemen und zwingt Campingplatzbesitzer zu kreativen Lösungen.

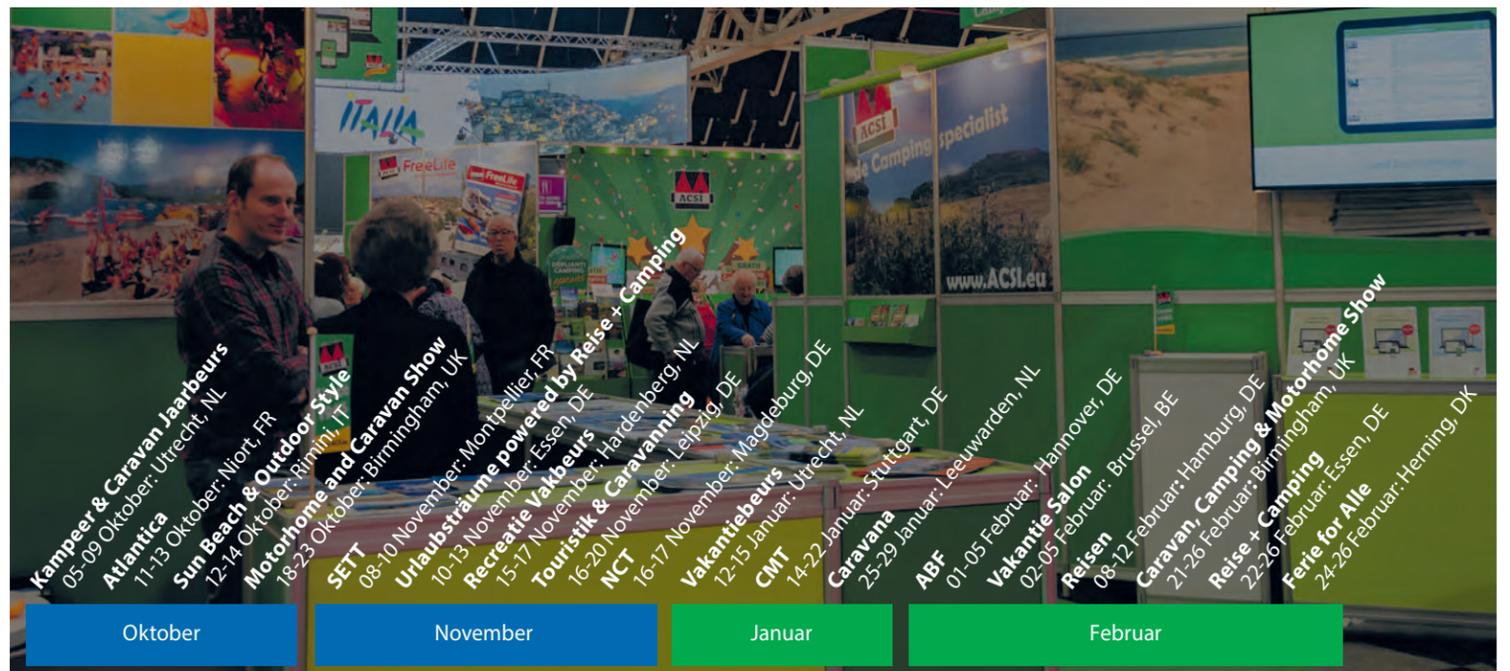
Zum Glück gibt es durchaus Möglichkeiten, dieses Problem anzugehen, wie Gespräche gezeigt haben, die ACSI mit verschiedenen Freizeitunternehmern und Campingplatzbesitzern geführt hat. Die Kunst besteht darin, mit weniger Mitarbeitern mehr zu erreichen und neue Wege zu finden, um Mitarbeiter anzuwerben und zu halten. Näheres erfahren Sie auf den Seiten 2 und 3 dieser Ausgabe der ACSI Zeit.



Im Campingplatz-Lokal etwas essen und trinken: aufgrund der Personalknappheit längst keine Selbstverständlichkeit mehr.

ACSI präsentiert sich auf den wichtigsten Fachmessen

Messekalender für den Herbst und Winter



Die Camping- und Wohnwagenmessen finden wieder statt. Vorausgesetzt, das Coronavirus macht uns nicht wieder einen Strich durch die Rechnung, können sich Camper, Campingplatzbesitzer und andere Interessierte in den kommenden Monaten von den neuesten Trends und Entwicklungen in der Campingwelt inspirieren lassen.

Als führender europäischer Campingspezialist ist ACSI natürlich auch auf den wichtigsten Branchenmessen vertreten. Der

ACSI-Stand findet sich in fünf europäischen Ländern auf siebzehn Verbrauchermessen, auf denen insgesamt über 1,6 Millionen Besucher erwartet werden.

In der kommenden Zeit wird ACSI auf der Kampeer & Caravan Jaarbeurs in Utrecht (Niederlande), der CMT in Stuttgart (Deutschland), dem Vakantie Salon in Brüssel (Belgien) und der Caravan, Camping & Motorhome Show in Birmingham (Großbritannien) anzutreffen sein.

Campingführer sehr beliebt

Auf den Messen können Besucher ACSI und seine Produkte kennenlernen. Die Mitarbeiter an den Ständen erläutern die Produkte und beraten zu der Frage, welcher Campingführer oder welche App den Wünschen des Besuchers am besten entspricht. Jedes Jahr aufs Neue stellt ACSI ein großes Interesse an seinen Produkten fest. Auf den Herbstmessen werden die Campingführer für das laufende Campingjahr verkauft und die Produkte für das nächste

Jahr können bereits bestellt werden.

Auch die anderen ACSI-Produkte werden gut sichtbar präsentiert. So steht am Stand beispielsweise ein meterhohes Smartphone, auf dem Camper die ACSI-Apps ausprobieren können, es gibt eine Glückskiste, die den Gewinn attraktiver Preise in Aussicht stellt, und zudem können die Besucher für den Campingplatz stimmen, der ihrer Meinung nach einen ACSI Award verdient.

„Foodtrucks ersetzen das geschlossene Restaurant“

Campingplätze berichten über ihren Umgang mit anhaltendem Personalmangel

Campinggästen wird vorgeschlagen, die sanitären Anlagen – gegen Bezahlung oder im Tausch gegen einen kostenlosen Aufenthalt – selbst zu reinigen, Essensbestellungen geben die Gäste per QR-Code auf, oder das Campingplatz-Restaurant wird sogar komplett geschlossen. Der Personalmangel im Gastgewerbe und im Freizeitsektor macht sich überall in Europa bemerkbar. Auch viele Campingplätze sind betroffen. ACSI sprach mit verschiedenen Touristik-Unternehmern und Campingplatzbesitzern – auch über die Möglichkeiten, wie sich trotzdem neues Personal anwerben lässt.

Die Coronakrise hat dazu geführt, dass die Urlaubssaisons in den Jahren 2020 und 2021 anders verliefen als geplant. In der diesjährigen Saison sieht es deutlich besser aus, aber dafür ist unverhofft ein neues Problem aufgetaucht: Personalmangel. Viele Campingplatzbesitzer wurden davon ziemlich überrascht und das verursacht Stress. Um den Betrieb aufrechtzuerhalten, müssen sie kreativ sein. Und selbst dann bleibt ihnen oft nichts anderes übrig, als das Animationsprogramm zu kürzen, die Öffnungszeiten der Gastronomie zu reduzieren oder das Restaurant für einen zusätzlichen Tag zu schließen. Die Branche stützt sich in der Hochsaison für gewöhnlich auf junge Leute und Studenten, aber die machen diesen Sommer scheinbar lieber Urlaub, feiern Nachholpartys und gehen auf Festivals.

„Junge Leute wollen Urlaub machen“

Jeroen Fermont, Miteigentümer von TeamAnimation, stellte fest, dass die Zahl der jungen Aushilfskräfte, die in diesem Sommer arbeiten wollten, viel geringer war als in den Vorjahren. Das Unternehmen

vermittelt jährlich etwa 700 junge Animatoren auf Campingplätze in den Niederlanden und Frankreich, denen diese Dienstleistung eine Menge Arbeit erspart. „Eine Saison war normalerweise vorhersehbar, aber dieses Jahr war der Markt völlig anders. Ich denke, das hat mit der Coronakrise zu tun. Junge Leute konnten schon lange nichts Schönes mehr unternehmen und wollten scharenweise in Urlaub fahren. Auch viele Festivals und Konzerte, die wegen Corona verschoben worden waren, wurden in diesem Sommer nachgeholt. Sie wollen sich amüsieren. Und einen ganzen Sommer lang im Ausland zu arbeiten, ist nicht besonders attraktiv.“

Berufswechsel aufgrund von Corona

Die Campingplatzkette Eldorado Parken leidet vor allem in der Gastronomie unter Personalmangel. „In unserer größten Ferienanlage, Vakantiepark De Bergen in Wanroij, haben wir neben unserem Ferienpark auch einen Abenteuerpark. In beiden Parks gibt es mehrere Gastronomiebetriebe, in denen der Mangel an Mitarbeitern deutlich zu spüren ist“, erklärt Marketing- und

Vertriebsmitarbeiter Marco Jacobs. Wir konnten beobachten, dass viele Mitarbeiter in den Gesundheitssektor gewechselt haben. Zum Beispiel als Helfer in Test- und Impfzentren. Hier fand man auch während der Coronakrise eine Beschäftigung, während das Gastgewerbe schließen musste. Viele Mitarbeiter, die die Branche verlassen haben, wollen nicht zurückkehren. Das ist natürlich schade, denn es ist ein sehr schönes Aufgabenfeld“, findet Jacobs.

Digitales Einchecken

Der Personalmangel ist für viele Campingplätze ein Grund, die Digitalisierung zu beschleunigen. Der Campingplatz Siersburg im Saarland hat bereits alles digitalisiert, um ohne Personal auskommen zu können. „Wir haben einen Check-in-Automaten, damit unsere Gäste dies selbst erledigen können, wenn die Rezeption geschlossen ist. Auf diese Weise brauchen wir überhaupt kein Personal“, erklärt das Geschäftsführer-Ehepaar Gerlinde und Bernhard Treinen. Die dänischen Campingplätze Nymindegab, Tipperne und Houstrup haben ihren Check-in-Prozess ebenfalls digitalisiert. „Die Gäste können online einchecken, sodass sie nicht zur Rezeption kommen müssen“, berichtet Campingplatzbesitzer Jari Christensen.

Foodtrucks ersetzen das Restaurant

Eldorado Parken hat sich verschiedene Lösungen einfallen lassen, um die Gäste auch mit einem kleineren Team als in den

vergangenen Jahren mit Speisen und Getränken zu versorgen. Jacobs: „Wir machen jetzt verschiedene Dinge anders. Zum Beispiel können Kunden ihre Bestellungen durch Scannen eines QR-Codes aufgeben. So können sich die Mitarbeiter auf die Zubereitung und das Servieren der Speisen konzentrieren. Außerdem veranstalten wir Themenabende im Restaurant, bei denen wir das Essen in Buffetform anbieten. Auch das ist eine Möglichkeit, einen Abend mit weniger Personal zu bestreiten.“ Trotz der kreativen Lösungen, um den Restaurantbetrieb mit weniger Mitarbeitern aufrechtzuerhalten, ist der Campingplatz gezwungen, das Restaurant an zwei Tagen in der Woche zu schließen. „An diesen Tagen laden wir einige Foodtrucks ein. Auf diese Weise können die Gäste auf unterhaltsame Weise auswärts essen gehen. Wir weisen auf Flyern an der Rezeption deutlich darauf hin, damit die Gäste sich nicht vergebens auf einen Abend im Restaurant freuen, während wir Ihnen nur Foodtrucks bieten können.“

Kleinere Teams, mehr Stunden

TeamAnimation versucht, den Personalmangel durch eine Verkleinerung der Teams zu beheben, in denen die Mitarbeiter mehr Stunden arbeiten. „Durchschnittlich umfasst die Arbeitswoche eines Animators 36 bis 40 Stunden. In gegenseitiger Absprache wurde die Anzahl der Stunden auf 42 bis 48 Stunden erhöht“, erklärt Fermont. Die Mitarbeiter sehen es positiv. „Sie sind sogar froh, dass sie mehr arbeiten können. Als Animator/in lebt man während der Arbeit auf dem Campingplatz, man ist also sowieso vor Ort. Da sie nicht zu ihrer Arbeit pendeln müssen, macht es ihnen für gewöhnlich nichts aus, ein paar Stunden mehr zu arbeiten.“ Da die Animatoren mehr Stunden ableisten, kommen die Teams mit weniger Leuten aus. „Ein Team, das früher aus fünf Personen bestand, kann das gleiche Programm jetzt mit vier Personen durchführen.“

Weniger

Last-Minute-Buchungen

Yvonne de Saint Maurice, Eigentümerin des mittelgroßen Campingplatzes La Belle Etoile im französischen La Rochette, gibt an, dass ihr etwa vier Mitarbeiter fehlen. „Normalerweise arbeiten wir mit

neun Leuten und jetzt sind wir zu fünf. Deshalb haben wir alle sehr lange Arbeitstage.“ Stress bereiten ihr vor allem die vielen Last-Minute-Buchungen. „Die Verarbeitung einer Buchung nimmt viel Zeit in Anspruch, vor allem wenn die Gäste erst einen Tag im Voraus buchen. Ich denke darüber nach, im nächsten Jahr weniger Last-Minute-Buchungen zuzulassen und einen Mindestaufenthalt von zwei Nächten festzulegen. Das würde uns eine Menge Zeit im Büro sparen.“ Bei dieser Entscheidung ist sie sich allerdings noch nicht hundertprozentig sicher. „Wir haben natürlich keine Ahnung, wie die nächste Saison aussehen wird. Dieses Jahr war alles ganz anders als voriges Jahr. Und was in der nächsten Saison passieren wird, das können wir noch nicht wissen.“

Personalwerbung

Um neue Mitarbeiter einstellen zu können, muss man sie erst einmal erreichen. Und das ist in diesem Jahr eine Herausforderung bzw. für manche sogar eine ganz neue Aufgabe. Der Campingplatz La Belle Etoile zum Beispiel hat noch nie Personal anwerben müssen. „Wir befinden uns in der Nähe einer Universität und jedes Jahr kamen mehrere Studenten zu uns und fragten spontan, ob wir Arbeit für sie hätten. Jedes Jahr im April hatte ich einen Ordner voll mit zehn bis zwölf Lebensläufen, aus denen ich auswählen konnte. Dieses Jahr kam niemand. Ich denke, ich sollte im nächsten Frühjahr eine Personalvermittlung engagieren, um nach neuen Mitarbeitern zu suchen“, erklärt de Saint Maurice. Andere Campingplätze entscheiden sich für Online-Marketing. Fermont berichtet, dass TeamAnimation noch nie so viel Geld ausgegeben hat wie dieses Jahr. „Wir werben bei Google, Facebook, Instagram und seit diesem Jahr auch über TikTok und in Jobbörsen, die auf das Arbeiten im Ausland spezialisiert sind. Aber Mundpropaganda funktioniert zum Glück auch noch.“

Glückwunschkarte für Schulabgänger und Uniabsolventen

Eldorado Parken hat eine große Kampagne gestartet, um neue Mitarbeiter zu finden. „In einem multidisziplinären Team haben wir unsere Möglichkeiten geprüft, und es sind einige großartige Projekte dabei herausgekommen“, erzählt Jacobs stolz. Neben



Auf einigen Campingplätzen wird das Restaurant an einem oder mehreren Abenden in der Woche durch einen Foodtruck ersetzt.



TeamAnimation ist aufgefallen, dass sich viele junge Leute in diesem Jahr für Festivals und Partys entschieden haben, anstatt einen Sommerjob als Animateur auf dem Campingplatz anzunehmen.

Online-Werbung nutzte die Kette auch Printmedien. „Es kommt häufig vor, dass Eltern in der Zeitung ein Stellenangebot für ihr Kind finden und es dann ausschneiden, um es weiterzugeben. Durch Flyer, die der Zeitung beigelegt werden, sind wir ihnen einen Schritt voraus. Und wir stellen fest, dass dies gut funktioniert hat.“ Neben Flyern in Zeitungen hat Eldorado Parken auch Glückwunschkarten gedruckt, die in die Briefkästen von Schul- oder Uniabsolventen geworfen wurden. „Das war ziemlich arbeitsintensiv, denn wir haben bei jedem Haus, an dem die Flagge wehte, eine Karte in den Briefkasten geworfen. Auf der Karte stand ‚Herzlichen Glückwunsch zum Abschluss‘ und sie berechnete zu einem kostenlosen Besuch unseres Strandbads. Der weitere Text auf der Karte lautete ‚Wenn du gerne häufiger gratis schwimmen möchtest, solltest du bei uns arbeiten!‘ Auch diese Aktion war ein Erfolg, viele junge Leute aus der näheren Umgebung bewarben sich um einen Job auf dem Campingplatz.“

Bewerben leicht gemacht

Sowohl Jacobs als auch Fermont sind davon überzeugt, dass das Bewerbungsverfahren niedrigschwellig sein sollte. Junge Leute, die bei Eldorado Parken arbeiten möchten, brauchen nur eine WhatsApp-Nachricht zu schicken. „Dann rufen wir sie zurück und führen ein Gespräch über ihre Arbeitserfahrungen und Wünsche. Wir haben hauptsächlich junge Bewerber, die ihren ersten Job suchen. Dann ist es am besten, die Möglichkeiten gemeinsam zu betrachten. Im Lebenslauf steht sowieso fast noch nichts, der nützt uns also

in der Regel wenig. Und einen Lebenslauf zu verlangen, kann bedeuten, dass wir weniger Bewerber bekommen.“ Auch angehende Animatoure bei TeamAnimation können sich unkompliziert bewerben. „Sie brauchen auf der Website nur ihre Kontaktdaten zu hinterlassen, und wir rufen sie so bald wie möglich für ein Vorstellungsgespräch zurück. Wenn dieses Gespräch erfolgreich verläuft, nehmen sie anschließend an einem Trainingswochenende teil, um gut vorbereitet in die Arbeit zu starten.“ Die Bewerbungsphase ist normalerweise auf das Frühjahr begrenzt, aber dieses

Jahr wurde sie verlängert. „Wir mussten jedes Wochenende im Juli ein Trainingswochenende organisieren, um die Lücken im August zu füllen.“

Angenehme Arbeitsbedingungen

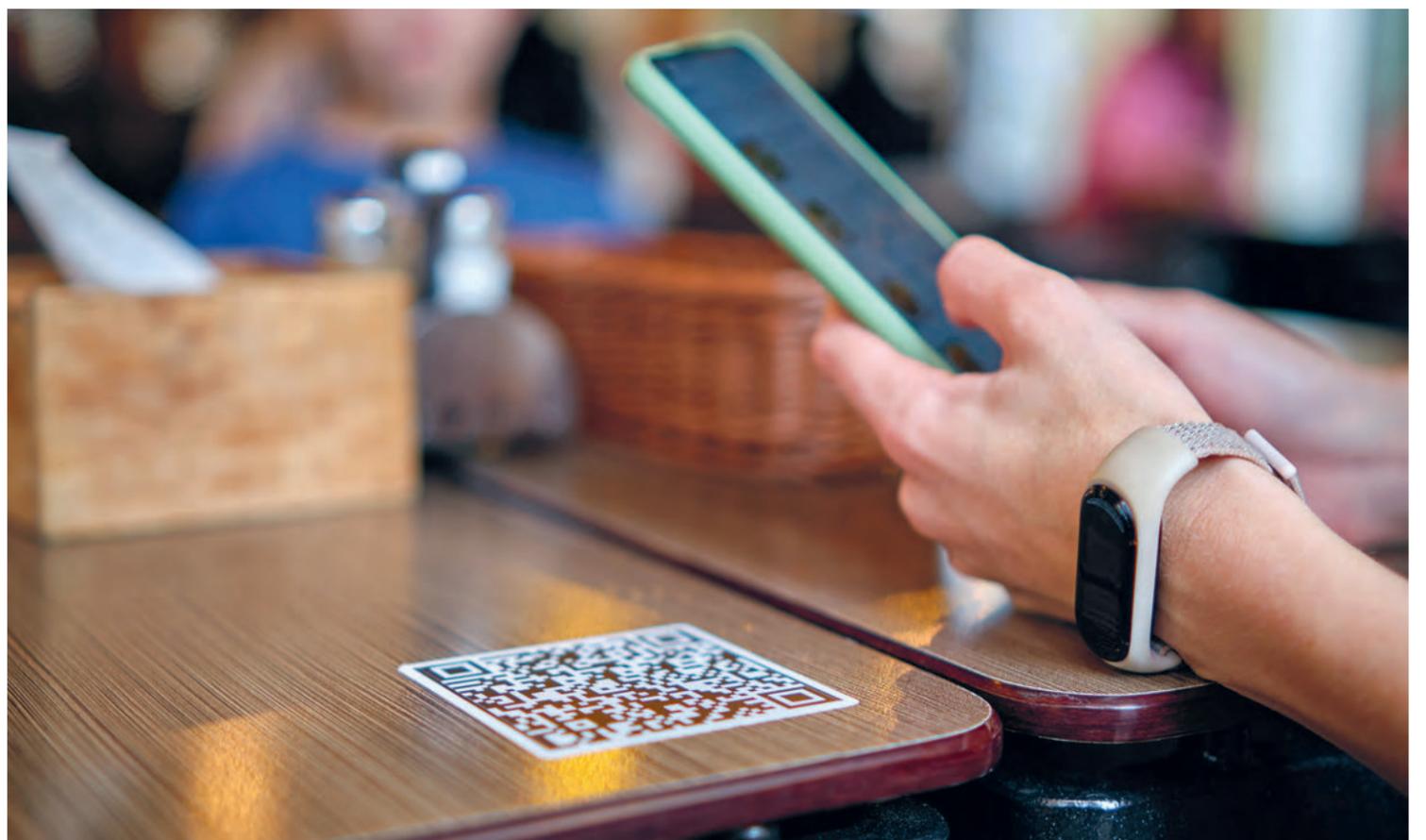
Alle sind sich einig, dass es wichtig ist, mit seinen Mitarbeitern gut umzugehen. „Bei Saisonarbeit ist es normal, dass man am Ende der Saison alle gehen lassen muss. Zu diesem Zeitpunkt kann man nur hoffen, dass ihnen die Arbeit so viel Spaß gemacht hat, dass sie im nächsten Jahr wiederkommen“, sagt Jacobs. „Eine klare Kommunikation mit den

Mitarbeitern ist sehr wichtig. Es ist gut zu wissen, was man voneinander erwarten kann.“

Bei TeamAnimation liegt der Schwerpunkt darauf, die derzeitigen Mitarbeiter zu halten. „Natürlich brauchen wir jedes Jahr neue Animatoure, aber es ist auch schön, wenn junge Leute mehrere Jahre hintereinander bei uns arbeiten. Deshalb ist es uns wichtig, auch außerhalb der Saison erreichbar zu sein. Außerdem müssen die Rahmenbedingungen stimmen. Die Arbeit kann noch so viel Spaß machen, wenn der Lohn nicht pünktlich gezahlt wird oder die Unterkunft lauter Mängel aufweist, kommt niemand wieder.“

Optimismus für die Zukunft

Trotz der chaotischen Zeit blicken die Campingplätze positiv in die Zukunft. Fermont ist davon überzeugt, dass es noch genügend kreative Methoden gibt, um neues Personal anzuwerben. „Dieses Jahr ist ein extremes Jahr, weil so viele Festivals und Reisen nachgeholt werden. Ich denke, dass sich der Markt im nächsten Jahr etwas beruhigen wird.“ Jacobs ist ebenfalls optimistisch. „Genügend Mitarbeiter zu finden, wird vorerst eine Herausforderung bleiben. Aber als guter Arbeitgeber mit einer funktionierenden Personalwerbungsstrategie kann man trotzdem sehr viel erreichen.“



Durch Bestellungen über einen QR-Code wird weniger Personal in der Service-Abteilung benötigt.

Die Flutkatastrophe in Nordwesteuropa

Drei Campingplatzbesitzer blicken ein Jahr danach zurück

Wohnwagen, die vom Hochwasser mitgerissen wurden, zerstörte Sanitäreanlagen und Campingplätze, von denen (fast) nichts übrig blieb. Die Flutkatastrophe im vergangenen Jahr ging auch an der Campingbranche im Nordwesten Europas nicht spurlos vorbei. Ein Großteil der Zerstörung wurde beseitigt, aber das gesamte Ausmaß des Schadens ist immer noch nicht ersichtlich. Gemeinsam mit drei Campingplatzbesitzern blickt ACSI auf die Ereignisse zurück und schaut, wie es momentan auf den Campingplätzen läuft.

Resort Marina Oolderhuuske

Aufgrund seiner Lage auf einer Halbinsel zwischen der Maas und den Maas-Seen ist das Resort Marina Oolderhuuske von Wasser umgeben. Der Jachthafen und das Wasser locken jedes Jahr zahlreiche Campingbegeisterte ins niederländische Roermond. Auch für Wassersportler ist der Ort das ideale Urlaubsziel. Der Campingplatz besteht seit fast 30 Jahren, der Betrieb lief von Jahr zu Jahr besser. Bis ihm im Juli 2021 das Wasser zum Feind wurde.

Überraschendes Hochwasser

Vor der Flutkatastrophe lief die Saison auf dem Campingplatz hervorragend: Es gab zahlreiche Campinggäste und alle Ferienhäuser waren vermietet. Der Geschäftsführer des Resorts, Perry Houkes, erzählt, dass das Hochwasser recht überraschend kam. „Da ein Anstieg des Wassers angekündigt worden war, hatten wir natürlich sofort Maßnahmen ergriffen. Der Campingplatz wurde evakuiert und Wohnwagen in höher gelegene Bereiche verlegt. Und dennoch wurden wir vom Hochwasser quasi überfallen.“ Houkes hatte nicht erwartet, dass das Wasser so schnell und so hoch steigen würde. „Meist steigt es so langsam, dass wir genug Zeit haben, um darauf zu reagieren. Bei einem weiteren Anstieg können wir zusätzliche Maßnahmen ergreifen. Damals stieg das Wasser jedoch innerhalb von zwölf Stunden auf fünf Meter Höhe. Dagegen kamen wir einfach nicht an.“

Über zwei Millionen Euro Schaden

Der durch das Hochwasser

verursachte Schaden ist immens. Der gesamte Campingplatz stand unter Wasser. Houkes erzählt, dass die niederländische Unternehmerbehörde RVO die Höhe des Schadens auf 1,6 Millionen Euro geschätzt hat. Davon wurden 65 % ausbezahlt. „Wir freuen uns über die Unterstützung, aber diese Summe entlastet uns nur teilweise. Außerdem wurden bei der Berechnung die steigenden Kosten nicht einkalkuliert. Vor der Flutkatastrophe kosteten die Aluminium-Schwimmkörper für ein Ferienhaus 14.000 Euro. Momentan bezahle ich für genau das gleiche Produkt 32.000 Euro. Wenn wir die Preissteigerungen in allen Bereichen mit einrechnen, beläuft sich der Gesamtschaden auf 2,2 Millionen Euro. Die Versicherung erklärte sich für nicht zuständig und erstattete lediglich den Schaden an einem Auto.“ Campinggäste, die ihre Wohnwagen verloren, bekamen den Schaden allerdings von ihrer Versicherung ersetzt.

Hilfe aus der Umgebung

Hilfe bekam Houkes nach dem

Hochwasser aus seinem Umfeld. „Bei uns waren jeden Tag 140 Menschen, die mit angepackt haben. Wenn ich gewollt hätte, wären es noch mehr gewesen, aber dann wäre die Koordination schwierig geworden. Es war großartig zu erleben, wer alles geholfen hat. Campinggäste, Menschen aus der Nachbarschaft und sogar mein Zahnarzt ist uns zu Hilfe gekommen.“ Auch finanziell wurde Houkes von seinem Umfeld unterstützt. „Per Crowdfunding kamen 100.000 Euro zusammen.“ Er ist sehr dankbar für so viel Unterstützung.

Wiedereröffnung des Campingplatzes

„Drei Wochen nach der Flut konnten wir glücklicherweise wieder Campinggäste empfangen. Auf den ersten Blick sah es so aus, als hätte das Hochwasser uns keine Schwierigkeiten bereitet.“ Nur die Vermietung von Ferienhäusern ist ein Problem,

weil zehn von elf Häusern vollkommen zerstört wurden. „Wir haben neue Ferienhäuser bestellt, aber die Lieferzeiten sind lang. Darum haben wir beschlossen, aus dem Material der alten Ferienhäuser sechs neue Häuser zu bauen. Außerdem haben wir ein ganz neues Rezeptionsgebäude, insgesamt geht es also aufwärts.“

Maßnahmen für die Zukunft

Um Hochwasserschäden auf dem Campingplatz in Zukunft zu vermeiden, hat Houkes

einige Maßnahmen getroffen. „Alle Ferienhäuser werden mit Schwimmkörpern ausgestattet und an Pfählen befestigt, sodass sie mit dem Wasser steigen können. Das neue Rezeptionsgebäude haben wir auf ein höheres Fundament gestellt. Sollte das Wasser noch höher steigen, wollen wir spezielle Säcke verwenden.“ Inzwischen blickt Houkes wieder optimistisch in die Zukunft. Er ist froh, dass die Campingsaison in diesem Jahr gut lief.



Das Campinggelände im Resort Marina Oolderhuuske in guten und in schlechten Zeiten.

Camping Eau-Zone

Der Campingplatz Eau-Zone liegt in den belgischen Ardennen in der Nähe des Dorfs Hotton. Er befindet sich in einer Kurve des Flusses Ourthe (eines Seitenarms der Maas) und ist daher von Wasser umgeben. Der ansonsten recht ruhige Fluss eignet sich für Wassersportarten wie Kanufahren und Stand-Up-Paddling, Schwimmen ist ebenfalls erlaubt. Jeroen de Wulf und Lien Jacobs waren erst seit wenigen Monaten Eigentümer des Campingplatzes, als ihr Herzensbetrieb unter den Wassermassen verschwand. Sie hatten gerade erst in umfangreiche Umbaumaßnahmen investiert. „Die Rezeption und das Café waren gerade neu gestaltet worden, wir hatten Stellplätze mit mehr Privatsphäre und einen zusätzlichen Lagerraum gebaut. Und dann kam das zerstörerische Hochwasser.“

Evakuierung des Campingplatzes

Am 14. Juli 2021 verschlechterte sich die Lage rapide. „Wir haben den Campinggästen sofort empfohlen, besser abzureisen. Natürlich wollten wir verhindern, dass sie nasse Füße bekommen.“ In kurzer Zeit stieg das Wasser schneller als erwartet. Alle verbleibenden Campinggäste wurden dazu angehalten, den Campingplatz schnellstmöglich zu verlassen. „Jeroen hat im Eiltempo die Wohnwagen mit unserem Auto weggebracht und irgendwo im Dorf abgestellt. Zwei

Wohnwagen waren leider nicht mehr zu retten.“

Vorbeischwimmende Wohnwagen

In der Nacht vom 14. auf den 15. Juli wurde der Campingplatz vollständig überflutet. Es folgte ein chaotischer Tag, an dem ein starkes Zusammengehörigkeitsgefühl herrschte. Alle haben sich gegenseitig geholfen. „Bei einem gemeinsamen Essen schwammen zwei Wohnwagen an uns vorbei. Wir haben etwas gebraucht, bis wir begriffen, dass das die beiden Wohnwagen waren, die wir auf



Einige Gebäude auf dem Campingplatz Eau-Zone sind erhöht. Dies erwies sich in der Nacht vom 14. auf den 15. Juli 2021 als günstig.

dem Campingplatz zurückgelassen hatten. Die Ohnmacht, das Gefühl nicht zu wissen, was man dort antrifft ... dieser Tag war der schlimmste.“ Der Campingplatz war schwer verwüstet. „Es sah aus, als hätte ein Riese alles einmal in die Höhe gehoben und wieder fallen gelassen.“ Fast der ganze Campingplatz war zerstört – bis auf das gerade erneuerte Café.

Zusammenhalt

„In den Tagen nach der Flutkatastrophe haben uns 50

bis 60 Menschen geholfen. Das hat uns sehr viel bedeutet. Einer kam mit einem Kran, ein anderer mit einem Traktor. Und wir wurden von Köchen angerufen, die uns Essen vorbeigebracht haben. Dadurch hat es sich so angefühlt, als würden sich alle Probleme von selbst lösen“, erzählt Jacobs. „Das hat die Atmosphäre hier in der Gegend dauerhaft verändert.“

Sommer 2022

Gut ein Jahr nach der Flutkatastrophe geht es dem

Campingplatz gut. Jacobs berichtet, dass Eau-Zone in der Hochsaison an vielen Tagen völlig ausgebucht war. „Die Renovierungsarbeiten sind noch nicht alle abgeschlossen, aber dank der großen Hilfe konnten wir schon Berge versetzen. Wir haben viel renoviert und alles sieht wieder gepflegt aus. Einige Gäste fragen uns, ob das Hochwasser uns überhaupt beeinträchtigt hätte, weil alles so ordentlich aussieht. Das ist das schönste Kompliment, das man bekommen kann.“



Liebe Campingplatzbesitzer oder -manager,

an vielen Stellen war das Campingjahr 2022 von ausgebuchten Campingplätzen und reiselustigen Campingfans geprägt. Die Saison erfüllte damit

die Erwartungen, manchmal wurden diese sogar übertroffen. Nach zwei Jahren voller Reisebeschränkungen waren dies sehr gute Neuigkeiten für die Campingbranche.

Jedoch verlief die Saison auch nicht reibungslos. Wieder einmal zeigte sich die Natur von ihrer launischen Seite. Nach der Flutkatastrophe im Nordwesten Europas im vergangenen Jahr kam es in diesem Jahr vor allem im Süden Frankreichs zu heftigen Waldbränden. Generell war insbesondere Südeuropa von einer extremen Hitzewelle betroffen. Der Klimawandel verursacht immer häufiger Extremwetterereignisse und Campingplätze stehen vor der Herausforderung, sich anzupassen und gleichzeitig ihre oft idyllische Lage mitten in der Natur beizubehalten.

Eine weitere Herausforderung besteht in den Preissteigerungen bei Lebensmitteln und Kraftstoff in Kombination mit der steigenden Inflation. In dieser Ausgabe der ACSI Zeit (Seiten 11–13) lesen Sie, mit welchen

Konsequenzen Experten und Campingplatzbesitzer für das Urlaubsverhalten rechnen. Ich möchte vorab nicht zu viel verraten, aber die Campingbranche zeigt wieder einmal Tatkraft, Engagement und Durchhaltevermögen. Um diese Eigenschaften geht es auch auf den Seiten 2–3; dort lesen Sie, wie Campingplätze kreativ werden, um auf den Personalmangel zu reagieren.

Genau diese Kreativität, dieser Unternehmerteil und dieses Anpassungsvermögen stellen sicher, dass die Campingbranche immer wieder gestärkt aus herausfordernden Situationen hervorgeht. Außerdem wächst die Anzahl der Campingliebhaber weiterhin und Campingplätze verfügen über einige Alleinstellungsmerkmale im Vergleich zu Hotelketten und Flugreisen. Der minimale

ökologische Fußabdruck eines Campingurlaubs gehört sicherlich dazu und wird in Zukunft eine wichtige Rolle spielen.

Daher blicke ich zuversichtlich in die Zukunft. Ich bin davon überzeugt, dass der Campingbranche erneut ein gutes Jahr bevorsteht. Hoffentlich sind Sie ebenso zuversichtlich und lassen sich von dieser Ausgabe der ACSI Zeit inspirieren. Des Weiteren wünsche ich Ihnen einen erfolgreichen Abschluss des Campingjahres 2022 und freue mich zusammen mit Ihnen schon auf die Saison 2023.



Camping Op der Sauer

An den Ufern des luxemburgischen Flusses Sûre (Sauer) in der Kantonshauptstadt Diekirch liegt Camping Op der Sauer. Der Campingplatz ist wunderschön in einem Tal gelegen und von grünen Hochebenen umgeben. Unter normalen Umständen ist diese Lage, in fußläufiger Entfernung zur Stadt, einer der großen Vorteile des Campingplatzes. Aber am 14. Juli 2021 war sie die Ursache für großes Unheil. Campingplatzbesitzer Sebastiaan Veldkamp sah, wie schnell sich das Wasser näherte. „Bis heute kämpfen wir mit den Folgen. Wir erleben immer wieder Rückschläge, aber wir geben nicht auf. Wir machen das Beste daraus“, erzählt er.

Evakuierung durch das Militär

„Natürlich lag aufgrund der vorangegangenen Corona-Maßnahmen eine schwierige Zeit hinter uns“, berichtet Veldkamp. „Die Vorsaison war aber sehr gut gelaufen und am 13. Juli war der Campingplatz gut gebucht. Schon früh am Morgen des 14. Juli sahen wir, wie das Unheil

auf uns zurollte“, erinnert er sich. Die Evakuierung der anwesenden Campinggäste begann, während das Wasser immer weiter stieg. „Vorab weiß man natürlich nicht, wie hoch das Wasser steigt. In der Nacht stieg der Pegel auf 5,63 Meter, sodass der gesamte Campingplatz unter Wasser stand. Irgendwann waren wir vom

Wasser eingeschlossen, sodass das Militär anrücken musste, um die letzten Gäste mit Booten zu evakuieren.“

Saisonende

Das Hochwasser verursachte eine enorme Zerstörung und damit nicht nur hohe Kosten, sondern auch das Ende der Campingsaison. „Mehrere Wohnwagen wurden weggespült, Mobilheime zerstört und quasi alle Anlagen waren nicht mehr zu gebrauchen. Auch die gesamte Infrastruktur – Stromversorgung, Internet und Telefon – waren in Mitleidenschaft gezogen“, fasst Veldkamp dem Schaden zusammen. „Hinzu kamen mehr als 18 Tonnen Schlamm und mehrere 30-Kubikmeter-Container voll mit Treibgut.“ Experten schätzten die Höhe des Schadens

auf etwa 350.000 Euro. Aus einem Nothilfefonds erhielt der Campingplatz gut 40.000 Euro. „Mit dem Geld konnten wir den Campingplatz wiedereröffnen, aber natürlich reicht die Summe bei Weitem nicht aus, um den Schaden zu decken. Auf den Rest der Summe warten wir immer noch“, klagt er.

Mühsamer Neustart

Für den Campingplatz Op der Sauer folgte eine Zeit mit viel Auf und Ab. „In den ersten Wochen nach dem Hochwasser haben uns viele Freunde und Bekannte geholfen. Danach mussten wir die meiste Arbeit mithilfe unserer drei Angestellten selbst erledigen“, erzählt Veldkamp. Eine Woche später hat er einen der Campingbereiche wiedereröffnet, aber dies war nicht von Erfolg

gekrönt. „Überall war Schlamm und die Schäden waren nicht zu übersehen. Schließlich haben wir den Campingplatz am 1. September 2021 wieder geschlossen“, berichtet er. Ein halbes Jahr später waren die Aufräumarbeiten erledigt und 100 der 270 Stellplätze hatten wieder Strom. „Uns fehlen jedoch noch unsere Mobilheime, das Restaurant und das Schwimmbad“, erzählt Veldkamp. „Dadurch fehlen uns logischerweise auch Campinggäste. Hinzu kommen die Preissteigerungen, sodass der Wiederaufbau deutlich teurer wird.“ Die Zukunft von Camping Op der Sauer steht in den Sternen, aber Aufgeben ist für Veldkamp keine Option. „Jeden Tag reparieren wir einen kleinen Teil und so machen wir zusammen das Beste aus der Situation!“



Der Fluss Sauer macht den Campingplatz Op der Sauer zu einem schönen Ort, aber er hat vor einem Jahr viel Schaden angerichtet.



Auflagenzahlen weiter steigend

Die ACSI-Campingführer sind nach wie vor sehr beliebt. Die Zahl der Camper hat sich in letzter Zeit explosionsartig erhöht, was sich auch in den Auflagenzahlen widerspiegelt. Die Gesamtauflage aller

von ACSI herausgegebenen Campingführer stieg um über 7%.

Siegeszug der Wohnmobile
Die ständig wachsende Zahl von Wohnmobilbesitzern ist einer

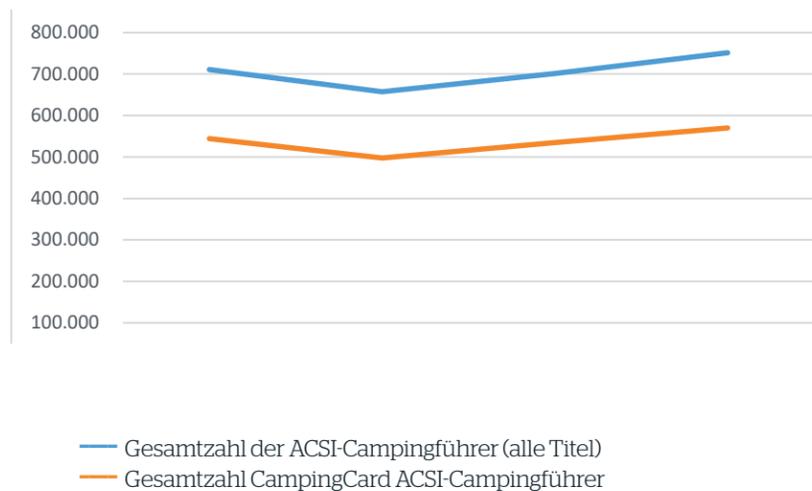
der Gründe für den Anstieg der Auflage. Diese wächst beim ACSI CampingCard & Stellplatzführer seit Jahren, für 2023 sogar um 23%. Auch die Auflage der CampingCard ACSI bewegt sich langsam wieder auf das Niveau

von 2020.
> **Siehe Grafik 1**

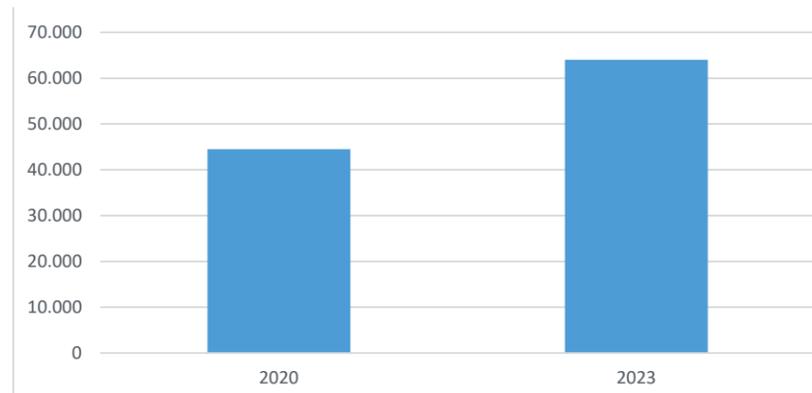
Nachdruck für 2022
Die Nachfrage nach Campingführern überstieg dieses Jahr schon frühzeitig das

Angebot. Deshalb entschied sich ACSI zum Nachdruck einiger Publikationen. Insbesondere die deutschsprachigen Titel liefen sehr gut, wie auch die Auflagenzahlen für 2023 zeigen.
> **Siehe Grafik 2**

Grafik 1: Entwicklung der Gesamtauflage der ACSI-Campingführer



Grafik 2: Entwicklung der Auflagenzahlen der deutschsprachigen ACSI-Campingführer (exkl. CampingCard ACSI und ACSI CampingCard & Stellplatzführer)



Suncamp erlebt beste Saison aller Zeiten

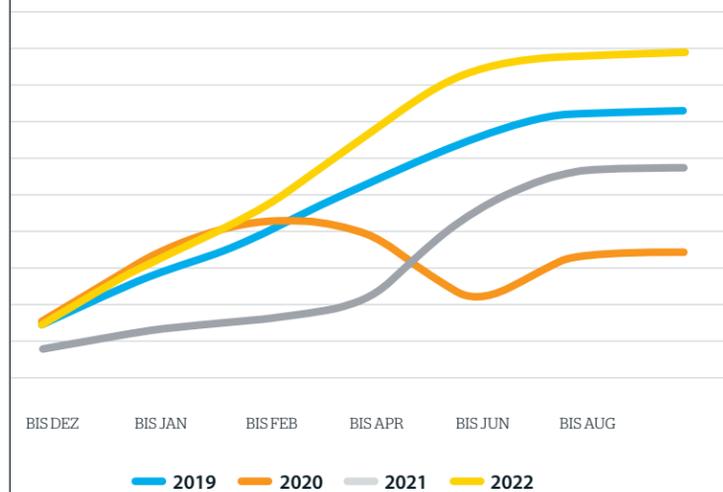
Besser als 2019

Der Reiseveranstalter Suncamp verzeichnet 2022 die beste Saison seiner Geschichte. Das bedeutet, dass das Vor-Corona-Jahr 2019 übertroffen wurde. Die Aufhebung der Reisebeschränkungen sorgte für einen frühen Start in die Saison. Und da in den Sommermonaten keine neuen Maßnahmen verhängt wurden, ging die Saison in einem gleichmäßigen Tempo weiter.

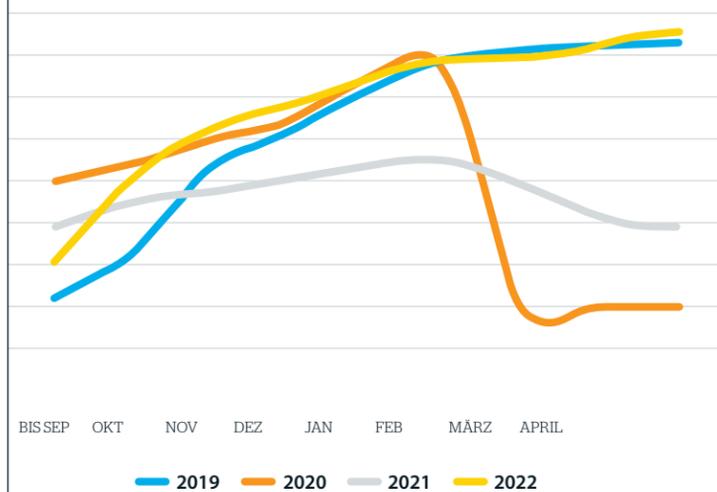
Auch ACSI-Campingreisen verzeichnet Wachstum

Ebenso wie Suncamp verbucht auch ACSI-Campingreisen ein ausgezeichnetes Jahr. Die organisierten Rundreisen für niederländische und deutsche Camper sind sehr gefragt. Hier stiegen die Zahlen in etwa auf das gleiche Niveau wie 2019.

Entwicklung der Buchungszahlen bei Suncamp pro Jahr (kumulativ)



Entwicklung der Buchungszahlen bei ACSI-Campingreisen pro Jahr (kumulativ)



Anzahl der Buchungen verdoppelt

Urlaubsland Frankreich

Die jüngsten Zahlen der Buchungsplattform ACSI camping.info Booking zeigen, dass Frankreich 2022 das mit Abstand meistgebuchte Urlaubsziel ist. 34% aller Buchungen entfielen auf Frankreich. Italien (20%), Deutschland (15%) und die Niederlande (9%) sind ebenfalls gefragt. Die Gesamtzahl der Buchungen ist spektakulär höher als 2021. Jeden Monat findet mindestens eine Verdoppelung

statt. In den ersten sechs Monaten von 2022 gab es 167% mehr Buchungen als 2021 (siehe nebenstehende Grafik).

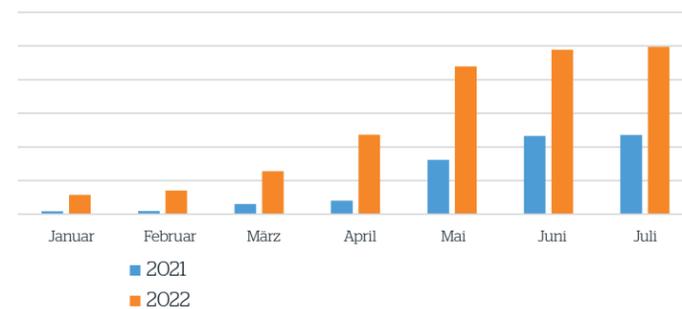
Die Briten sind zurück

Vor allem die Niederländer, Belgier und Franzosen buchten ihren Campingurlaub in Frankreich. Auch die Briten sind wieder da, und auch sie wählen oft Frankreich als Urlaubsziel. Italien ist vor allem auf deutsche Camper ange-

wiesen und Deutschland selbst war als Urlaubsziel bei seinen eigenen Einwohnern und den Niederländern besonders beliebt.

Für weitere Informationen zu den Auflagenzahlen, den damit verbundenen Werbemöglichkeiten oder der Teilnahme an ACSI Camping.info Booking wenden Sie sich bitte an sales@acsi.eu oder rufen Sie uns unter +31 488 452055 an.

Anzahl der Buchungen pro Monat (2021 vs. 2022)



Europas erster Studiengang für die Verwaltung von Campingplätzen

Der Masterstudiengang Sustainable Outdoor Hospitality Management beginnt im Herbst 2023

Das Gastgewerbe im Outdoor-Bereich wächst schnell in Europa. Der Campingtourismus erfährt momentan einen Professionalitätsschub, der dazu führt, dass die Campingbranche mehr denn je eine spezialisierte Ausbildung benötigt. Die Leitung eines Campingplatzes ist nicht vergleichbar mit der Leitung eines Hotels oder einer Pension. Die Komplexität und Vielseitigkeit der Campingbranche erfordern einen eigenen Ansatz, auch im Bildungsbereich. Um echte Fachleute auf diesem Gebiet auszubilden, starten drei Hochschulen in Breda, Girona und Rijeka gemeinsam den Masterstudiengang „Sustainable Outdoor Hospitality Management“.

Nachhaltiges Wirtschaften

Es wird der erste europäische Masterstudiengang für das nachhaltige Management von Campingsanlagen sein. Im Rahmen des Programms werden Fragen aus den Bereichen Politik, Umwelt und Gesellschaft

aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet. Damit will der Studiengang dem dringenden Bedarf an speziell ausgebildeten Führungskräften mit akademischem Hintergrund begegnen. Zur Entwicklung des Studiengangs haben sich verschiedene Akteure

aus der Campingbranche mit Universitäten und Fachhochschulen aus Breda in den Niederlanden, Girona in Spanien und Rijeka in Kroatien zusammengeschlossen. Das Programm Erasmus+ der Europäischen Union kofinanziert das Projekt, welches zu einer stärkeren Sensibilisierung für die Rolle nachhaltigen Unternehmertums in der Campingbranche beitragen soll. Auf diese Weise soll das Ausbildungsprogramm die Qualität und die Wettbewerbsfähigkeit der gesamten Branche weiter verbessern.

Meilenstein für die Branche
Ward Wijngaert ist Mitglied des Projektteams und Dozent im

Masterstudiengang. Gemeinsam mit den beteiligten europäischen Partnern erarbeitete er in dem Projekt „Campmaster“ einen Rahmen für die erforderlichen Kompetenzen, Kenntnisse und Fähigkeiten eines Campingplatzmanagers. Auf dieser Grundlage wurden ein Lehrplan und eine Organisationsstruktur für einen gemeinsamen Studiengang entwickelt.

Wijngaert zufolge ist die offizielle Unterstützung der Europäischen Union für den Campingsektor von großer Bedeutung. „Die Tatsache, dass die Europäische Union diesen Masterabschluss unterstützt, ist ein Meilenstein für unseren Sektor und verleiht

unserem Beruf die notwendige Anerkennung. Nach und nach gelangt die Campingbranche auch auf akademischem Niveau zu qualifizierten Abschlüssen, für die andere Branchen bereits anerkannte Meistertitel haben. Es ist für uns ein sehr großer Schritt, durch den die Campingbranche als wichtiger Wirtschaftszweig im Tourismussektor anerkannt und gewürdigt wird.“

Internationaler Lehrplan

Der Master in Sustainable Outdoor Hospitality Management wird in englischer Sprache angeboten und dauert zwei Jahre. Während des Programms werden Theorie und Praxis miteinander verbunden, wobei der Schwerpunkt auf dem strategischen Management von großen Campingsanlagen liegt. Während des Studiums werden die Studierenden aber auch alle anderen Facetten des Campingalltags entdecken (siehe Kasten). Das Studium wird mit einem Praktikum (Traineeship) abgeschlossen. „Da dies in der letzten Phase des Programms stattfindet, erhöhen sich die Berufsaussichten der Studierenden“, meint Wijngaert. „Wenn sich während des Praktikums herausstellt, dass Student und Unternehmen gut zueinander passen, kann ein Vertrag ausgearbeitet werden und der Absolvent nach Abschluss seines Studiums direkt in die Arbeitswelt einsteigen.“

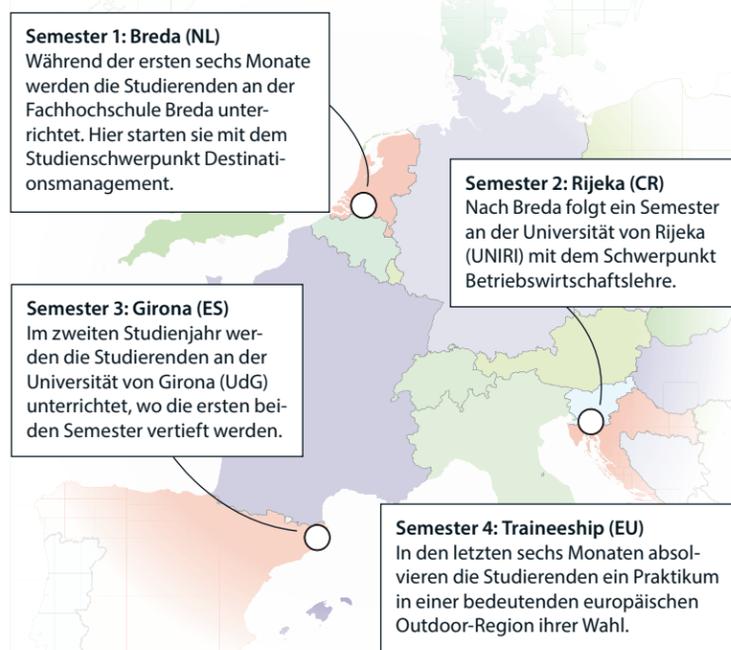
Zulassung und Zuständigkeiten

Die erste Gruppe von Studierenden wird im Herbst 2023 mit dem Programm beginnen. Bewerbungen für den Studiengang können ab Herbst 2022 eingereicht werden. Voraussetzung für die Teilnahme ist ein Bachelorabschluss in einem einschlägigen Fachgebiet. Dazu zählen die Bereiche Tourismus, Hotelmanagement, international Business, Wirtschaft, Jura, Stadtentwicklung, Geografie und Finanzen. Der Master zählt zu den sogenannten Multiple Degree Masterstudiengängen. Die Absolventen erhalten mehrere Titel, da sie das Programm an mehreren Universitäten absolvieren, von denen jede ihren eigenen Titel führt (siehe Kasten).

EINIGE ZAHLEN ZUR CAMPINGINDUSTRIE

- 12 % aller Übernachtungen in Europa
- Mit einem Wert von rund 12 Milliarden Euro
- Generiert 400 Millionen Übernachtungen
- Umfasst 28 400 Campingplätze

Quelle: camping-master.eu



Am 29. September 2022 wird die Ausbildung offiziell auf dem Campingfachkongress GirocampingPRO vorgestellt. Dieser Kongress wird online in englischer Sprache verfügbar sein.

Weitere Infos: campingsingirona.com/de/girocamping-pro/

Die Absolventen des Masterstudiengangs Sustainable Outdoor Hospitality Management sind berechtigt, drei Titel zu führen:

- Master of Arts (BUAs)
- Master of Science (UdG)
- Master of Arts in Sustainable Outdoor Hospitality Management (UNIRI)

Einige Beispiele für Karrieren nach Abschluss dieses Studiums sind:

- Marketing Manager bei Landal GreenParks
- Human Resource Manager bei CenterParks
- Concept Designer bei OYO Vacation Homes
- Resort Landscape Designer bei Pierres et Vacances
- Park Manager in einem anderen internationalen Freizeitpark



Die europäischen Partner während der letzten Vorstandssitzung in Kroatien.

Camper können bis zum 15. Januar 2023 ihre Stimme abgeben

Der Startschuss für die ACSI



Nach dem Erfolg der ersten Ausgabe im Jahr 2022 sind seit Donnerstag, den 15. September die digitalen Wahlurnen für die ACSI Awards 2023 geöffnet. Camper aus ganz Europa können bis zum 15. Januar in acht verschiedenen Kategorien für ihren Lieblingscampingplatz stimmen. Mitte Mai 2023 werden die Gewinner bekannt gegeben. ACSI-CEO Ramon van Reine gab den Startschuss für die neue Ausgabe und erklärt, was Campingplätze selbst tun können, um ihre Gewinnchancen zu erhöhen.

Dass die Struktur der Awards weitgehend die gleiche ist wie die der vorherigen Ausgabe, lässt sich laut Van Reine leicht erklären. „Wir sind sehr zufrieden mit der ersten Ausgabe der ACSI Awards. Deshalb möchten wir das Format nicht allzu sehr verändern. Außerdem sorgt es für Klarheit und Wiedererkennbarkeit, wenn wir die neue Ausgabe ähnlich organisieren wie beim vorigen Mal.“ Camper können also erneut auf acsi.eu/awards ihren Lieblingscampingplatz ins Rampenlicht stellen. Van Reine erklärt, wie der Abstimmungsprozess organisiert ist: „Camper können pro Kategorie einmal abstimmen. Der Campingplatz, für den sie

in einer bestimmten Kategorie stimmen, kann von ihnen nicht noch einmal in einer anderen Kategorie gewählt werden. So wird sichergestellt, dass die Campingplätze einen Award in der Kategorie erhalten, in der sie wirklich herausragend sind.“

Aktiver Aufruf an die Camper
ACSI fordert Camper aktiv dazu auf, ihre Stimme abzugeben. „Über unsere Newsletter und Websites erreichen wir Millionen von Campern und auch unsere Social-Media-Kanäle erzielen eine große Reichweite. Letztes Jahr wurden 50.000 Stimmen abgegeben und wir hoffen, dass wir diese Zahl auch dieses Jahr wieder erreichen“, sagt Van Reine. Das bedeutet nicht, dass

die Campingplätze selbst keinen Einfluss auf ihre Gewinnchancen haben. „Campingplätze, die sich selbst aktiv um Stimmen bemühen, können natürlich ihre Aussichten auf einen ACSI Award oder eine Ehrenurkunde deutlich erhöhen.“

Werbepaket

ACSI hat vor Kurzem bereits alle dafür notwendigen Informationen an die Campingplätze verschickt. In der betreffenden E-Mail erklärte Van Reine, was die Campingplätze selbst tun können. „Speziell für Campingplätze wurde ein Werbepaket entwickelt. Es enthält praktische Tools wie Banner, vorgefertigte Social Media-Posts und Vorlagen für Pressemitteilungen.“ Die vorige Ausgabe hat bereits bewiesen, dass aktive Kampagnenarbeit sich auszahlt. Und natürlich dürfen Campingplätze auch selbst kreativ werden. „Einige Campingplätze entwerfen ihre eigenen Medienbotschaften und verwenden unser Werbepaket als Grundlage dafür“.

Das Werbepaket im Überblick

Vor kurzem haben alle Campingplatzbetreiber eine E-Mail von ACSI erhalten. Darin verweisen wir auf unser Werbepaket. Dieses praktische Paket bietet verschiedene Fotos und Texte, mit denen Sie auf Ihrer Website, Ihren Social Media-Kanälen oder in Ihrem Newsletter um Stimmen werben können.

Hier sehen Sie einige Beispiele aus dem Werbepaket:



ACSI Award-Gewinner in den Medien

Einige Campingplätze organisierten einen großen Auftritt und sorgten für ein medienwirksames Ereignis rund um die Verleihung ihres ACSI Awards oder ihrer Ehrenurkunde. Zum Beispiel, indem Sie die (lokale) Presse einluden. Oder indem Sie die Verleihung auf kreative Art und Weise in Bildern festhielten. Diese Vorgehensweise gewährleistet große Aufmerksamkeit und kann viel kostenlose Werbung für einen Campingplatz generieren.



La Marina Resort hielt eine Pressekonferenz ab, um den Sieg in der Kategorie „Best Campsite Spain“ bekannt zu geben. Der Bürgermeister von Elche, Carlos González, der regionale Sekretär für Tourismus, Francesc Colomer, und der Leiter des kommunalen Tourismusressorts, Carles Molina, gesellten sich vor der Presse zu Campingplatzbesitzer Patrick Le Metayer Deckx.



Der ACSI Award „Greatest Little Campsite Netherlands“ ging an den Campingplatz Landgoed Het Geuzenbos. Die Preisverleihung konnte live auf RTV Drenthe, einem lokalen Fernsehsender, verfolgt werden. ACSI-Inspektor Hans Petiet durfte den ACSI Award überreichen.

Awards 2023 ist gefallen

Der Wert der Auszeichnung

Dass der Gewinn eines ACSI Awards – oder einer Ehrenurkunde – Früchte trägt, hat das letzte Jahr bereits gezeigt. Eine Reihe von Campingplatzbesitzern nutzte die Gelegenheit der Preisverleihung, um die (lokalen) Medien auf sich aufmerksam zu machen. Manchmal sogar samt Fernsehreportage. Dies war eine sehr wertvolle kostenlose Werbung für die jeweiligen Campingplätze. Überdies wurden die ACSI Awards nicht nur in den Medien wahrgenommen (siehe Kasten unten). Auch auf den ACSI-Websites und in den ACSI-Apps erkennen Camper sofort, dass sie es mit einem besonderen Campingplatz zu tun haben. Der Hinweis darauf erfolgt mithilfe von eindeutigen Symbolen. Der Nutzer sieht auf den ersten Blick, dass ein Campingplatz einen ACSI Award gewonnen oder eine Ehrenurkunde erhalten

hat. Auf der Website lässt sich sogar ein spezieller Filter aktivieren, der alle ausgezeichneten Campingplätze auf einen Blick präsentiert.

Preisverleihung vor Ort

Die Verleihung der Awards und Urkunden wurde meist von den Inspektoren durchgeführt. „Sie sind diejenigen, die den Kontakt zu den Campingplätzen pflegen. Deshalb halten wir es für wichtig, dass sie auch an der Übergabe der Awards beteiligt sind“, erklärt Van Reine die Entscheidung. In einigen Fällen, zum Beispiel bei speziell organisierten Treffen für kroatische und slowenische Campingplätze, reiste der CEO von ACSI selbst an, um die Preise zu überreichen.

Sichtlich bewegt

„In Slowenien haben wir eine Preisverleihung in der wunderschönen Burg Bled am Bleder See organisiert“, erzählt Van Reine.

„Wir haben zahlreiche slowenische Campingplatzbesitzer zum Mittagessen und zu einem informativen Nachmittag eingeladen. Am Ende des Nachmittags wurden die Gewinner der ACSI Awards geehrt. Die Reaktionen waren großartig, die Menschen waren sichtlich bewegt, als sie den Preis entgegennahmen.“ Bei der von ACSI organisierten Preisverleihung in Kroatien waren die Reaktionen ähnlich. Van Reine reiste dafür ins Wyndham Grand in der Stadt Novi Vinodolski. Auch hier fand die Übergabe im Rahmen eines informativen Nachmittags statt. ACSI plant, bei der Preisverleihung im Jahr 2023 ähnlich vorzugehen. Erneut sollen die meisten Auszeichnungen von den Inspektoren überreicht werden, aber einigen Ländern wollen Van Reine und Business Developer Frank Jacobs einen persönlichen Besuch abstatten.

Kategorien ACSI Awards 2023

Die ACSI Awards werden in 8 Kategorien ausgereicht. Der Campingplatz mit den meisten Stimmen in einer Kategorie gewinnt. Für die ACSI Awards „Bester Campingplatz“ und „Bester kleiner Campingplatz“ zählt die Gesamtzahl der Stimmen in allen Kategorien.

-  **Bester Campingplatz**
Campingplatz mit der höchsten Anzahl von Stimmen in einem Land.
-  **Bester kleiner Campingplatz**
Kleiner Campingplatz (max. 50 Stellplätze), auf dem sich die Natur in Ruhe genießen lässt.
-  **Schönster Campingplatz für Kinder**
Wegen der tollen Spielmöglichkeiten und der fantastischen Animation erleben Kinder auf diesem Campingplatz einen wunderbaren Urlaub.
-  **Hundefreundlichster Campingplatz**
Auf diesem Campingplatz sind treue Vierbeiner ganz herzlich willkommen. Hier hat auch der Hund Urlaub.
-  **Bestes Campingplatz-Schwimmbad**
Dieser Campingplatz hat kein Schwimmbad, sondern ein echtes Schwimmparadies, in dem die Camper am liebsten den ganzen Tag verbringen.
-  **Campingplatz mit der schönsten Lage**
Dieser Campingplatz liegt an einem wunderschönen Ort, in der Nähe von Wald, Wasser, einer Stadt oder den Bergen. Die Lage ist perfekt!
-  **Sportlichster Campingplatz**
Fußball, Tauchen, Tennis oder Fitness: Auf diesem Campingplatz können sich Sportbegeisterte so richtig austoben.
-  **Bestes Campingplatz-Restaurant**
In diesem Restaurant würde man gerne jeden Abend essen. Das Essen ist köstlich und der Service ist super.
-  **Beste Wohnmobilstellplätze**
Dieser Campingplatz bietet alles für Wohnmobilurlauber. Ausgezeichnete Stellplätze und alle Einrichtungen, die man benötigt.
-  **Campingplatz mit den besten Sanitäranlagen**
Die Sanitäranlagen auf diesem Campingplatz sind wirklich ausgezeichnet: alles ist sauber und modern.



ACSI-CEO Ramon van Reine mit einigen ACSI Award-Gewinnern in Kroatien.



Die ACSI-Inspektoren Gerard und Ans van Duyn reisten zu dem schottischen Campingplatz Linnhe Lochside Holidays, um dort den ACSI Award „Best Campsite Great Britain“ zu überreichen. Am Zielort angekommen kauften sie traditionelle schottische Kleidung, um den Award stilvoll überreichen zu können. Das fand nicht nur großen Anklang bei den Campingplatzbesitzern, die Fotos wurden auch in den lokalen Medien publiziert.



Der Campingplatz Tennsee erhielt den ACSI Award „Campsite with the Best Location Germany“. Der Bürgermeister der Gemeinde Krün, Thomas Schwarzenberger, nahm ebenfalls an der Preisverleihung teil.

Ein Herz für Camping

Drei Gewinner des ACSI Camping Personality Awards 2022 jetzt bekannt gegeben

In diesem Jahr hat ACSI erstmals die ACSI Awards vergeben. Insgesamt erhielten 120 Campingplätze diese ehrenvolle Auszeichnung, aber auch eine Reihe von Einzelpersonen wurden ins Rampenlicht gestellt. Zehn Personen, die in der Campingbranche einen bedeutenden Beitrag geleistet oder herausragende Leistungen erbracht haben, erhielten einen ACSI Camping Personality Award. ACSI-CEO Ramon van Reine ging auf Reisen, um den ersten drei Gewinnern persönlich zu gratulieren. Er dankte ihnen für ihren Einsatz, ihre Tatkraft, ihre Entschlossenheit und ihr gesellschaftliches Engagement in der Campingwelt.

Diese drei Personen wurden mit einem ACSI Camping Personality Award 2022 geehrt:



Siegfried Heinze
Jerko Sladoljev
Lidija Koren

Die übrigen Gewinner werden im Laufe dieses Jahres bekanntgegeben. Wenn Sie nichts verpassen möchten, folgen Sie uns auf [linkedin.com/company/acsi-publishing](https://www.linkedin.com/company/acsi-publishing).

Siegfried Heinze

Der in Deutschland geborene Siegfried Heinze ging 1960, nach seinem Studium in England, nach Spanien. Er verbrachte einige Monate in Alicante und Madrid, wo er vom Ministerium für Information und Tourismus die damals für Ausländer erforderliche Presselizenz erhielt. Ab 1961 begann er, Kontakte zwischen spanischen Campingplatzbesitzern und anderen europäischen Campingplätzen zu organisieren. Sein Unternehmen Heinze Latzke Tourism Services, inzwischen in Barcelona und Paris (unter dem Namen ICCS) angesiedelt, vertritt seit über fünfzig Jahren zahlreiche europäische Automobil-, Touristen- und Campingclubs aus Spanien, Portugal und Frankreich.

Karriere mit zahlreichen Ehrungen

Im Laufe seiner langen Karriere hat Heinze verschiedene Auszeichnungen erhalten. Er bekam unter anderem die Medal of Tourist Merit (1968), die Medal of Tourism of Catalonia (1983) und die Medal of Honour of Tourism of Catalonia (2003). Heinze war zudem Mitglied des einflussreichen Spanish Tourist Board, des Institute of Directors, des Institute

of Tourism in London und der Industrie- und Handelskammern der Niederlande, Großbritanniens, Deutschlands und Frankreichs. Seine Anfang 2020 verstorbene Frau Louise W. van Kesteren Lee-ners begleitete ihn während des größten Teils seiner beruflichen Laufbahn und war jahrzehntlang die wichtigste Säule des internationalen Teams von Heinze Latzke Tourism Services.

Campingplätze sichtbar machen

Heinze hat insbesondere für die Campingbranche in Spanien und Frankreich viel geleistet. Mit seinem Unternehmen hat er den dortigen Campingplätzen vermittelt, wie man auf dem deutschen Markt mithilfe von Werbung und Marketing bestmöglich Fuß fassen kann. Heute ist Servicios Turísticos Heinze Latzke die direkte Verbindung zu den wichtigsten Campingorganisationen und -verbänden in Deutschland, den Niederlanden, Belgien, Frankreich, Großbritannien, Italien, der Schweiz, Skandinavien und Spanien. Mit einer großen Vielfalt an gedruckten und digitalen Werbemitteln verfügt Servicios Turísticos Heinze Latzke über eine große internationale Reichweite.

Jerko Sladoljev

Seitdem es Camping in Europa gibt, wissen viele Campingfreunde um das Potenzial des wunderschönen Kroatiens. Jerko Sladoljev ist definitiv einer von ihnen. Er setzt sich schon sein ganzes Leben dafür ein, für Campingplätze und Camping in Kroatien zu werben. Derzeit ist Sladoljev Geschäftsführer der Organisation Top camping Kroatien, der 56 Campingplätze angehören.

Gründer in Kriegszeiten

Während des Balkankrieges in den 1990er Jahren gründete Sladoljev die Kamping Udruzenje Hrvatske / Croatian Camping Union (KUH/CCU). Diese Initiative hat den kroatischen Campingplätzen zu wachsender Bekanntheit verholfen. Heute ist die KUH/CCU der größte Verband im kroatischen Campingsektor.

Wichtiger Gesprächspartner

Der Verband vertritt die Interessen von großen und kleinen Campingplätzen und spielt eine wichtige Rolle bei der Bereitstellung von Informationen. Im Sinne seiner Mitglieder übt er Einfluss auf nationale und lokale politi-



Wegen der Öffentlichkeitsarbeit für sein neuestes Buch konnte Sladoljev den ACSI Camping Personality Award nicht selbst entgegennehmen. Die Auszeichnung wurde stellvertretend von seiner Tochter Romana Sladoljev Varžić, Geschäftsführerin von Top camping Croatia, in Empfang genommen.

sche Gremien aus. Die KUH/CCU ist als Interessenvertretung für 90% aller Campingplätze in Kroatien ein einflussreicher Gesprächspartner.

Autor und Redner

Sladoljev ist auch der Gründer von Top camping Croatia, einem Zusammenschluss von heute 56 Top-Campingplätzen in Kroatien. Darüber hinaus hat Sladoljev mehrere Bücher und Artikel über Campingtourismus geschrieben. Zu seinen Publikationen zählen

Bücher über die Geschichte und Entwicklung von (FKK)-Campingplätzen und -Resorts, und erst vor Kurzem erschien sein Buch über Naturschutz und ökologisches Bewusstsein im Campingtourismus. Im Herbst wird Sladoljev auf dem F.I.C.C. World Congress im französischen Verrières-Le-Buisson (27. und 28. Oktober 2022) über die Auswirkungen von Digitalisierung und Nachhaltigkeit auf den Campingtourismus sprechen.



Neben dem ACSI Camping Personality Award erhielt Koren auch den ACSI Award für den besten Rad- und Wandercampingplatz in Slowenien.

Lidija Koren

Lidija Koren ist die Eigentümerin von Eco-Camping & Chalets Koren, das im Nordwesten Sloweniens am märchenhaften Fluss Soča liegt. Dazu ist sie seit vielen Jahren Präsidentin des slowenischen Campingverbands und setzt sich für die Interessen der Campingplätze in Slowenien ein. Koren ist folglich ein bekanntes Gesicht auf internationalen (Camping-)Messen, wo sie für Campingurlaube in ihrem Heimatland wirbt und sich mit vielen Campern unterhält.

Nachhaltigkeit als Thema

Im Jahr 2021 wurde Koren bereits für eine andere Auszeichnung nominiert, und zwar für ihren herausragenden Beitrag zur Förderung des slowenischen Tourismus. Eine wohlverdiente Nominierung, denn mit ihrem Augenmerk auf Nachhaltigkeit ist ihr Campingplatz zukunftsweisend und ein Vorbild für andere Campingplätze in Slowenien.

SPARE-Projekt

Koren ist zum Beispiel am SPARE-Projekt (Strategic Plan-

ning for Alpine River Ecosystems) beteiligt. Ziel des Kooperationsprojekts ist, den Schutz der alpinen Flussökosysteme und die touristische Erschließung des Gebiets harmonisch zu verbinden. In Zusammenarbeit mit der örtlichen Bevölkerung wird nach Wegen für eine touristische Entwicklung gesucht, die nicht auf Kosten der Lebensqualität geht – weder für die menschlichen Bewohner des Gebiets, noch für die Tiere und Pflanzen.

Europäisches Umweltzeichen

Dass Umweltfreundlichkeit und Nachhaltigkeit für Koren von großer Bedeutung sind, zeigt sich auf ihrem eigenen Campingplatz Eco-Camping & Chalets Koren. 2011 war er der erste slowenische Campingplatz, der die Anforderungen für das Europäische Umweltzeichen erfüllte. Für naturfreundlichen Urlaub sind Camper hier genau richtig. Im vergangenen Jahr hat Korens Sohn Jakob die Leitung übernommen. Er tritt in die Fußstapfen seiner Mutter und leitet den Campingplatz genauso begeistert und prinzipientreu wie Lidija Koren.



Während eines kürzlichen Besuchs in Barcelona haben ACSI-Geschäftsführer Ramon van Reine und Business Developer Frank Jacobs den Preis persönlich an Siegfried Heinze übergeben.

„Die Menschen betrachten Urlaubsreisen fast schon als Grundbedürfnis“

Branchenexperte Jos Klerx und ACSI-CEO Ramon van Reine blicken voraus auf das Campingjahr 2023

2022 erweist sich auf vielen Gebieten als ein unruhiges Jahr. In Europa passieren gerade viele Dinge, die das Verbraucherverhalten beeinflussen. Dennoch erlebt die Campingbranche eine gute Saison. Erlaubt dies entsprechende Erwartungen für 2023? Jos Klerx, Branchenexperte für Gastgewerbe, Erholung und Tourismus bei der Rabobank, und ACSI-CEO Ramon van Reine nehmen die Perspektiven für die nächste Campingsaison ins Visier.



Jos Klerx

Jos Klerx ist Branchenexperte für Gastgewerbe, Erholung und Tourismus bei der Rabobank. Er beobachtet die Trends und Entwicklungen innerhalb der genannten Sektoren und beschäftigt sich kontinuierlich mit der Freizeitökonomie.



Campingplätze sind laut Klerx ziemlich immun gegen größere wirtschaftliche Schwankungen und können sich daher auf ein gutes Jahr 2023 vorbereiten.

Zwei wichtige Rahmenbedingungen

Klerx nennt gleich zu Beginn zwei Rahmenbedingungen, die im kommenden Jahr wahrscheinlich eine entscheidende Rolle spielen werden. „Zunächst ist da der Krieg in der Ukraine und die Frage, wie er sich auf das Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher in die Wirtschaft auswirkt. Hinzu kommt die Inflation, die unmittelbar mit diesem Krieg zusammenhängt. Diese Faktoren führen zu einem Kaufkraftverlust, und der wiederum hat zweifels- ohne Auswirkungen auf unsere Reisefreudigkeit und darauf, für welche Urlaubsziele wir uns entscheiden.“

COVID, Benzinpreise und nachhaltiges Reisen

Was den Sommer 2023 anbelangt, erwartet Klerx keinen Covid-19-Effekt, vorausgesetzt, dass sich keine neue gefährliche Variante breit macht. Des Weiteren scheinen die Auswirkungen der steigenden Treibstoffpreise nicht so dramatisch zu sein, wie gedacht. „Es ist aber schwierig, die weitere Entwicklung vorherzusagen. Es könnte sein, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher im kommenden

Jahr dennoch beschließen, wegen dieser Ausgangslage weniger weit entfernte Urlaubsziele anzusteuern. In diesem Jahr haben wir das nicht wirklich feststellen können.“ Van Reine sieht das ähnlich. „Die Camper sind offensichtlich begeistert, dass sie nach zwei Jahren Corona endlich wieder ohne große Restriktionen ins Ausland reisen können. Urlauber lassen sich auch durch die steigenden Benzinpreise nicht davon abhalten. Außerdem sind die Treibstoffpreise in Europa ganz unterschiedlich und die 100 bis 200 Euro zusätzlich machen keinen allzu großen Unterschied für das Urlaubsbudget insgesamt.“ Auch die Entscheidung für ein nachhaltiges Verkehrsmittel dürfte noch nicht unmittelbar anstehen, meint Klerx. „Wie sehr wir uns das auch wünschen mögen. Es könnte aber durchaus sein, dass die Leute, weil sie ihren Lebensstandard herunterschrauben, vorzugsweise ins eigene Auto steigen, anstatt mit dem Flugzeug zu verreisen. Das hängt wiederum vom Reiseziel ab.“

„Downtrading“

Nichtsdestotrotz haben andere Faktoren sehr wohl Auswirkungen auf die Urlaubsplanung von

Campern.

„Sobald die Kaufkraft sinkt, beobachtet man, dass Bedürfnisse zurückgeschraubt werden (Downtrading). Das bedeutet nichts anderes, als dass sich Verbraucher für eine preisgünstige Alternative entscheiden. Es würde mich nicht wundern, wenn das auch das Urlaubsverhalten beträfe“, so Klerx. Camper könnten in dem Fall beschließen, weniger oft in den Urlaub zu fahren oder einen Urlaubsort in Heimatnähe zu wählen. „Auch der Krieg in der Ukraine und die Folgen des Klimawandels wie Waldbrände und Überschwemmungen könnten dazu beitragen, dass die Lust aufs Reisen abnimmt.“

Ein „perfekter Sturm“

Bei den Kaufkrafteffekten handelt es sich um eine Anhäufung unterschiedlicher Faktoren, die zu einer sehr schwierigen Wirtschaftssituation führen, einem „perfect storm“, wie es in Fachkreisen genannt wird. „Dabei geht es unter anderem um den Anstieg der Gaspreise. Der hatte bereits vor dem Krieg in der Ukraine eingesetzt, weil die Wirtschaft nach Covid-19 schneller anzog und dadurch die Nachfrage nach

Rohstoffen viel schneller anstieg, als erwartet. Der Krieg hat diesen Effekt noch verstärkt. Zusammen mit dem Personalmangel und den steigenden Rohstoffpreisen sorgt dies für die immer höhere Inflation.“

Campen als Grundbedürfnis

Das heißt beispielsweise, dass die Menschen viel höhere Energiekosten haben als vorher. Eine Familie könnte monatlich locker bis zu 300 Euro Mehrkosten aufzubringen haben. Das ist Geld, das ihr an anderen Stellen fehlt. Dessen ungeachtet geht Klerx nicht davon aus, dass Verbraucher etwa ihren Urlaub streichen werden. „Campingplätze haben den Vorteil, dass sie in Zeiten einschneidender wirtschaftlicher Schwankungen von deren Folgen nahezu verschont bleiben. Die Aussichten für 2023 sind womöglich weniger gut, aber immer noch positiv. Die Menschen werden auch in Zukunft in Urlaub fahren. Sie betrachten das fast schon als Grundbedürfnis, als ein erworbenes Anrecht. Wir gehen davon aus, dass Campingplätze ein ertrageiches Jahr 2023 bevorsteht.“

Flexibel und für jeden Geldbeutel geeignet

Van Reine pflichtet dem bei. „Urlauber entscheiden sich immer öfter für den Campingplatz als Ferienziel. Die große Bandbreite an Campingunterkünften und Campingplätzen macht Campen für jede und jeden erschwinglich.“ Mit dem eigenen Fahrzeug in den Urlaub zu fahren, ist zum Beispiel oftmals günstiger als eine Reise mit dem Flugzeug. Zudem sind Camper flexibel, weil sie ihr mobiles Heim in Gestalt eines Faltschwanzes, eines Zeltes, Wohnwagens oder Wohnmobils stets mitführen. Es gibt daher auch immer noch zahlreiche Camper, die einfach ohne Platzreservierung einen Campingplatz

ansteuern. Wenn das Wetter nicht mitspielt oder eine andere Destination attraktiver erscheint, findet sich ohne Weiteres eine Alternative.

Neue Camper

Van Reine geht davon aus, dass sich Campen auch 2023 großer Popularität erfreuen wird. „Die Anzahl der Camper ist in den Corona-Jahren explosionsartig angestiegen. Außerdem haben viele Menschen neue Campingunterkünfte erworben. Und das macht man ja nicht für nur eine Saison. Wir dürfen also davon ausgehen, dass diejenigen, die sich gerade erst einen neuen Wohnwagen oder ein neues Wohnmobil zugelegt haben, diese über Jahre nutzen werden. Bedingt durch die langen Lieferzeiten in der Wohnwagen- und Wohnmobilindustrie gibt es sogar eine bedeutende Gruppe von Anwärtern, die ihr mobiles Heim erst noch bekommen müssen.“

Der Campingplatz in der Nachbarschaft

Der internationale Tourismus braucht sich Van Reine zufolge keine Sorgen zu machen. Und dank der Pandemie ist auch die Möglichkeit zu Campingurlaube unweit von zu Hause ins Bewusstsein gerückt. „Immer mehr Menschen haben die Vorteile dieser Urlaubsform für sich entdeckt. Es ist preisgünstig, man ist flexibel, die Reisekosten sind niedrig, und trotzdem entflieht man für eine Weile dem Alltagsstress. Das ist auch als kleinerer Zusatz-Urlaub ideal“, gibt er zu bedenken. Klerx und Van Reine machen für die Campingbranche ein gutes Jahr 2023 aus. Auf den Seiten 12 und 13 dieser Ausgabe ist nachzulesen, wie einige europäische Campingplatz-Ketten die Lage betrachten. Auch mit ihnen schaut ACSI auf die aktuelle und die nächste Campingsaison.



Camping erfreut sich nach wie vor großer Beliebtheit, was sich auch auf dem Caravan Salon in Düsseldorf wieder zeigte.

Campingketten blicken ins Jahr 2023

„Wir erwarten noch mehr Gäste als 2022“

Nach dem Branchenspezialisten Jos Klerx und ACSI-CEO Ramon van Reine (Seite 11) betrachten auch zwei europäische Campingplatz-Ketten die Situation in der Branche. Wie ist die aktuelle Campingsaison für sie verlaufen und bestätigen sie das Bild, das im vorigen Artikel über die Erwartungen für 2023 skizziert wurde? ACSI sprach mit Johan Söör, CEO des skandinavischen Unternehmens First Camp, und Véronique Decamps, Geschäftsführerin von Sites et Paysages in Frankreich.



Rückblick auf 2022

„Es lässt sich jetzt schon sagen, dass wir eine großartige Saison hatten“, verrät Johan Söör, der CEO von First Camp. „Im Juli dieses Jahres, unserem umsatzstärksten Monat, lagen die Gewinne um 16% höher als 2021 und um 17% höher als 2019. Der große Unterschied zum letzten Jahr ist die Rückkehr der ausländischen Gäste.“ Darüber hinaus hat First Camp in letzter Zeit in die Digitalisierung investiert. „Die Einführung unseres neuen Ertragsmanagementsystems im Jahr 2021, das auf künstlicher Intelligenz basiert, hat sich absolut bewährt.“ Dieses System stammt von einem schwedisch-britischen Start-up, das von First Camp engagiert wurde, um die Vorlieben und Bedürfnisse der Camper zu erfassen. Dadurch kennt First Camp die Wünsche seiner Camper nun bereits im Voraus.

Die Erwartungen für 2023

„In den meisten Ländern wurden die Corona-Maßnahmen aufgehoben und die Popularität des Campings hat stark zugenommen. Deshalb erwarten wir

ein gutes Jahr“, erklärt Söör optimistisch. Er hat bereits vor der Corona-Pandemie ein wachsendes Interesse am Camping festgestellt und bemerkt nun, dass die Pandemie dies nur noch beschleunigt hat. „Ich erwarte für 2023 noch mehr Gäste, auch dank unserer ständigen Investitionen in ein verbessertes Produkt und den digitalen Vertrieb. In Skandinavien buchen die meisten Camper online, allerdings gehen 65% unserer Buchungen in den vier Wochen vor der Abreise bei uns ein.“

Die Herausforderungen

First Camp kämpft, wie andere Campingplätze und Campingketten auch, mit einem Mangel an Personal. „Das ist eine große Herausforderung für uns. Auf einigen Campingplätzen haben wir dieses Problem gelöst, indem wir Aushilfskräfte aus dem Ausland engagiert haben.“ Auch in diesem Bereich spielt die Digitalisierung eine unterstützende Rolle. „Momentan sind wir damit beschäftigt, auf zwei Campingplätzen möglichst viele Abläufe zu digitalisieren. So gibt es zum Beispiel Check-in-Säulen,



Die Campingkette First Camp verfügt über 61 Campingplätze in ganz Skandinavien, darunter auch First Camp Bogense City - Fyn im dänischen Südjütland.

Unterkünfte, die sich automatisch öffnen, die Möglichkeit, Lebensmittel online zu bestellen, und Kameras. Aber damit lassen sich nicht alle Probleme lösen.“

Die Ansprüche der Camper sind hoch und die Regeln streng. „Camper buchen zunehmend online und haben höhere Erwartungen an den Campingplatz. Gleichzeitig steigen die Anforderungen von Behörden und Kommunen“, berichtet Söör von seinen Erfahrungen. Er beobachtet bei Campingplätzen ein wachsendes Interesse, sich einer Campingplatz-Kette anzuschließen. „Das wird immer wichtiger und es geschieht natürlich auch schon seit einiger Zeit in weiten Teilen Europas. Ich glaube, dass sich in diesem Bereich in der nächsten Zeit viel tun

wird.“ Auch First Camp möchte weiterwachsen und blickt dabei über Schweden, Dänemark und Norwegen hinaus. „Wir halten Ausschau nach Campingplätzen, die wir kaufen oder mieten können. Dabei legen wir Wert darauf, dass die Anzahl der Stellplätze für Urlauber unverändert bleibt und nicht das gesamte Gelände mit Ferienhäusern zugepflastert wird.“

Äußere Einflüsse

Auch der Klimawandel hat Auswirkungen auf die skandinavische Campingplatz-Kette. „Mit steigenden Temperaturen und einer Zunahme der heißen Tage kommen immer mehr Camper nach Skandinavien, denen es in Südeuropa zu heiß ist.“ Inzwischen steigt auch die Nachfrage nach Lademöglichkeiten für Elektrofahrzeuge und First Camp hat begonnen, entsprechende Stationen zu installieren. Söör findet es schwierig vorherzusagen, ob und wie die

höheren Benzinpreise die neue Campingsaison beeinflussen werden. „Das kann für uns sowohl positive als auch negative Folgen haben. Ausländische Gäste bleiben vielleicht näher an ihrem Heimatort. Aber auf der anderen Seite haben wir 61 Campingplätze in ganz Skandinavien. Und das bietet auch den Skandinaviern die Möglichkeit, näher an ihrem Zuhause Urlaub zu machen.“

Schließlich wird auch der Krieg in der Ukraine möglicherweise die Saison 2023 beeinflussen. „Der Krieg in der Ukraine ist natürlich in vielerlei Hinsicht eine Tragödie. Doch die Auswirkungen auf die Campingbranche halten sich meiner Meinung nach in Grenzen. Vielleicht wollen die Menschen näher an ihrem Wohnort bleiben oder Flugreisen vermeiden. Alles Dinge, die für unsere Branche im Vergleich zu anderen Reisesektoren eher von Vorteil sind“, schließt Söör.



Das First Camp Åhus-Kristianstad liegt teilweise versteckt in einem Kiefernwald in der südschwedischen Region Skåne.



Immer mehr Wohnmobilstellen. Das ist auch ein Bild, das First Camp sieht, und einer der Gründe, um sich weiter auf freie Stellplätze zu konzentrieren.



Johan Söör

Johan Söör ist CEO von First Camp, Skandinaviens größter Campingplatz-Kette und Vorstandsvorsitzender von Jesperhus Feriepark.



Die französische Campingkette Sites et Paysages bietet Campern einen Urlaub im Einklang mit der Natur.

Rückblick auf 2022

Auch Véronique Decamps, Geschäftsführerin von Sites et Paysages, blickt zufrieden auf die Saison 2022. „In diesem Jahr sind wir besonders stark auf die neuen Wünsche der Camper eingegangen. Sie legen großen Wert auf Urlaub mit einem Bezug zur Natur, auf bedeutungsvolle Ausflüge und auf die kulinarischen und kulturellen Besonderheiten der Region.“ In einem Markt, der zunehmend von Mietunterkünften dominiert wird, konzentriert sich Sites et Paysages weiterhin auf „ganz normale“ Stellplätze. Im Durchschnitt verfügen die Campingplätze von Sites et Paysages über 70% Campingstellplätze, was die Kette zunehmend von der Konkurrenz unterscheidet.

Die europäischen Camper wissen diese Politik zu schätzen, so Decamps. „Nach zwei Corona-Jahren kehrten sie in Scharen auf unsere Campingplätze zurück. Bereits im Mai und Juni konnten wir viele Niederländer, Deutsche und in etwas geringerem Umfang Briten begrüßen. Wir hatten einen langsamen Start im Juli, aber insgesamt konnten wir im Vergleich zu 2021 einen Umsatzanstieg von 26% bei den Unterkünften und sogar 54% bei den regulären Stellplätzen verzeichnen.“

Die Corona-Pandemie hat auch bei Sites et Paysages Veränderungen bewirkt. Diese waren notwendig, um das erfreuliche Ergebnis von 91% zufriedenen Campern halten zu können. Schließlich haben sich auch deren Wünsche in der vergangenen Zeit geändert. Abgesehen vom Einzug einer Gruppe neuer Camper – zumeist Wohnmobilisten – und der zunehmenden Bedeutung flexibler Buchungsbedingungen hat Decamps zwei weitere überraschende Trends festgestellt.

„Für unsere Campingplätze klingt es wirklich paradox, aber die Nachfrage nach gutem WLAN und Klimaanlage ist enorm gestiegen. Camper kommen eigentlich hierher, um zur Natur zurückzukehren, aber scheinbar kommt man dabei nicht ohne gutes WLAN aus. Die nicht-optimale WLAN-Abdeckung ist der am häufigsten genannte Grund für Unzufriedenheit. Dasselbe gilt für unsere Ausstattung. Die Camper entscheiden sich für unsere Campingplätze, weil wir mit der Umwelt bewusst und schonend umgehen. Aber wegen der extrem hohen Temperaturen wählen viele von ihnen letztendlich trotzdem Premium-Unterkünfte mit Airconditioning. Wir müssen also als Kette zwischen dem Urlaub, den der Kunde

bei der Buchung gesucht hat, und den tatsächlichen Bedürfnissen vor Ort herumjonglieren.“

Die Erwartungen für 2023

Decamps blickt optimistisch auf die Saison 2023. „Alle Zeichen stehen auf Grün. Noch nie hat die Campingbranche von einer so positiven Werbung profitiert. Laut einer Umfrage des französischen ADN Tourisme (des nationalen Verbands der institutionellen Tourismusorganisationen) wollen 61% der Franzosen ‚den Alltag hinter sich lassen und die Nähe zur Natur spüren‘. Das ist genau das, was wir mit unserem einzigartigen Angebot seit mehr als 40 Jahren versprechen.“ Sites et Paysages reagiert mit seinem Programm „Origine, Vert Demain“ auch auf den Trend zum Slow Tourism: Die Kunden erhalten einen einzigartigen Einblick in die lokale Kultur, weit weg vom üblichen Standardtourismus.

Äußere Einflüsse

Auch Decamps erwartet, dass äußere Faktoren in der kommenden Campingsaison eine wichtige Rolle spielen werden. „Die höheren Temperaturen und die Waldbrände werden sicherlich Auswirkungen haben. Die Gäste sind eher an kühleren Zielen, Campingplätzen am Wasser oder Unterkünften mit Klimaanlage interessiert. Andererseits müssen wir über Wassermanagement und Brandrisiken nachdenken, um so autonom und effizient wie möglich zu sein.“

Genau wie First Camp konstatiert auch Sites et Paysages eine steigende Nachfrage nach Ladestationen und Vorrichtungen für Elektrofahrzeuge. Diese wurden deshalb bereits auf einigen Testcampingplätzen installiert. Da die Nachfrage in den kommenden Jahren stetig zunehmen wird, ist dies ein wichtiger Aspekt der Entwicklung. Decamps bemerkt außerdem Auswirkungen der steigenden Kraftstoffpreise:



Véronique Decamps

Decamps ist seit mehr als zehn Jahren Geschäftsführerin der Campingplatz-Kette Sites et Paysages.

„Es gibt eine große Anzahl von Campern, die in der Nähe ihrer Heimat bleiben. Sie fahren nicht mehr so weit, aber dafür häufiger in Urlaub. Und dann vor allem auf nachhaltige ‚grüne‘ Familien- und Naturcampingplätze in ländlichen Gegenden. Auf diese Weise können sie die Landschaft und die Natur perfekt genießen.“

Der Punkt Personalmangel gehört auch bei Sites et Paysages zu den Herausforderungen des Jahres 2023. „Unsere Campingplätze hatten bereits in den beiden letzten Jahren Probleme mit der Personalbeschaffung, aber die Saison 2022 war besonders mühsam, was die Suche nach Mitarbeitern und die Personalverwaltung angeht. Eigentlich betrifft es alle Bereiche, egal ob es sich um Catering, Reinigung, Animation oder die Rezeption handelt. Wir haben im vorigen Jahr schon einiges unternommen, aber wir müssen uns steigern, wenn wir in der nächsten Saison genug

Personal haben wollen, um unseren Kunden die gewünschte Qualität zu garantieren.“ Eine weitere Herausforderung ist die Knappheit bei Produkten und Material. „Das hat Folgen für die Betriebsführung. Ob es nun um die Preise für Lebensmittel geht, die von Woche zu Woche variieren, oder um Alltagsbedarf wie Matratzen, die zu spät eintreffen oder nicht lieferbar sind.“

Dennoch betrachtet Decamps die Herausforderungen durchaus hoffnungsfroh. Selbst eine steigende Inflation löst bei Sites et Paysages nicht sofort Panik aus. „Gerade die Campingbranche kann auf dieses Problem sehr gut reagieren. Die Rückbesinnung auf Einfachheit ist eine unserer großen Stärken, und wir beobachten, dass das Bedürfnis danach immer größer wird. Gleichzeitig stehen unseren Gästen auf unseren Campingplätzen dennoch zahlreiche Einrichtungen und Dienstleistungen zur Verfügung.“



Sites et Paysages sieht auch eine steigende Nachfrage nach Einrichtungen für Elektrofahrzeuge.



Im Durchschnitt verfügt ein Campingplatz von Sites et Paysages über etwa 70 % freie Stellplätze für Reisende.



Der Zukunft wird mit Zuversicht entgegengesehen: „Alle Signale stehen auf Grün“.

Eine Reise durch die Campinggeschichte

Viele europäische Campingplätze bestehen bereits seit Jahrzehnten und haben schon zahlreiche Generationen gesehen. ACSI hat mit vier europäischen Campingplätzen über ihre ereignisreiche Geschichte gesprochen.

Kongshøj Strandcamping, Dänemark

Vom Bauernhof zum Campingplatz

In den sechziger Jahren gründeten Jørgen und Rita Sønderby den Strandcampingplatz Kongshøj. Damals führte die Familie neben dem Campingplatz noch einen Bauernhof mit Kühen und Schweinen. Den Hof hat sie mittlerweile aufgegeben, aber die gemütliche, familiäre Atmosphäre ist geblieben.

1961 kam bei Familie Sønderby ein Mann vorbei, der mit seinem Zelt auf einer Weide des Bauernhofs übernachten wollte.

In jener Zeit stieg die Zahl der Übernachtungsanfragen und in der Umgebung entstanden mehrere Campingplätze. So kamen Jørgen und Rita auf die Idee, ebenfalls einen Campingplatz zu eröffnen.

Das Gelände der Familie Sønderby liegt auf der dänischen Insel Fünen – in herrlicher Lage direkt am Meer. Zudem ist der Ort ideal für Touristen, die auf der Durchreise nach Schweden sind. Nach der Eröffnung des Strandcampingplatzes Kongshøj kamen schnell zahlreiche Gäste

aus Dänemark und anderen Ländern Europas, um ihre Zelte auf den Weiden rund um den Bauernhof aufzuschlagen. Allmählich verschob sich der Fokus vom Bauernhof auf den Campingplatz. Die letzten Kühe und Schweine wurden 1978 verkauft und die Familie konzentriert sich seit jener Zeit auf das gut laufende Campinggeschäft. Im Laufe der Jahre wurden neben den Stellplätzen auch Unterkünfte errichtet. Zum Angebot zählt mittlerweile auch ein großes Ferienhaus, in dem Gruppen von bis zu 26 Personen Platz finden.

Das Internet spielt eine große Rolle

Im Vergleich zu früher hat sich vor allem das Marketing verändert. Früher war der Eintrag in einem Campingführer ausreichend, mittlerweile spielen auch der Internetauftritt und Social Media eine große Rolle. Manche Dinge ändern sich glücklicherweise nicht: Seit etwa 60 Jahren wird viel Wert auf Service und Gastfreundschaft gelegt. Viel Zeit und Energie fließen zudem



„An den allwöchentlichen Snobrød-Abenden treffen sich Menschen aller Altersgruppen und genießen die Lagerfeueratmosphäre“



in die Organisation gemeinsamer Aktivitäten auf dem Campingplatz. Eine der beliebtesten Veranstaltungen ist der allwöchentliche „Snobrød-Abend“, an dem man Stockbrot über dem Feuer backen kann. An diesen Abenden treffen sich Menschen aller Altersgruppen und genießen die Lagerfeueratmosphäre.

„Hygge“ auf dem Campingplatz

Der ehemalige Bauernhof

steht noch immer im Zentrum des gemütlichen Familiencampingplatzes. Es gibt zwei „Streichelzoos“ mit Pferden, Schafen, Ziegen und Kaninchen. Mittlerweile haben Sohn Bent und seine Frau Susanne die Leitung des Campingplatzes übernommen. Sie möchten ihren Gästen das typisch dänische „Hygge“-Gefühl vermitteln. Jørgens und Ritas Enkel arbeitet inzwischen ebenfalls voll im Betrieb mit.

Aurdal Fjordcamping og Hytter, Norwegen

Rund 25 Jahre Campen in der norwegischen Natur

Aurdal Fjordcamping og Hytter besteht schon seit 1998. Damals beschlossen die beiden Freunde Knut Ivar Sundet und Jan Opheim, einen Campingplatz zu eröffnen. Er liegt direkt am Ardalsfjord und ist ein wahres Paradies für Naturliebhaber.

Die beiden Freunde gründeten den Campingplatz auf dem Gelände des ehemaligen Bauernhofs von Knuts Familie. Es dauerte nicht lange, bis die ersten Camper Interesse

zeigten, insbesondere für die ganzjährigen Stellplätze – eine Erfolgsgeschichte. Die Menschen vor Ort begrüßten die Eröffnung von Aurdal Fjordcamping og Hytter, die den Tourismus in der Region kräftig ankurbelte. In den Anfangsjahren empfing der Campingplatz vor allem norwegische Gäste. Mit dem Ausbau des Campingplatzes kamen immer mehr internationale Touristen. Heutzutage stammen viele von ihnen aus Deutschland, den Niederlanden, Schweden und

Dänemark, aber auch aus Süd- und Osteuropa.

„Die Menschen vor Ort begrüßten die Eröffnung unseres Campingplatzes“

Camping ist mittlerweile viel komfortabler

Im Vergleich zu den Anfangsjahren sehen Knut und Jan große Unterschiede. 1998 war das Campen noch nicht so komfortabel wie heute. Die Anforderungen und Erwartungen der Gäste in Bezug auf die Qualität der Einrichtungen sind mit der Zeit gestiegen. Der Campingplatz hat darauf entsprechend reagiert und sich weiterentwickelt. Seit 2018 gibt es vier neue Ferienwohnungen, und 2019 wurden neue, moderne Sanitäreinrichtungen errichtet. Außerdem eröffneten Knut und Jan 2018 neue 24-Stunden-Plätze für Reisemobile und Wohnwagen. Dieser Bereich wurde 2021 weiter ausgebaut.

Die nächste Generation steht schon in den Startlöchern

Das Erfolgsgeheimnis von Aurdal Fjordcamping og Hytter? Die Gastgeber Knut und Jan



empfangen ihre Gäste stets mit einem Lächeln und möchten sicherstellen, dass die Urlauber ihren Campingplatz mit schönen Erinnerungen in Verbindung bringen. Diese gastfreundliche

Haltung wird schon bald an die nächste Generation übertragen. Knut und Jan hoffen, dass der Campingplatz noch lange im Besitz ihrer Familien bleiben wird.



Camping Mühle Kaprun, Österreich

Traditionen mit modernem Touch

Schon seit Generationen steht die Ramolds-Mühle in Kaprun im Zeichen der Gastfreundschaft. Vor fast 95 Jahren gelangte der Gasthof in den Besitz von Familie Nindl. Später kam auch ein Campingplatz dazu. Die Traditionen von damals sind beim Camping zur Mühle heute noch immer zu erkennen.

Jakob und Maria Nindl kauften die Mühle 1929 und übernahmen dabei den dazugehörigen Kundenstamm. Der Gasthof mit seinem traditionell österreichischen Ambiente zog damals viele Besucher aus der weiten Umgebung an. Jakobs und Marias Sohn Johann kam 1930 nach Kaprun und führte die Erfolgsgeschichte fort. 1947 heiratete er Emmerentia. Das Paar bekam fünf Kinder, darunter auch Gottfried. Dieser übernahm 1986 den Gasthof zusammen mit seiner Frau Monika. Die beiden sind bis heute die stolzen Besitzer.

Idyllisch campen
Neben dem Gasthof gehörte Familie Nindl auch ein Stück Ackerland. Als die Nachfrage nach Stellplätzen in der Region stieg, beschloss die Familie 1982, dort einen Campingplatz zu eröffnen.

Der Campingplatz zur Mühle in Kaprun verfügt über zwei Campingwiesen. Eine der beiden wird in den Wintermonaten noch immer landwirtschaftlich genutzt. Daher ist ein Campingurlaub dort besonders idyllisch. Der Ort

„Auf dem Campingplatz spürt man noch heute die Atmosphäre des Landlebens von damals“

wirkt wie eine grüne Oase, in der man immer noch die Atmosphäre des Landlebens von damals spürt. Auf dem Campingplatz braucht man nicht zu reservieren und

kann sich seinen eigenen Platz aussuchen.

Modernisierung des Campingplatzes

Campen im Jahr 2022 hat sich im Vergleich zu früher natürlich verändert. Gottfried zufolge ist vor allem die Zahl der Wohnwagen und Reisemobile gestiegen. In den ersten Jahren kamen etwa 80 % der Camper mit einem Zelt, inzwischen sind es nur noch rund 20 %. In Laufe der Zeit wurde das Campinggelände umfassend modernisiert. Es gibt Strom und Wasser und mittlerweile auch einige Komfortplätze. In Kürze werden außerdem die Sanitäreanlagen wieder renoviert.



Im Restaurant des benachbarten Hotels kommen die Gäste in den Genuss typisch österreichischer Küche. Familie Nindl legt

großen Wert auf Tradition und Gastfreundschaft und hofft, dass die Mühle noch viele Jahre lang Gäste empfangen wird.



Camping Los Escullos, Spanien

Nachhaltig campen im Naturschutzgebiet

Der Campingplatz Los Escullos in Süds Spanien feiert dieses Jahr sein 30-jähriges Bestehen. Geschäftsführerin Patricia Fernandez erzählt von der Eröffnung des Campingplatzes 1992, als den Besuchern des Naturschutzgebiets Cabo de Gata eine Übernachtungsmöglichkeit geboten werden sollte. Von Anfang an lag der Schwerpunkt auf Komfort in Kombination mit Umweltbewusstsein.

Bei der Eröffnung des Campingplatzes 1992 standen die ersten Gäste schon Schlange, als

die letzten Arbeiter die Baustelle gerade verlassen hatten. Die Rezeption, der Campingladen und das Restaurant waren noch nicht einmal ganz fertig. Anfangs wurde daher viel improvisiert, z. B. mit einem Fertiggebäude, das als Rezeption diente, und einer Bar, die gleichzeitig als Restaurant genutzt wurde. Mittlerweile hat alles seine beste Ordnung und auf Los Escullos findet man eine Sauna,

„Bei der Eröffnung standen die Gäste Schlange“

einen Fitnessraum und einen Tennisplatz. Im Sommer kommen die Campinggäste zusammen mit der örtlichen Bevölkerung in den Genuss von Konzerten und Vorstellungen unter dem Sternenhimmel.

Camping im Naturschutzgebiet

Der Campingplatz befindet sich im andalusischen Naturschutzgebiet Cabo de Gata-Níjar, einer wüstenartigen Landschaft mit einzigartiger Flora und Fauna sowie wunderschönen Stränden. Wildcampen war und ist dort nicht erlaubt, deshalb sollten weitere Übernachtungsmöglichkeiten für Besucher geschaffen werden. 1992 wurden fünf Campingplätze im Naturschutzgebiet genehmigt: Ein Platz bestand bereits, die anderen vier mussten noch angelegt werden. Camping Los Escullos war der erste der vier Plätze. In der Umgebung sorgte der Bau für Verwunderung, da viele Menschen nicht verstanden, warum im Naturschutzgebiet



gebaut werden durfte. Es gab jedoch auch positive Reaktionen, da die neuen Plätze die Ströme der Camper in der Region besser regulieren sollten. Denn damals war der einzige Campingplatz in der Region heillos überfüllt.

Nachhaltigkeit und Glamping
Bei Los Escullos geht Nachhaltigkeit Hand in Hand mit dem Komfort für die Gäste. Erste umweltfreundliche Ansätze waren Solarmodule, mit denen das Schwimmbad beheizt wurde. Mittlerweile verfügt der Campingplatz über eine Wasseraufbereitungsanlage, nachhaltige Sanitär- und Küchengebäude mit wasser-

sparenden Systemen sowie nachhaltige Bungalows und Glampingunterkünfte. In Zukunft plant Patricia Fernandez, Ladesäulen für E-Fahrzeuge zu errichten.

Beliebter Campingplatz
Die Gäste schätzen vor allem die Kombination aus Komfort, Natur und Nachhaltigkeit. Der Campingplatz zieht viele Urlauber aus Spanien und Frankreich an, aber auch Gäste aus anderen Ländern, die hier überwintern. Bei den ACSI Awards 2022 war der Campingplatz sogar in den Top 50 der beliebtesten Campingplätze gelistet.



Impressum

Herausgeber

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

Geschäftsführung: Ramon van Reine | **Chefredaktion:** Frank Jacobs | **Koordination/Schlussredaktion:** Bram Kuhn, Robin Peeters

Redaktion: Laura ten Barge, Alena Gebel, Marieke Krämer, Sarah Löber, Laura Mestrum, Merel Revet, Bianca van Steenberg, Madita Weiß

Anzeigenverkauf: Salesafdeling ACSI | **Bildredaktion:** Maurice van Meteren | **Grafische Gestaltung:** Ton Oppers | **Layout:** Peter Dellepoort, Rein Driessens

Druckbegleitung: Ronnie Witjes | **Druck:** Rodi Rotatiedruk



Ihr Marketing-Partner für Europa

Ihre europäische Buchungsplattform

mit 40 Millionen Besuchern



camping.info

Booking



ACSI Campingführer

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

Eurocampings.eu

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



ACSI-Apps

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

Die erwartete Anzahl von Besuchen

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

Kijk voor alle promotiemogelijkheden op: www.acsi.eu

DER PARTNER FÜR DAS ULTIMATIVE ZELTERLEBNIS

De Waard Zelte seit 1948. Ikonische Familienzelte von hoher Qualität mit einem einzigartigen und erkennbaren Stil!

De Waard Business ist bekannt für seine einzigartigen Zelte und Unterkünfte für Campingplätze, Bungalowparks und Festivals.

www.dewaardbusiness.com