ACSI SINCE 1965

Handelsblad

door ACSI, dé campingspecialist: editie najaar 2022

EDITIE NAJAAR 2022

ACSI Handelsblad wordt uitgebracht door de toonaangevende campingspecialist van Europa. Ook in deze editie leest u alles over hetgeen er speelt in de kampeersector. Zo leest u hoe campings omgaan met het probleem van een tekort aan personeel. Ook wordt er vooruitgekeken naar de invloed die zaken als inflatie en prijsstijgingen hebben op het kampeerseizoen 2023. Zullen kampeerders hierdoor hun vakantieplannen aanpassen? En er kan weer gestemd worden voor de ACSI Awards 2023.

ÉÉN JAAR NA DE OVERSTROMINGEN

Het noordwesten van Europa werd in de zomer van 2021 opgeschrikt door hevige overstromingen. ACSI sprak drie campingeigenaren die hun camping vorig jaar onder water zagen staan. Hoe groot was de schade? En hoe staan de campings er ruim een jaar later voor?

▶ *Lees meer op **pagina 2-3***

EUROPESE OPLEIDING CAMPINGMANAGEMENT

In het najaar van 2023 start de masteropleiding Sustainable Outdoor Hospitality Management. Ward Wijngaert is als lid van het projectteam en docent verbonden aan dit initiatief. Hij legt uit waarom onderwijsinstellingen in Breda, Girona en Reijka de handen ineen hebben geslagen.

▶ *Lees meer op **pagina 7***

ACSI AWARDS 2023: STEMMEN KAN WEER

Ook in 2023 worden er ACSI Awards uitgereikt. Tot en met 15 januari kunnen kampeerders uit heel Europa stemmen op hun favoriete camping. ACSI geeft tips en inspiratie om de winkansen van uw camping zo groot mogelijk te maken.

▶ *Lees meer op **pagina 8-9***

VOORUITKIJKEN NAAR HET NIEUWE KAMPEERJAAR

Er speelt momenteel van alles in Europa. Sectorspecialist Jos Klerx kijkt samen met ACSI-CEO Ramon van Reine en twee campingketens naar de invloed van de stijgende prijzen, inflatie en de oorlog in Oekraïne op het nieuwe kampeerseizoen.

▶ *Lees meer op **pagina 11-13***

CAMPINGS MET EEN RIJKE GESCHIEDENIS

Kamperen heeft een lange en mooie geschiedenis. In deze rubriek vertellen campingeigenaren over de rijke geschiedenis van hun (familie)bedrijf. Zo ontstaat er een mooi beeld van zo'n honderd jaar kamperen in Europa.

▶ *Lees meer op **pagina 14-15***

Meer doen met minder mensen

Creativiteit gevraagd in zoektocht naar voldoende personeel

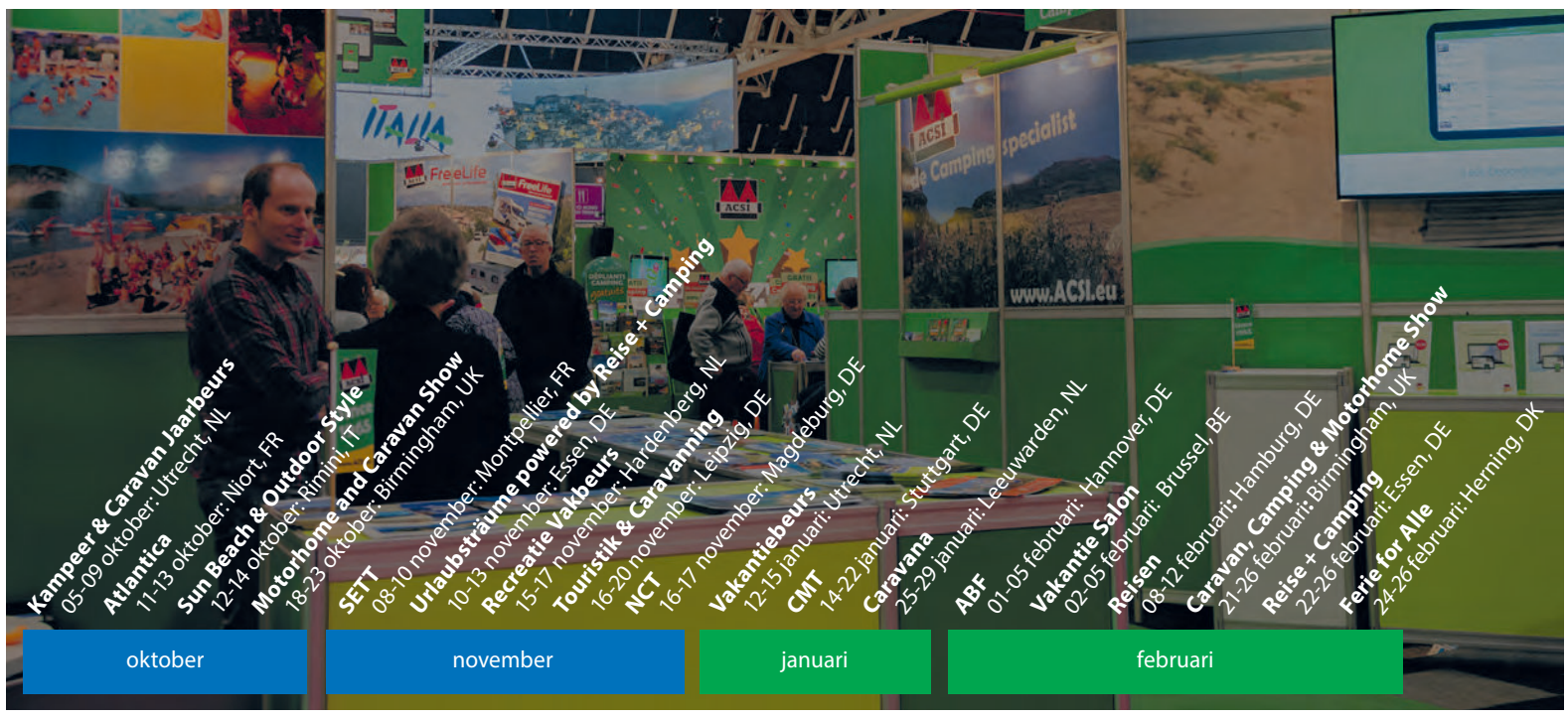
Het kampeerjaar 2022 verloopt voor veel campings voorspoedig. Kamperend Europa ervaart weinig tot geen reisbeperkingen meer en trekt er ouderwets op uit. Campings ontvangen hun gasten uiteraard met open armen, maar steeds vaker is er onvoldoende personeel beschikbaar om alle campingfaciliteiten operationeel te houden. Dit zorgt regelmatig voor problemen en noopt campingeigenaren tot creatieve oplossingen.

Gelukkig zijn er wel degelijk manieren om dit probleem aan te pakken, zo blijkt uit een rondgang van ACSI langs diverse recreatieondernemers en campingeigenaren. De kunst zit hem in het meer doen met minder mensen én in het verzinnen van nieuwe manieren om personeel te werven en te behouden. U leest er alles over op pagina 2-3 van deze editie van ACSI Handelsblad.

Wat eten en drinken op het campingterrras. Door personeelstekort is dit niet overal even vanzelfsprekend meer.

ACSI laat zich zien op de toonaangevende beurzen

Beursagenda voor najaar en winter



De kampeer- en caravanbeurzen zijn terug van weggeweest. Onder voorbehoud dat het coronavirus niet opnieuw roet in het eten gooit, kunnen kampeerders, campingeigenaren en andere belangstellenden zich de komende maanden weer volop laten inspireren door de nieuwste trends en ontwikkelingen in de kampeerwereld.

Als dé campingspecialist van Europa is ACSI uiteraard ook aanwezig op de toonaangevende beurzen. De ACSI-stand is te vinden op verschillende consumenten- en vakbeurzen in Europa, waar in totaal ruim 1,6 miljoen bezoekers verwacht worden.

De komende periode is ACSI onder andere te zien op de Kampeer & Caravan Jaarbeurs in Utrecht (Nederland), de CMT in Stuttgart (Duitsland), de Vakantie Salon in Brussel (België) en de Caravan, Camping & Motorhome Show in Birmingham (Verenigd Koninkrijk).

Campinggids populair

Bezoekers kunnen tijdens de beursdagen kennismaken met ACSI. Bij de stands geven vertegenwoordigers uitleg en advies over welke campinggids of app het best aansluit bij de wensen van de bezoeker. Ieder jaar opnieuw merkt ACSI dat er veel interesse is in de producten. Op de najaarsbeurzen worden de campinggidsen van het huidige kampeerjaar verkocht en zijn de gidsen voor het nieuwe jaar alvast te bestellen. Medio januari zijn de producten voor het nieuwe kampeerseizoen ook daadwerkelijk beschikbaar.

Ook de andere ACSI-producten krijgen volop aandacht. Zo staat er een metershoge smartphone waarop kampeerders de ACSI-apps alvast kunnen uitproberen, is er een grabbelton waar leuke prijzen te winnen zijn én kunnen bezoekers stemmen op de camping die in hun ogen een ACSI Awards verdient.

‘Foodtrucks vervangen het gesloten restaurant’

Campings over hun manier van omgaan met het aanhoudende personeelstekort

Campinggasten tegen betaling of in ruil voor een gratis verblijf vragen het sanitair te poetsen, eten bestellen met een QR-code of zelfs het campingrestaurant volledig sluiten. Het personeelstekort in de horeca- en recreatiesector is overal in Europa merkbaar. Ook veel campings hebben hiermee te maken. ACSI sprak hierover met diverse recreatieondernemers en campingeigenaren en vroeg naar de mogelijkheden om toch nieuw personeel te werven.

De coronacrisis zorgde ervoor dat de vakantieseizoenen van 2020 en 2021 anders verliepen dan gepland. Dit seizoen verloopt een stuk voorspoediger, maar er is een ander probleem dat plots opduikt: een tekort aan personeel. Veel campingeigenaren zijn er enigszins door verrast en dit zorgt voor stress. Om alles toch draaiende te houden moeten campingeigenaren creatief zijn. En dan nog moet er soms voor gekozen worden om het animatieprogramma aan te passen, de horeca-openingstijden te verkleinen of het restaurant een extra dag te sluiten. De sector draait in het hoogseizoen vaak op jongeren en studenten, maar die lijken juist te genieten van vakanties, inhaalfeestjes en festivals.

‘Jongeren willen op vakantie’

Jeroen Fermont, mede-eigenaar van TeamAnimation, merkte dat het aantal jongeren wat deze zomer wilde werken een stuk lager lag dan voorgaande jaren. Het bedrijf plaatst jaarlijks ongeveer 700 entertainers op campings in Nederland en Frankrijk om de campings op dit vlak volledig te ontzorgen. ‘Meestal waren de seizoenen voorspelbaar, maar dit jaar was de markt totaal anders. Ik denk dat het te maken heeft met de coronacrisis. Jongeren hebben lange tijd geen leuke dingen kunnen doen en wilden massaal op vakantie. Ook veel festivals en concerten die door corona waren uitgesteld, werden deze zomer ingehaald. Ze wilden genieten en een hele zomer in het buitenland werken is dan minder aantrekkelijk.’

Carrièreswitch door corona

Campingketen Eldorado Parken heeft vooral last van personeelstekorten binnen de horeca. ‘Op ons grootste park, Vakantiepark De Bergen in Wanroij, hebben we naast ons vakantiepark een avonturenpark. Op beide parken hebben we veel horecagelegenheden waar we goed merken dat er een personeelstekort is,’ vertelt marketing- en salesmedewerker Marco Jacobs. ‘We zien dat veel mensen zijn overgestapt naar werk in de gezondheidssector. Bijvoorbeeld als hulp bij teststraten en vaccinatiecentra. Dit werk ging tijdens de coronacrisis gewoon door, terwijl de horeca moest sluiten. Veel werknemers die de branche hebben verlaten, willen niet terugkomen. Iets wat natuurlijk jammer is, want het is een hele leuke branche om in te werken,’ aldus Jacobs.

Digitaal inchecken

Het personeelstekort is voor veel campings een reden om versneld te digitaliseren. Camping Siersburg in het Duitse Saarland heeft alles gedigitaliseerd om zonder personeel te kunnen draaien. ‘We hebben een checkin-automaat waardoor onze gasten dit zelf kunnen doen terwijl de receptie gesloten is. Op die manier hebben wij helemaal geen personeel nodig,’ vertelt het beheerdersechtpaar Gerlinde en Bernhard Treinen. Ook de Deense campings Nymindegab, Tipperne en Houstrup hebben het incheckproces gedigitaliseerd. ‘Gasten kunnen online inchecken zodat ze niet naar de receptie hoeven te komen’, vertelt campingeigenaar Jari Christensen.

Op verschillende campings wordt het restaurant één of meerdere avonden per week vervangen door een foodtruck.

Foodtrucks vervangen het restaurant

Eldorado Parken heeft diverse oplossingen bedacht om met een kleiner team dan voorgaande jaren de gasten toch te kunnen voorzien van eten en drinken. Jacobs: ‘we zijn een aantal dingen anders gaan doen. Zo kunnen klanten hun bestelling doorgeven door een QR-code te scannen. Hierdoor kan het horecapersoneel zich focussen op het klaarmaken en uitserveren van de bestellingen. Daarnaast hebben we thema-avonden in het restaurant waarbij we gebruikmaken van eten in een buffetvorm. Ook dit zorgt ervoor dat we met minder personeel de avond doorkomen.’ Ondanks de creatieve oplossingen om met minder mensen het restaurant draaiende te houden, is de camping genoodzaakt het restaurant twee dagen per week te sluiten. ‘Op die dagen nodigen we een aantal foodtrucks uit. Zo kunnen de gasten op een leuke manier buiten de deur eten. Dit vermelden we duidelijk op flyers in de receptie. Dan gaan mensen zich niet verheugen op een avondje in een restaurants, terwijl wij alleen foodtrucks kunnen bieden.’

Kleinere teams, meer uren

Team Animation probeert het personeelstekort op te lossen door in kleinere teams te werken, maar de medewerkers juist meer uren te geven. ‘Een gemiddelde werkweek van een entertainer telt 36 tot 40 uur. In overleg is het aantal uren opgeschroefd naar 42 tot 48 uur’, aldus Fermont. Dit wordt door de medewerkers positief opgepakt. ‘We horen dat ze het juist fijn vinden dat ze meer kunnen werken. Als entertainer woon je tijdelijk op de camping, dus je bent er toch al. Omdat ze geen woon-werkverkeer hebben, vinden ze het vaak niet erg om wat extra uren te maken.’ Doordat de entertainers meer uren werken, kan er met minder mensen gewerkt worden. ’Een team dat vroeger uit vijf mensen bestond, kan nu met vier personen hetzelfde programma draaien.’

Minder lastminute-boekingen

Yvonne de Saint Maurice, eigenaresse van de middelgrote camping La Belle Etoile in het Franse La Rochette, laat weten dat zij ongeveer vier personeelsleden mist. ‘Normaal gesproken werken we met z’n negenen en nu zijn we met vijf personen. Hierdoor maken we allemaal hele lange dagen.’ Ze ervaart vooral stress door de hoeveelheid lastminute-boekingen. ‘Het kost best wat tijd om een reservering te verwerken, vooral wanneer mensen een dag van tevoren boeken. Ik zit eraan te denken om volgend jaar minder lastminute-boekingen toe te staan en een minimaal verblijf van twee nachten in te stellen. Dan besparen we flink wat tijd op de administratie.’ Honderd procent zeker van deze keuze is ze nog niet. ‘We hebben natuurlijk geen idee hoe volgend seizoen eruit gaat zien. Dit jaar is al totaal anders dan afgelopen jaar. En wat er komend seizoen gaat gebeuren weten we nog niet.’

Personeel werven

Om nieuwe medewerkers aan te nemen, moeten ze eerst bereikt worden. En dat is dit jaar een uitdaging en soms ook compleet nieuw. Camping La Belle Etoile heeft bijvoorbeeld nog nooit personeel hoeven werven. ‘We zitten vlak bij een universiteit en jaarlijks hadden we meerdere studenten die spontaan binnen kwamen lopen om te vragen of we nog werk voor ze hadden. Ieder jaar had ik in april een mapje met tien tot twaalf cv’s waaruit ik kon kiezen. Dit jaar kwam er niemand. Ik denk wel dat het verstandig is om volgend voorjaar samen met een recruiter op zoek te gaan naar nieuw personeel’, legt De Saint Maurice uit. Andere campings kiezen voor online marketing. Fermont laat weten dat TeamAnimation hier nog nooit zoveel geld aan uitgaf als nu. ‘We adverteren via Google, Facebook, Instagram en sinds dit jaar maken we ook gebruik van TikTok en jobboards gespecialiseerd in werken in het buitenland. Maar ook mond-tot-mondreclame werkt gelukkig nog.’

Een kaartje voor geslaagden

Eldorado Parken heeft een grote campagne opgezet om nieuw personeel te vinden. ‘We hebben in een multidisciplinair team gekeken naar onze opties en daar zijn wel wat mooie projecten uit voortgekomen’ vertelt Jacobs trots. Naast online advertising heeft de keten ook gebruikgemaakt van print. ‘Het gebeurt vaak dat ouders een vacature voor hun kind in de krant tegenkomen en deze vervolgens uitknippen om door te geven. Door flyers in

TeamAnimation merkte dat veel jongeren dit jaar kozen voor festivals en feestjes in plaats van een zomerbaantje als animator op de camping.

de krant te stoppen zijn we ze een stap voor. En we merken dat dit goed heeft gewerkt.'
Naast het flyeren in kranten, heeft Eldorado Parken ook felicitatiekaartjes gemaakt die bij geslaagden in de brievenbus worden gedaan. 'Dat was behoorlijk intensief, want bij ieder huis waar de vlag uithing hebben we een kaartje in de bus gedaan. Op het kaartje stond '*gefeliciteerd met je diploma*' en daarmee konden ze een keer gratis zwemmen in ons strandbad. Daarnaast schreven we '*wil je vaker gratis zwemmen, kom dan bij ons werken!*'. Ook die actie was een succes en behoorlijk wat jongeren uit de buurt solliciteerden op een functie op de camping.

Gemakkelijk solliciteren
Zowel Jacobs als Fermont concludeert dat het sollicitatieproces laagdrempelig moet zijn. Jongeren die bij Eldorado Parken willen werken hoeven alleen maar een Whatsapp-bericht te sturen. 'Dan bellen wij ze terug en gaan we samen in gesprek over hun werkervaring en wensen. We hebben vooral jonge sollicitanten die hun eerste baantje zoeken. Dan is het fijn om samen te kijken naar de mogelijkheden. Op het cv staat toch bijna niks, dus daar kunnen we meestal niet zoveel mee. Bovendien kan dat ervoor zorgen dat we minder sollicitanten krijgen.'
Ook bij Team Animation kunnen entertainers in spé gemakkelijk solliciteren. 'Via de website kunnen ze hun contactgegevens achterlaten en wij bellen zo snel mogelijk terug voor een sollicitatiegesprek. Als dat gesprek succesvol is, mogen ze mee op trainingsweekend om goed voorbereid aan het werk te gaan.'
De sollicitatieperiode vindt doorgaans plaats in het voorjaar, maar dit jaar kon er langer gesolliciteerd worden. 'Ieder weekend in juli moesten we een trainingsweekend organiseren om het gat in augustus op te kunnen vullen.'

Fijne werkomstandigheden
Iedereen is het erover eens dat het belangrijk is om goed te zijn voor het personeel. 'Bij seizoenswerk is het normaal dat je iedereen aan het eind van het seizoen moet loslaten. Op dat moment kun je alleen maar hopen dat ze het zo fijn vonden om voor je te werken, dat ze het jaar daarna weer terugkomen,' vertelt Jacobs. 'Duidelijke communicatie met medewerkers is heel belangrijk. Het is fijn om te weten wat je aan elkaar hebt.'
Bij Team Animation ligt de focus op het behouden van het huidige personeel. 'Natuurlijk willen we ieder jaar nieuwe entertainers, maar het is ook fijn als mensen meerdere jaren terugkomen. Daarom vinden wij het belangrijk om ook buiten het seizoen bereikbaar te zijn. En ook de basisvoorwaarden moeten gewoon goed zijn. Het werk kan nog zo leuk zijn, maar als het salaris niet op tijd wordt uitbetaald of de accommodatie waarin ze verblijven vol gebreken zit, komt niemand terug.'

Optimisme over de toekomst
Ondanks de chaotische periode zien de campings de toekomst positief in. Fermont vertelt dat er nog genoeg trucjes zijn om nieuw personeel te werven. 'Dit jaar is een extreem jaar met inhaalfestivals en -vakanties. Ik denk dat de markt volgend jaar wel iets meer tot rust gaat komen.'
Ook Jacobs is optimistisch. 'Het vinden van voldoende personeel zal voorlopig een uitdaging blijven. Maar door een goede werkgever te zijn en een goede wervingsstrategie te hebben, kun je een heel eind komen.'

Door bestellingen te plaatsen via een QR-code is er minder personeel nodig in de bediening.

Overstromingen noordwest Europa

Drie campingeigenaren kijken ruim een jaar later terug

Caravans die werden meegesleurd door het hoge water, verwoeste toiletgebouwen en campings waar (bijna) niks meer van over was. De overstromingen in het noordwesten van Europa lieten vorig jaar ook in de kampeersector hun littekens achter. Een groot deel van de verwoestingen is hersteld, maar nog niet alle schade is al zichtbaar. ACSI blikt samen met drie campingeigenaren terug op de overstromingen en kijkt hoe de campings er nu voorstaan.

Resort Marina Oolderhuuske

Gelegen op een schiereiland tussen de Maas en de Maasplassen wordt Resort Marina Oolderhuuske omringd door water. De jachthaven en het water trekken jaarlijks veel kampeerders naar het Nederlandse Roermond. Ook voor watersporters is dit een ideale vakantiebestemming. De camping bestaat inmiddels bijna dertig jaar en draait ieder jaar beter. Totdat het water in juli 2021 ineens een vijand werd.

Onverwacht hoogwater
De camping draaide een goed seizoen voor de overstromingen, stond vol met kampeerders en alle chalets waren verhuurd. Recreatieondernemer Perry Houkes vertelt dat het water redelijk onverwachts kwam. ‘Er werd aangekondigd dat het water zou gaan stijgen en daarop hebben we uiteraard maatregelen genomen. De camping werd geëvacueerd en caravans werden verplaatst naar hoger gelegen delen. Maar toch werden we overvallen door het hoogwater.’ Houkes had niet verwacht dat het water zo snel, zo hoog zou stijgen. ‘Meestal stijgt het zo langzaam dat we genoeg tijd hebben om te reageren. Als het dan doorstijgt kunnen we verdere maatregelen nemen. Nu is het water in twaalf uur tijd naar vijf meter hoogte gestegen. Daar konden we niet tegenop werken.’

Meer dan 2 miljoen euro schade
De schade die is veroorzaakt door het hoogwater is groot. De volledige camping heeft onder water gestaan. Houkes laat weten dat het RVO (Rijksdienst voor Ondernemend Nederland) het schadebedrag heeft ingeschat op 1,6 miljoen euro. Daarvan is 65% uitbetaald. ‘Dit is heel fijn, maar het bedrag dekt niet de volledige lading. Bovendien is er geen rekening gehouden met stijgende kosten. Zo heb ik voor de overstromingen aluminium drijvers voor een chalet gekocht voor € 14.000. Op dit moment betaal ik € 32.000 voor exact hetzelfde product. Met alle prijsstijgingen meegerekend komen we op een totaal schadebedrag van ruim 2,2 miljoen euro. De verzekering gaf niet thuis en vergoedde op een auto na helemaal niks.’ Campinggasten die hun caravan verloren kregen wel alles terug van de verzekering.

Hulp uit de omgeving
Houkes is na de overstromingen geholpen door mensen uit zijn omgeving. ‘We hadden dagelijks 140 mensen aan het werk. Als ik had gewild hadden dit er meer kunnen zijn, maar dan was het niet meer te coördineren. Het was bijzonder om te zien hoe iedereen kwam helpen. Campinggasten, mensen uit de buurt en zelfs mijn tandarts is bijgesprongen om ons te helpen.’ Ook kreeg hij financiële steun vanuit de omgeving. ‘Met crowdfunding is € 100.000 opgehaald.’ Houkes is uiteraard dankbaar voor alle steun.

Camping weer open
‘Drie weken na het hoogwater konden we gelukkig weer kampeerders ontvangen. Op het oog leek het alsof we geen last hadden gehad van de overstroming.’ Alleen de verhuur van chalets is moeilijker omdat tien van de elf chalets volledig verwoest zijn. ‘We hebben nieuwe chalets besteld, maar de levertijden zijn extreem lang. Daarom hebben we besloten de oude chalets opnieuw op te bouwen tot 6 vernieuwde chalets. Ook hebben we een gloednieuw receptiegebouw, dus al met al zitten we er nu heel goed bij.’

Maatregelen voor de toekomst
Om te voorkomen dat de camping opnieuw verwoest wordt door overstromingen heeft Houkes maatregelen genomen. ‘Alle chalets worden drijvend gemaakt en aan palen vastgelegd, zodat ze met het water mee kunnen stijgen. Ook hebben we het nieuwe receptiegebouw op een hoge fundering geplaatst. Mocht het water toch verder omhoog komen, dan willen we dit tegenhouden met speciale zakken.’ Houkes heeft inmiddels weer een positief gevoel over de toekomst en is blij dat de camping dit jaar een goed seizoen heeft gedraaid..

Het kampeerveld van Resort Marina Oolderhuuske in goede en slechte tijden.

Camping Eau-Zone

Camping Eau-Zone ligt in de Belgische Ardennen, vlak bij het dorp Hotton. Gelegen in een bocht van de rivier de Ourthe (een zijrivier van de Maas), wordt de camping omgeven door water. De doorgaans rustige rivier is geschikt voor watersporten zoals kanoën en suppen, maar ook zwemmen is toegestaan. Jeroen de Wulf en Lien Jacobs waren nog maar een aantal maanden eigenaar van Camping Eau-zone toen zij hun geliefde plek compleet onder water zagen verdwijnen. Er was net flink geïnvesteerd in een verbouwing. ‘De receptie en het café hadden een metamorfose gekregen, we hadden kampeerplekken met meer privacy gemaakt en een extra opslagschuur gebouwd. En toen kwam de verwoestende overstroming.’

Sommige gebouwen op Camping Eau-Zone zijn op een verhoging geplaatst. Dit bleek in de nacht van 14 op 15 juli 2021 goed uit te komen.

Camping evacueren
Op 14 juli 2021 werd de situatie in rap tempo slechter en slechter. ‘We hebben de campinggasten al snel duidelijk gemaakt dat het beter was om te vertrekken. Je wilt natuurlijk niet dat mensen natte voeten krijgen.’ In korte tijd steeg het water sneller dan verwacht en werd iedereen die nog niet weg was, verplicht om zo snel mogelijk de camping te verlaten. ‘Jeroen heeft uit alle macht de caravans met onze auto weggehaald en elders in het dorp gestald. Twee caravans waren helaas niet meer te redden.’

Voorbijdrijvende caravans
De camping is in de nacht van 14 op 15 juli volledig overstroomd. Een chaotische dag volgde, waarop een gevoel van saamhorigheid overheerste. Iedereen kwam bij elkaar om te helpen. ‘Tijdens een gezamenlijke maaltijd zagen we twee caravans voorbij drijven. Het duurde even tot we beseften dat het om de overgebleven caravans op de camping ging. De onmacht, het gevoel dat je niet weet wat je te wachten staat. Dat maakte het de ergste dag.’ De ravage op de camping was enorm. ‘Het was alsof een reus alles had opgepakt en weg had gesmeten.’ Bijna de hele camping was verwoest, op het pas vernieuwde café na.

Saamhorigheid
‘In de dagen na de overstroming hebben we hulp gehad van vijftig tot zestig mensen. Dat was echt heel bijzonder. De een kwam met een kraan, de ander met een tractor. En we werden gebeld door koks die eten kwamen brengen. Hierdoor voelde het alsof alle problemen zich vanzelf oplosten,’ aldus Jacobs. ‘Het heeft de sfeer in de omgeving voorgoed veranderd.’

Zomer 2022
Ruim een jaar na de overstromingen gaat het goed met Camping Eau-Zone. Jacobs vertelt dat ze in het hoogseizoen heel wat dagen heeft gehad waarop ze geen nieuwe kampeerders meer kon verwelkomen. Nog niet alle renovaties zijn afgerond, maar mede dankzij alle hulp zijn er al bergen verzet. ‘We hebben veel gerenoveerd en alles ziet er netjes uit. Van sommige klanten krijgen we de vraag of we überhaupt wel last hebben gehad van de overstromingen omdat alles zo netjes is. Dat is toch wel het mooiste compliment wat je kunt krijgen.’

Beste campingeigenaar of -manager,

Op veel plekken werd het beeld van kampeerjaar 2022 bepaald door volgeboekte campings en reislustige kampeerders. De verwachtingen van het begin van dit seizoen zijn daarmee werkelijkheid geworden en in sommige gevallen zelfs overtroffen. Na twee jaar waarin het vooral over reisbeperkingen ging, was dit zeer goed nieuws voor de kampeersector.

Helemaal vlekkeloos verliep het seizoen niet. Opnieuw liet de natuur zich van haar grillige kant zien. Na de overstromingen in het noordwesten van Europa van vorig jaar, ging nu vooral het zuiden van Frankrijk gebukt onder hevige bosbranden. Sowieso werd het met name in Zuid-Europa extreem warm. Klimaatverandering zorgt steeds vaker voor extreme weersomstandigheden en campings staan voor de uitdaging zich hierop aan te passen zonder dat het ten koste gaat van de vaak fraaie ligging in de natuur.

Een andere uitdaging ligt op het gebied van de stijgende prijzen voor onder andere voedsel en brandstof, gecombineerd met de oplopende inflatie. Verderop in deze editie van ACSI Handelsblad (pagina 11-13) leest u hoe experts en campingketens verwachten dat dit het vakantiegedrag zal beïnvloeden. Zonder alvast alles te verklappen, blijkt opnieuw dat juist de kampeersector ontzettend weerbaar is. Over die weerbaarheid leest u ook op pagina 2-3, waar u ziet dat campings steeds meer creatieve manieren verzinnen om om te gaan met het probleem van een tekort aan personeel.

Juist deze creativiteit, ondernemersgeest en aanpassingsvermogen zorgen ervoor dat de kampeersector keer op keer sterker tevoorschijn komt. Bovendien blijft het aantal kampeerliefhebbers toenemen en beschikken campings over een aantal unieke punten waarmee zij zich onderscheiden van bijvoorbeeld hotelketens en vliegvakanties. De minimale ecologische voetafdruk die een kampeervakantie achterlaat, is er daar absoluut één van en zal de komende tijd een belangrijke rol gaan spelen.

Dit alles doet mij met vertrouwen uitkijken naar de toekomst. Ik ben ervan overtuigd dat de kampeersector opnieuw een mooi jaar te wachten staat. Hopelijk deelt u dit vertrouwen en kunt u deze editie van ACSI Handelsblad gebruiken als inspiratie. Daarnaast wens ik u een succesvol slot van het kampeerjaar 2022 en kijk ik samen met u uit naar een geweldig 2023.

Ramon van Reine
CEO ACSI

Camping Op der Sauer

Aan de oevers van de Luxemburgse rivier de Sûre (Sauer), in de kantonhoofdstad Diekirch, ligt Camping Op der Sauer. De camping heeft een prachtige ligging in het dal en wordt omgeven door groene plateaus. Normaal gesproken is deze ligging, op loopafstand van de stad, een van de pluspunten van de camping. Op 14 juli 2021 bleek het juist een garantie voor pech te zijn. Campingeigenaar Sebastiaan Veldkamp zag het onheil in rap tempo naderen. 'Tot op de dag van vandaag zijn we aan het worstelen met de gevolgen. Het gaat met vallen en opstaan, maar opgeven zullen we niet doen. We maken er het beste van', legt hij uit.

Evacuatie door het leger

'We kwamen natuurlijk uit een moeilijke tijd vanwege allerlei coronamaatregelen', blikt Veldkamp terug. 'Het voorseizoen was eigenlijk heel goed verlopen en op 13 juli kende de camping een redelijke bezetting. Al vroeg in de ochtend van 14 juli zagen we het fout gaan', herinnert hij zich. De evacuatie van de aanwezige campinggasten werd gestart terwijl het water alsmaar bleef stijgen. 'Hoe hoog het water gaat komen weet je vooraf natuurlijk niet. In de nacht steeg het peil naar 5,63 meter waardoor de complete camping onder water stond. Op een gegeven moment werden we ingesloten door het water en is het leger eraan te pas moeten komen om de laatste gasten met boten te evacueren.'

Einde seizoen

De overstroming zorgde voor een enorme ravage, dito schadepost en meteen ook het einde van het kampeerseizoen. 'Meerdere caravans zijn weggespoeld, mobilehomes zijn vernietigd en vrijwel alle voorzieningen waren onbruikbaar. Ook de complete infrastructuur aan stroomvoorzieningen, internet en telefoon lag eruit', somt Veldkamp de schade op. 'Plus de achttien ton blubber en meerdere containers van dertig kuub met drijfvuil.' Experts schatten de schade op een slordige € 350.000. Uit een noodfonds ontving de camping zo'n € 40.000. 'Hiermee konden we de camping weer opstarten, maar het is uiteraard lang niet genoeg om alle schade te dekken. Op de rest van het bedrag wachten we nog steeds', sombert hij.

Vallen en opstaan

Voor Camping Op der Sauer volgde een periode van vallen en opstaan. 'De eerste weken na de overstroming kregen we veel hulp van vrienden en kennissen. Daarna hebben we het vooral zelf moeten doen, inclusief drie man personeel', zegt Veldkamp. Een week later ging één veld van de camping open, maar een succes werd dit niet. 'Overal lag modder en de schade was nog enorm. Op 1 september 2021 hebben we de camping dan ook gesloten', verklaart hij. Een halfjaar later was het opruimen klaar en waren 100 van de 270 plekken weer voorzien van stroom. 'Maar we missen nog onze mobilehomes, het restaurant en het zwembad', zegt Veldkamp. 'Hierdoor lopen we logischerwijs veel kampeerders mis. En dan zijn er ook nog de prijsverhogingen waardoor het alleen maar duurder wordt om alles te herstellen.' De toekomst van Camping Op der Sauer staat dan ook in de sterren geschreven, maar van opgeven wil Veldkamp niks weten. 'Iedere dag repareren we weer een stukje en op deze manier maken we er samen het beste van!'

De rivier de Sûre maakt van Camping Op der Sauer een prachtige plek, maar zorgde een jaar geleden voor veel schade

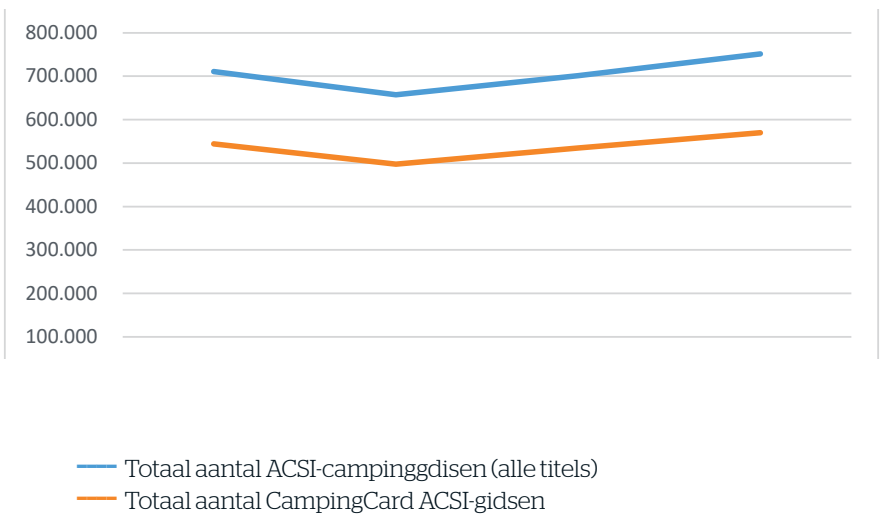
Oplagecijfers stijgen door

De ACSI-campinggidsen blijven populair. Juist in de afgelopen tijd is het aantal kampeerders explosief gestegen en dit is terug te zien in de oplagecijfers. De totale oplage van alle campinggidsen die ACSI uitgeeft stijgt met ruim 7%.

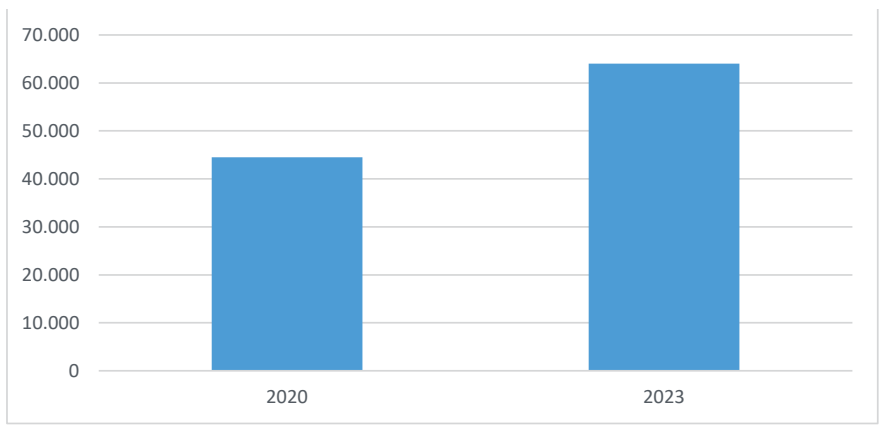
Opmars van de camperaar
Het steeds verder toenemend aantal camperaars is een van de redenen van de oplagegroei. De oplage van de ACSI CampingCard & Camperplaatsengids stijgt al jaren, in 2023 zelfs met 23%. Ook de oplage van CampingCard ACSI stijgt en groeit weer langzaam naar het niveau van 2020.
> Zie grafiek 1

Herdruk in 2022
De vraag naar campinggidsen bleek dit jaar al snel groter dan het aanbod. ACSI besloot daarom herdrukken te maken van enkele gidstitels. Vooral de Duitstalige titels deden het goed, zoals ook de oplagecijfers voor 2023 laten zien.
> Zie grafiek 2

Grafiek 1: Ontwikkeling totale oplagecijfers ACSI-campinggidsen



Grafiek 2: Ontwikkeling oplagecijfers Duitstalige ACSI-campinggidsen (excl. CampingCard ACSI en ACSI CampingCard & Stellplatzführer)

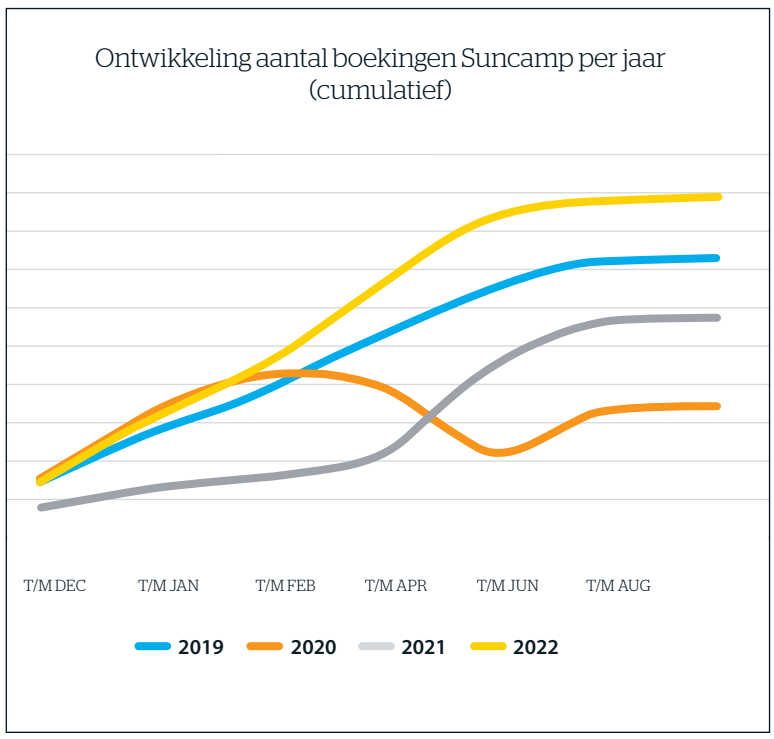


Suncamp beleeft beste seizoen ooit

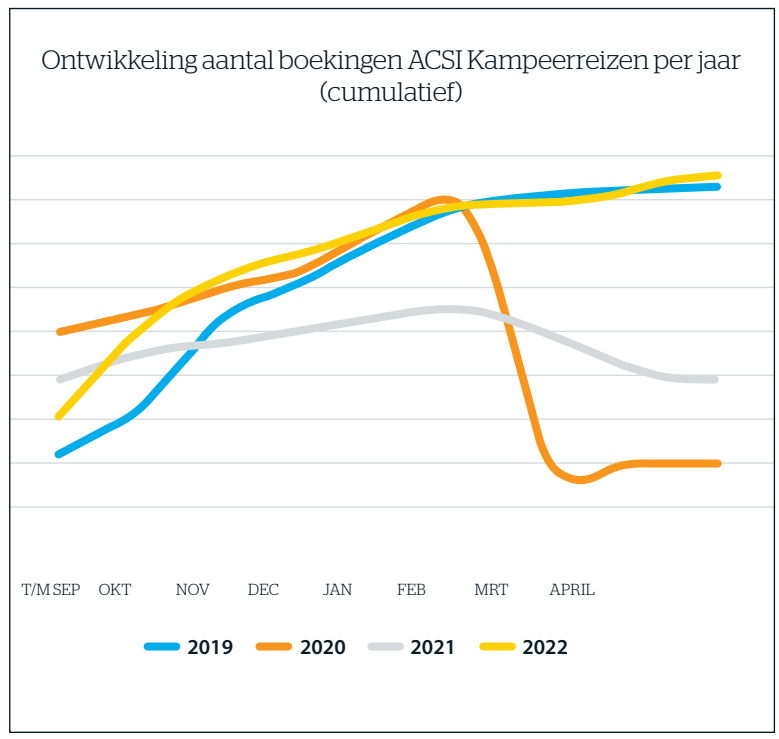
Beter dan 2019
Touroperator Suncamp beleeft in 2022 het beste seizoen ooit. Hiermee wordt het pre-corona-jaar 2019 van de troon gestoten. Het opheffen van de reisbeperkingen zorgde ervoor dat het seizoen al vroeg op gang kwam. En doordat er in de zomermaanden geen nieuwe beperkingen bijkwamen, liep het seizoen in een gestaag tempo door.

Ook groei voor ACSI Kampeerreizen
In het verlengde van Suncamp beleeft ook ACSI Kampeerreizen een prima jaar. De georganiseerde rondreizen voor Nederlandse en Duitse kampeerders zijn in trek. Ook hier steeg het niveau naar min of meer gelijke hoogte als in 2019.

Ontwikkeling aantal boekingen Suncamp per jaar (cumulatief)



Ontwikkeling aantal boekingen ACSI Kampeerreizen per jaar (cumulatief)



Aantal boekingen verdubbeld

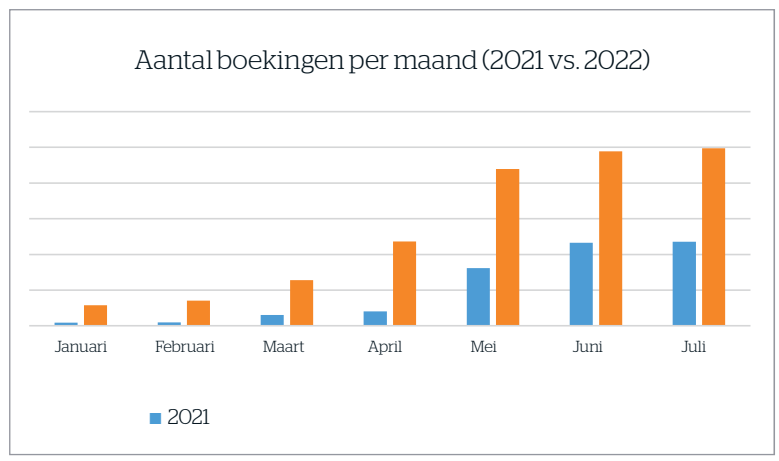
Vakantieland Frankrijk
De meest recente cijfers van boekingsplatform ACSI camping.info Booking laten zien dat Frankrijk veruit de meest geboekte vakantiebestemming van 2022 is. 34% van alle reserveringen betrof Frankrijk. Italië (20%), Duitsland (15%) en Nederland (9%) zijn eveneens in trek. Het totaal aantal boekingen is spectaculair hoger dan in 2021. Iedere maand is minstens een verdubbeling van het aantal boekingen zichtbaar.

De eerste zes maanden van 2022 zorgden voor 167% meer boekingen dan in 2021 (zie hiernaast).

De Britten zijn terug
Vooral Nederlanders, Belgen en Fransen boekten hun kampeervakantie naar Frankijk. Ook de Britten zijn weer terug en ook zij kozen vaak voor Frankrijk als vakantiebestemming. Italië moet het vooral hebben van Duitse kampeerders en Duitsland zelf was als vakantieland vooral populair bij haar eigen inwoners en Nederlanders. Sowieso is de trend dat kampeerders graag weg gaan in eigen land nog steeds zichtbaar.

Voor meer informatie over de oplagecijfers, aansluitende promotiemogelijkheden of deelname aan ACSI camping.info Booking kunt u contact opnemen met sales@acsi.eu of bellen naar +31 488 452055.

Aantal boekingen per maand (2021 vs. 2022)



Europa's eerste opleiding in campingmanagement

Master Sustainable Outdoor Hospitality Management start in het najaar van 2023

De vraag naar outdoor hospitality in Europa groeit ontzettend hard. Het campingtoerisme zit in een professionaliteitsrevolutie en dat maakt dat de kampeerbranche meer dan ooit behoefte heeft aan een gespecialiseerde opleiding. Het managen van campings is niet te vergelijken met het leiden van een hotel of B&B. De complexiteit en de veelzijdigheid van de kampeerbranche vragen om maatwerk, ook in het onderwijs. Om specialisten op dit gebied te trainen, starten onderwijsinstellingen in Breda, Girona en Rijeka gezamenlijk de opleiding Sustainable Outdoor Hospitality Management.

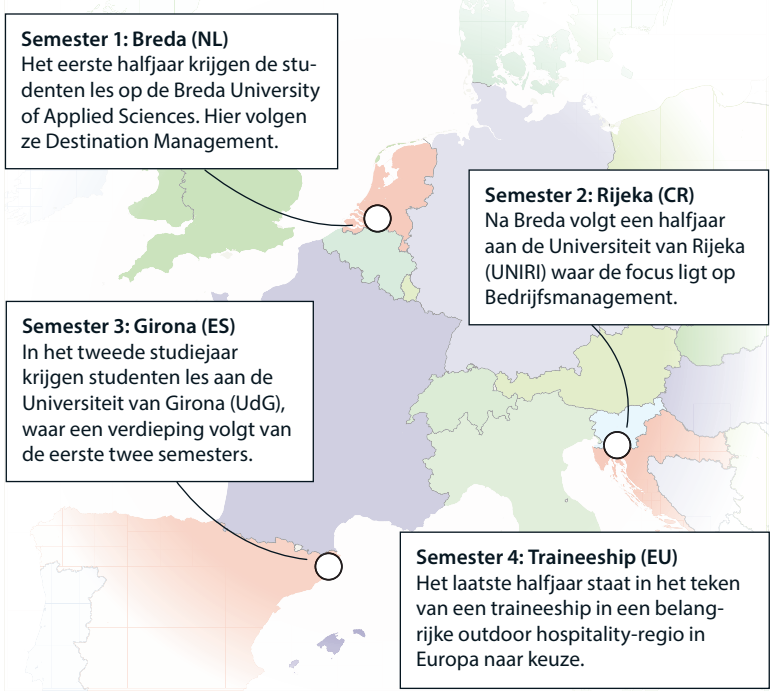
ENKELE CIJFERS OVER DE KAMPEERINDUSTRIE

- 12% van alle overnachtingen in Europa
- Met een waarde van ongeveer 12 miljard euro
- Genereert 400 miljoen overnachtingen
- Bestaat uit 28.400 campings

Bron: *camping-master.eu*

Duurzaam ondernemen

Het wordt de eerste Europese masteropleiding op het gebied van duurzaam campingresortmanagement. Binnen de opleiding is er veel aandacht voor zaken rondom de thema's overheid, omgeving en milieu. Hiermee komt de opleiding tegemoet aan de vraag naar specifiek opgeleide managers en directeuren op academisch niveau. Om de opleiding vorm te geven, hebben verschillende partijen uit de kampeersector de handen ineen geslagen met universiteiten en onderwijsinstellingen uit het Nederlandse Breda, het Spaanse Girona en het Kroatische Rijeka. Het Erasmus+ programma van de Europese Unie is medefinancier van de opleiding, die uiteindelijk moet bijdragen aan een beter bewustzijn van de rol van duurzaam ondernemen in de kampeersector. Hierdoor moet de algehele kwaliteit en het concurrentievermogen van de complete sector nog verder toenemen.



Op 29 september 2022 zal de opleiding officieel worden voorgesteld tijdens het professioneel campingcongres GirocampingPRO. Dit congres zal online te volgen zijn in het Engels.

Zie hiervoor *campingsingirona.com/nl/girocamping-pro/*

Mijlpaal voor de branche

Ward Wijngaart is als lid van het projectteam en als docent verbonden aan de masteropleiding. Samen met de betrokken Europese partners heeft hij zich in het project Campmaster beziggehouden met het creëren van een kader voor de competenties, kennis en vaardigheden van een campingresortmanager. Vanuit dat raamwerk is er een curriculum en een organisatiestructuur voor een gezamenlijke opleiding ontwikkeld.

Afgestudeerden van de Master Sustainable Outdoor Hospitality Management hebben recht op drie titels:

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

Enkele carrièrevoorbeelden na het voltooien van deze studie zijn:

- Marketing Manager bij Landal GreenParks
- Human Resource Manager bij CenterParks
- Concept Designer bij OYO Vacation Homes
- Resort Landscape Designer bij Pierres et Vacances
- Park Manager bij een ander internationaal vakantiepark

Volgens Wijngaart is de officiële steun van de Europese Unie van groot belang voor de kampeersector. 'Het feit dat de Europese Unie deze master ondersteunt, is een mijlpaal voor onze branche en geeft de nodige erkenning aan ons beroep. Stap voor stap komt de kampeerbranche op academisch niveau, net als andere sectoren die erkende masters hebben. Het is voor ons een heel grote stap in de richting om de kampeerbranche waardig te respecteren en te behandelen als een belangrijke branche in de toeristische sector.'

Internationaal lesprogramma

De master Sustainable Outdoor Hospitality Management is Engelstalig en de complete studietijd bedraagt twee jaar. Tijdens de opleiding worden theorie en praktijk gecombineerd, waarbij de focus ligt op het strategisch management van grootschalige campingresorts. Toch zullen studenten tijdens de studie ook alle andere facetten van het campingleven ontdekken (zie kader). De studie wordt afgesloten met een traineeship. 'Door dit in de laatste fase van de opleiding te doen, worden de baankansen van de student vergroot', denkt Wijngaert. 'Indien tijdens het traineeship blijkt dat de student en het bedrijf een goede match zijn, kan er een contract aangeboden worden zodat de student direct aan de slag kan.'

Toelating en competenties

De eerste groep studenten start in het najaar van 2023 met de opleiding en aanmelden hiervoor kan vanaf het najaar van 2022. Om in aanmerking te komen, moeten studenten een bachelordiploma hebben in een relevant vakgebied. Dit kan bijvoorbeeld zijn op het gebied van toerisme, hotelmanagement, international business, economie, recht, stedelijke ontwikkeling, aardrijkskunde of financiën. De master is een zogenaamde multiple degree masteropleiding. Afgestudeerden krijgen meerdere titels omdat ze de opleiding op meerdere universiteiten volgen die ieder hun eigen titel(s) aanhouden (zie kader).

De betrokken Europese partners tijdens de laatste bestuursraad in Kroatië.

Kampeerders kunnen stemmen tot en met 15 januari 2023

Het startschot voor de ACSI

Na de succesvolle eerste editie in 2022, zijn sinds donderdag 15 september de digitale stembussen geopend voor de ACSI Awards 2023. Kampeerders uit heel Europa kunnen tot en met 15 januari in acht verschillende categorieën stemmen op hun favoriete campings. Medio mei 2023 worden de winnaars bekendgemaakt. ACSI-CEO Ramon van Reine gaf het startschot voor de nieuwe editie en geeft tips aan campings om hun winkansen te vergroten.

Dat de opzet voor een groot deel gelijk is aan de opzet voor de voorgaande editie is volgens Van Reine eenvoudig te verklaren. ‘We zijn erg tevreden over de eerste editie van de ACSI Awards. Daarom willen we niet te veel aan het format veranderen. Bovendien zorgt het voor herkenbaarheid en eenduidigheid door het dit jaar op dezelfde manier te organiseren.’ Kampeerders kunnen opnieuw naar acsi.eu/awards om hun favoriete camping in het zonnetje te zetten.

Van Reine legt uit hoe het stemproces is vormgegeven: 'de kampeerder kan per categorie één keer stemmen. De camping waarop je stemt in een bepaalde categorie, kan je later niet nog eens kiezen in een andere categorie. Dit zorgt ervoor dat campings een award ontvangen in de categorie waarin zij ook echt uitblinken.'

Actief benaderen

ACSI gaat kampeerders zelf actief benaderen om hun stem uit te brengen. ‘Via onze nieuwsbrieven en websites bereiken we miljoenen kampeerders en onze socialmedia-kanalen genereren eveneens een groot bereik. Vorig jaar werd er 50.000 keer gestemd en dat aantal hopen we dit jaar opnieuw te halen’, spreekt Van Reine zijn verwachtingen uit. Dit betekent niet dat campings zelf geen invloed hebben op hun winkansen. ‘Campings die zelf actief op zoek gaan naar stemmen kunnen hun kansen op een ACSI Award of eervolle vermelding natuurlijk enorm vergroten.’

Promotiekit

Onlangs verstuurde ACSI hiervoor al de benodigde informatie naar de campings. In deze mail vertelde Van Reine wat campings eventueel zelf kunnen doen. ‘Speciaal voor campings is er een promotiekit ontwikkelt. Hierin vinden ze handige hulpmiddelen zoals banners, kant-en-klare socialmedia-berichtjes en opzetten voor persberichten.’ De voorgaande editie heeft al bewezen dat het actief campagne voeren loont. Zelf creatief aan de slag gaan

De promotiekit in beeld

Onlangs ontvingen alle campingeigenaren een e-mail van ACSI. Hierin wordt verwezen naar de promotiekit. Dit handige pakket zit vol afbeeldingen en teksten die te gebruiken zijn op webistes, socialmedia-kanalen en in nieuwsbrieven.

Onderstaand een voorbeeld van enkele uitingen in het pakket:

ACSI Award-winnaars in de media

Een aantal campings pakten groots uit en creëerden een mediamoment rondom de uitreiking van hun ACSI Award of eervolle vermelding. Bijvoorbeeld door de (lokale) pers uit te nodigen. Of door de uitreiking op een ludieke manier vast te leggen. Deze aanpak zorgt voor een maximale exposure en kan een camping veel free publicity opleveren.

La Marina Resort belegde een persconferentie om de winst in de categorie ‘Best campsite Spain’ wereldkundig te maken. De burgemeester van Elche, Carlos González, de regionale secretaris voor toerisme, Francesc Colomer én de wethouder voor toerisme, Carles Molina, schoven naast campingeigenaar Patrick Le Metayer Deckx aan.

De ACSI Award voor ‘Greatest little campsite Netherlands’ ging naar Camping Landgoed Het Geuzenbos. De uitreiking van de prijs was live te volgen op RTV Drenthe, het televisiestation van de lokale omroep. ACSI-inspecteur Hans Petiet mocht de ACSI Award overhandigen.

Awards 2023 is gegeven

mag natuurlijk ook. ‘Sommige campings ontwerpen hun eigen media-uitingen en gebruiken onze promotiekit hiervoor als basis’, vertelt Van Reine.

De waarde van winst
Dat het winnen van een ACSI Award – of een eervolle vermelding – haar vruchten afwerpt, is dit jaar wel bewezen. Een aantal campingeigenaren greep het uitreikmoment aan om de (lokale) media te benaderen. Soms zelfs met een complete televisieraportage eromheen. Dit leverde zeer waardevolle free publicity op voor de betreffende campings. En niet alleen in de media (zie kader hieronder) zijn de ACSI Awards opgevallen. Ook op de ACSI-websites en in de ACSI-apps zien kampeerders direct dat ze te maken hebben met een bijzondere camping. Dit wordt gedaan middels duidelijke icoontjes. De bezoeker ziet op deze manier direct dat een camping een ACSI Award heeft gewonnen of een eervolle vermelding heeft ontvangen. Om alle winnende campings direct in één beeld te hebben, is er zelfs een speciaal filter ingebouwd op de ACSI-websites.

Uitreiking op locatie
De uitreiking van de awards en oorkondes is veelal door de inspecteurs gedaan. ‘Zij zijn degenen die goed contact onderhouden met de campings. Daarom vinden we het belangrijk dat ook zij betrokken zijn bij de uitreiking,’ verklaart Van Reine de keuze. In enkele gevallen trok de ACSI-CEO zelf op pad om de prijzen uit te reiken. Dit deed hij bijvoorbeeld op speciaal georganiseerde bijeenkomsten voor Kroatische en Sloveense campings.

Zichtbaar geroerd
‘In Slovenië hebben we een uitreikmoment georganiseerd in het Blejski Grad, een prachtig kasteel gelegen aan het Meer van Bled’, vertelt Van Reine. ‘Hier hebben we een groot aantal Sloveense campingeigenaren uitgenodigd voor een lunch en informatieve middag. Aan het einde van de middag zijn de winnaars van een ACSI Award in het zonnetje gezet. De reacties waren prachtig, mensen waren zichtbaar geroerd toen ze de prijs in ontvangst mochten nemen.’

Het door ACSI georganiseerde uitreikmoment in Kroatië leverde dezelfde taferelen op. Hiervoor trok Van Reine naar het Wyndham Grand in Novi Vinodolski. En ook hier werd de uitreiking vormgegeven middels een informatieve middag. Voor de uitreiking in 2023 volgt ACSI eenzelfde soort protocol. Opnieuw zullen de meeste uitreikingen door de inspecteurs worden gedaan, maar in enkele landen gaan Van Reine en Business Developer Frank Jacobs zelf op bezoek.

ACSI-CEO Ramon van Reine poseert samen met enkele Kroatische winnaars van een ACSI Award of eervolle vermelding.

Categorieën ACSI Awards 2023

Er worden ACSI Awards uitgereikt in de volgende categorieën. Bij de eerste twee categorieën telt het totaal aantal stemmen dat de camping, verdeeld over alle categorieën, ontvangt. Bij de overige acht categorieën telt het aantal stemmen dat de camping specifiek in die ene categorie ontvangt.

Beste camping
Camping met het hoogste totaal aantal stemmen in één land.

Beste kleine, fijne camping
Kleine camping (max. 50 toerplaatsen) waar in alle rust genoten kan worden van de natuur.

Leukste camping voor kinderen
Kinderen hebben de tijd van hun leven op deze camping vanwege de speelfaciliteiten en fantastische animatie.

Meest hondvriendelijke camping
Op deze camping zijn trouwe viervoeters meer dan welkom. Voor de hond is het ook vakantie.

Mooiste campingzwembad
Deze camping heeft geen zwembad maar een echt zwemparadijs waar kampeerders het liefst de hele dag in liggen.

Camping met de mooiste ligging
Deze camping ligt op een prachtige plek, vlak bij bos, water, stad of bergen. De ligging is perfect!

Meest sportieve camping
Voetballen, duiken, tennissen of fitnessen: op deze camping kunnen sportievelingen zich helemaal uitleven.

Beste campingrestaurant
Camping met een restaurant waar iedere avond goed getafeld wordt. Het eten is heerlijk en de bediening is super.

Beste camperplaatsen
Deze camping heeft alles voor camperaars. De beste plekken en alle voorzieningen zijn binnen handbereik.

Camping met het beste sanitair
Het sanitair op deze camping springt er echt bovenuit, het is schoon en modern.

ACSI-inspecteurs Gerard en Ans van Duyn trokken naar de Schotse camping Linnhe Lochside Holidays om daar de ACSI Award voor ‘Best campsite Great-Brittain’ uit te reiken. Eenmaal op bestemming kochten ze traditioneel Schotse kleding zodat Gerard de award geheel in stijl kon uitreiken. Dit werd niet alleen door de eigenaren van de camping enorm gewaardeerd, de foto's verschenen ook in de lokale media.

Camping Tennsee ontving de ACSI Award voor ‘Campsite with the best location Germany’. Bij de uitreiking van de prijs was de burgemeester van de gemeente Krün, Thomas Schwarzenberger, aanwezig.

Een hart voor kamperen

Drie winnaars ACSI Camping Personality Award 2022 zjin bekend

Dit jaar introduceerde ACSI de ACSI Awards. In totaal ontvingen 120 campings deze eervolle prijs, maar er zijn ook een aantal personen in het zonnetje gezet. Tien individuen die veel hebben betekend of een bijzondere prestatie hebben neergezet in de kampeerbranche, ontvingen een ACSI Camping Personality Award. ACSI-CEO Ramon van Reine ging op pad om de eerste drie winnaars persoonlijk te feliciteren en te bedanken voor hun betrokkenheid, inzet, daadkracht en maatschappelijke toewijding voor de kampeerwereld.

Deze drie personen ontvingen een ACSI Camping Personality Award 2022:

Siegfried Heinze
Jerko Sladoljev
Lidija Koren

De overige winnaars worden in de loop van dit jaar bekendgemaakt. Mis niets en volg linkedin.com/company/acsi-publishing.

Siegfried Heinze
De in Duitsland geboren Siegfried Heinze kwam na zijn studie in Engeland in 1960 voor het eerst in Spanje. Hij bracht enkele maanden door in Alicante en Madrid, waar hij van het toenmalige Ministerie van Voorlichting en Toerisme de voor buitenlanders verplichte persvergunning kreeg. Vanaf 1961 begon hij met het organiseren van contacten tussen Spaanse campingeigenaren en andere Europese campings. Zijn bedrijf Heinze Latzke Tourism Services, inmiddels gevestigd in Barcelona en Parijs (onder de naam ICCS) vertegenwoordigt al meer dan vijftig jaar tal van Europese auto-, toeristen- en campingclubs uit Spanje, Portugal en Frankrijk.

Carrière vol erkenning
In zijn lange carrière heeft Heinze verschillende onderscheidingen ontvangen. Op zijn palmares staan onder andere de Medal of Tourist Merit (1968), de Medal of Tourism of Catalonia (1983) en de Medal of Honour of Tourism of Catalonia (2003). Heinze was ook lid van het invloedrijke Spanish Tourist Board, het Institute of Directors, het Institute of Tourism in Londen en de Kamers van Koophandel en Industrie van Nederland, Groot-Brittannië, Duitsland en Frankrijk.
Zijn echtgenote Louise W. van Kesteren Leeners, die begin 2020 overleed, vergezelde hem het grootste deel van zijn professionele carrière en was decennialang de steunpilaar van het internationale team van Heinze Latzke Tourism Services.

Campings zichtbaar maken
Heinze heeft met name veel betekend voor de campingbranche in Spanje en Frankrijk. Met zijn bedrijf heeft hij campings meer inzicht gegeven in hoe ze onder andere de Duitse markt kunnen benaderen met behulp van promotie en marketing. Vandaag de dag is Servicios Turísticos Heinze Latzke de directe link naar de belangrijkste campingorganisaties en -verenigingen in Duitsland, Nederland, België, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk, Italië, Zwitserland, Scandinavië en Spanje. Met een grote verscheidenheid aan zowel gedrukte als digitale reclamemedia heeft Servicios Turísticos Heinze Latzke een breed internationaal bereik.

Tijdens een recent bezoek aan Barcelona hebben ACSI-CEO Ramon van Reine en Business Developer Frank Jacobs de prijs persoonlijk overhandigd aan Siegfried Heinze.

Jerko Sladoljev
Al sinds er in Europa gekampeerd wordt, herkennen kampeerliefhebbers de potentie van het wonderschone Kroatië. Jerko Sladoljev is er daar absoluut één van. Hij is zijn hele leven al druk met het promoten van campings en het kamperen in Kroatië. Op dit moment is Sladoljev Executive Manager bij Top camping Croatia, waar maar liefst 56 campings onder vallen.

Oprichter in oorlogstijd
Tijdens de Balkanoorlog in de jaren ’90 richtte Sladoljev de Kamping Udruzenje Hrvatske/ Croation Camping Union (KUH/ CCU) op. Een initiatief dat ervoor heeft gezorgd dat Kroatische campings steeds beter op de kaart gezet werden. Tegenwoordig is de KUH/CCU de grootste vereniging in de Kroatische kampeersector.

Belangrijke gesprekspartner
De organisatie behartigt de belangen van zowel grote als kleine campings en speelt een belangrijke rol in het verstrekken van informatie. Als belangenbehartiger zitten zij aan tafel om invloed uit te oefenen bij landelijke en lokale politieke organisaties. Met een dekking van meer dan 90% van het totale campingaanbod in Kroatië zijn zij daarbij een invloedrijke gesprekspartner.

In verband met de lancering van zijn nieuwste boek kon Sladoljev de ACSI Camping Personality Award niet zelf in ontvangst nemen. De prijs werd daarom in ontvangst genomen door zijn dochter Romana Sladoljev Varzićv, managing director bij Top camping Croatia.

Schrijver en spreker
Sladoljev is tevens oprichter van Top camping Croatia. Dit is een samenwerkingsverband van inmiddels 56 Kroatische topcampings. Daarnaast heeft Sladoljev verschillende boeken en artikelen geschreven over campingtoerisme. Zo publiceerde hij boeken over de geschiedenis en ontwikkeling van (naturisten) campings en -resorts. En recentelijk lanceerde Sladoljev een boek over natuurbehoud en ecologisch bewustzijn in het licht van kampeertoerisme. Dit najaar zal Sladoljev spreken op het F.I.C.C. World Congress in het Franse Verrières-Le-Buisson (27 en 28 oktober 2022) over het effect van digitalisering en duurzaamheid op kampeertoerisme.

Naast haar ACSI Camping Personality Award mocht Koren ook de ACSI Award voor beste fiets- en wandelcamping in Slovenië in ontvangst nemen.

Lidija Koren
Lidija Koren is eigenaresse van Eco-Camping & Chalets Koren, gelegen in het noordwesten van Slovenië aan de sprookjesachtige Soča-rivier. Daarnaast is ze al jarenlang president van de Sloveense Campingfederatie. In die rol zet Koren zich in voor de belangen van alle campings in Slovenië. Koren is dan ook een bekend gezicht op internationale (kampeer)beurzen, waar zij kampeervakanties in haar thuisland onder de aandacht brengt en veel kampeerders te woord staat.

Duurzaamheid voorop
In 2021 werd Koren al genomineerd voor een andere award, namelijk die voor Outstanding contribution to the development of slovenian tourism. Een zeer verdiende nominatie, want met haar aandacht voor duurzaamheid is haar camping vooruitstrevend en toonaangevend voor andere campings in Slovenië.

SPARE-project
Zo is Koren betrokken bij het SPARE-project. SPARE staat hierbij voor Strategic Planning for Alpine River Ecosystems. Het samenwerkingsproject heeft als doel rivierbescherming en ontwikkeling van het gebied hand in hand te laten gaan. In overleg met de plaatselijke bevolking wordt er gezocht naar manieren om ervoor te zorgen dat het gebied zich toeristisch kan ontwikkelen zonder dat dit ten koste gaat van de leefbaarheid van het gebied. Zowel voor de menselijke bewoners als voor de dieren en planten.

Europees Ecolabel
Dat milieuvriendelijkheid en duurzaamheid bij Koren hoog in het vaandel staan is terug te zien op Eco-Camping & Chalets Koren. Deze camping voldeed in 2011 als eerste Sloveense camping aan de voorwaarden voor het verkrijgen van het Europees Ecolabel voor milieuvriendelijke campings. Kampeerders zijn hier op de juiste plek wat betreft natuurvriendelijk toerisme. Koren’s zoon Jakob heeft sinds vorig jaar het management van de camping overgenomen. In de voetsporen van zijn moeder leidt hij de camping met hetzelfde enthousiasme en volgens dezelfde principes als Koren.

‘Mensen zien op vakantie gaan bijna als een basisbehoefte’

Sectorspecialist Jos Klerx en ACSI-CEO Ramon van Reine kijken vooruit naar kampeerjaar 2023

2022 blijkt op veel gebieden een roerig jaar te zijn. Er gebeurt van alles in Europa en dit heeft invloed op het consumentengedrag. Toch beleeft de kampeersector een goed seizoen. Kan hetzelfde verwacht worden voor 2023? Jos Klerx, Sectorspecialist Horeca, Recreatie en Toerisme bij de Nederlandse Rabobank, en ACSI-CEO Ramon van Reine kijken naar de vooruitzichten voor het nieuwe kampeerseizoen.

Jos Klerx
Jos Klerx is Sectorspecialist Horeca, Recreatie en Toerisme bij Rabobank, een Nederlandse coöperatieve bank. Klerx volgt alle trends en ontwikkelingen binnen de sectoren op de voet en is continu bezig met de vrijetijdseconomie.

Campings zijn volgens Klerx vrij immuum voor grote economische schommelingen en mogen zich dan ook opmaken voor een prima 2023.

Twee belangrijke factoren
Klerx trapt af met twee factoren die het komende jaar waarschijnlijk een grote rol gaan spelen. ‘Allereerst de oorlog in Oekraine en wat dat betekent voor het vertrouwen in de economie. Daarnaast de inflatie, die niet los te zien is van de oorlog. Dit zorgt vooral voor koopkrachtuitholling bij de consument en dat gaat van invloed zijn op de manier waarop we op vakantie gaan en welke keuzes we maken voor onze vakantie.’

COVID, brandstofprijzen en duurzaam reizen
Voor het zomerseizoen van 2023 verwacht Klerx geen effect van COVID-19, mits er geen nieuwe zorgwekkende variant opduikt. Verder lijkt de invloed van stijgende brandstofprijzen mee te vallen. ‘Dit blijft lastig in te schatten. Het kan zijn dat consumenten volgend jaar alsnog besluiten hierdoor minder ver van huis gaan, maar we hebben dat dit jaar niet echt zien gebeuren.’ Van Reine ziet eenzelfde beeld. ‘De kampeerder is juist enthousiast dat men na twee jaar weer zonder al te veel beperkingen naar het buitenland kan reizen. Zij laten zich dan ook niet tegenhouden door duurdere brandstof. Bovendien verschillen de brandstofprijzen in Europa heel erg en maken de honderd tot tweehonderd euro extra niet het verschil binnen het totale vakantiebudget.’ Ook het kiezen voor een duurzamer vervoersmiddel wordt nog niet verwacht, denkt Klerx. ‘Hoe graag we dat ook zouden willen. Misschien dat mensen vanwege downtrading wel eerder met de eigen auto op reis gaan dan met het vliegtuig, afhankelijk van de locatie.’

Downtrading
Toch hebben andere zaken wel een belangrijke invloed op de vakantie-intentie van de kampeerder. ‘Zodra de koopkracht achteruit gaat, zie je dat er sprake is van downtrading. Dat is niks anders dan dat de consument een goedkoper alternatief gaat kiezen. Het zou mij niks verbazen als dat ook voor vakanties gaat spelen’, verwacht Klerx. Kampeerders kunnen er in dat geval voor kiezen om minder vaak op vakantie te gaan, of om toch wat dichter bij huis te blijven. ‘En ook de oorlog in Oekraïne en klimaateffecten als bosbranden en overstromingen kunnen ervoor zorgen dat men wat minder geneigd is om eropuit te trekken.’

Een perfect storm
De koopkrachteffecten zijn een opstapeling van verschillende zaken die Klerx een perfect storm noemt. ‘Het gaat onder andere om de gestegen gasprijzen. Dit was voor de oorlog in Oekraïne al aan de gang omdat de economie sneller groeide na COVID-19 en de vraag naar grondstoffen veel sneller steeg dan verwacht. Door de oorlog wordt dit effect vergroot. Samen met het personeelstekort en de stijgende grondstofprijzen zorgt dit voor een hogere inflatie.’

Kamperen als basisbehoefte
Dat betekent bijvoorbeeld dat mensen veel meer kwijt zijn aan hun energielasten. Een gezin kan zomaar tot wel € 300 per maand meer kwijt zijn aan de energierekening. Geld dat ze niet aan andere zaken kunnen besteden. Toch zorgt dit er volgens Klerx niet voor dat consumenten de vakantie gaat schrappen. ‘Het voordeel van campings is dat ze vrij immuun zijn voor grote economische schommelingen. Het perspectief voor 2023 is misschien iets minder, maar nog steeds goed. Mensen blijven op vakantie gaan. Ze zien dat bijna als een basisbehoefte, als een verworven recht. De verwachting is juist dat campings een prima 2023 zullen realiseren.’

Flexibel en voor ieder budget
Van Reine sluit zich hierbij aan: ‘De vakantieganger kiest steeds vaker voor de camping als vakantiebestemming. De brede keuze in kampeermiddelen en campings maakt kamperen voor ieder budget mogelijk.’ Op reis gaan met eigen vervoer is bijvoorbeeld vaak voordeliger dan reizen met het vliegtuig. Daarnaast is een kampeerder flexibel, omdat hij of zij het ‘vakantiehuis’ meeneemt in de vorm van een vouwwagen, tent, caravan of camper. Er zijn dan ook nog steeds veel kampeerders die op de bonnefooi naar de camping rijden. Valt het weer tegen of lonkt een andere bestemming, dan is er zo een andere camping gevonden.

Nieuwe kampeerders
Van Reine verwacht dat kamperen ook in 2023 populair blijft onder vakantiegangers. ‘Het aantal kampeerders is de afgelopen coronajaren explosief gestegen. Bovendien hebben veel mensen nieuwe kampeermiddelen gekocht. En dat doe je meestal niet voor slechts één jaar. We mogen best aannemen dat al die mensen die een nieuwe caravan of camper hebben gekocht hier nog jarenlang gebruik van gaan maken. Door de huidige wachttijden in de caravan- en camperindustrie is er zelfs een grote groep kampeerders die hun nieuwe kampeermiddel nog moet ontvangen.’

De camping dicht bij huis
Het internationale toerisme hoeft zich volgens Van Reine dan ook geen zorgen te maken en mede dankzij de coronapandemie is ook het kamperen dicht bij huis opnieuw ontdekt. ‘Steeds meer mensen hebben de voordelen hiervan ingezien. Het is voordelig, je bent flexibel, de reiskosten zijn laag en je bent toch even lekker weg. Ook ideaal voor een extra vakantie’, somt hij op.

Klerx en Van Reine zien voor de kampeersector een gunstig 2023 in het verschiet. Op de volgende pagina's leest u hoe enkele Europese campingketens hiernaar kijken. Ook met hen kijkt ACSI naar het huidige én het volgende kampeerseizoen.

Kamperen blijft ontzettend populair, zo was ook weer te zien op de Caravan Salon in Düsseldorf.

Campingketens kijken naar 2023

‘We verwachten nóg meer gasten dan in 2022’

In navolging van sectorspecialist Jos Klerx en ACSI-CEO Ramon van Reine (zie vorige pagina), laten ook twee Europese campingketens hun licht schijnen over de kampeersector. Hoe is het huidige kampeerseizoen bij hen verlopen en herkennen zij zich in het beeld dat in het vorige artikel wordt geschetst over de verwachtingen voor 2023? ACSI sprak erover met Johan Söör, CEO van het Scandinavische First Camp, en Véronique Decamps, directeur van het Franse Sites et Paysages.

Een terugblik op 2022
‘Het is nu al een geweldig seizoen geweest voor ons’, vertelt de CEO van First Camp, Johan Söör. ‘In juli van dit jaar, onze drukste maand, was de winst 16% hoger dan in 2021 en 17% hoger dan in 2019. Het grote verschil met vorig jaar is de terugkeer van de buitenlandse gasten.’ Daarnaast heeft First Camp zich de afgelopen tijd gericht op digitalisering. ‘De implementatie van ons nieuwe inkomstenbeheersysteem in 2021, gebaseerd op Artifical Intelligence, heeft erg goed uitgepakt.’ Dit systeem is afkomstig van een Zweeds-Britse start-up waarmee First Camp de wensen en behoeften van de kampeerder al vooraf in kaart brengt.

De verwachtingen voor 2023
‘In de meeste landen zijn de coronamaatregelen opgeheven en de populariteit van kamperen is sterk gestegen. We verwachten dan ook een goed jaar’, is Söör optimistisch. Hij constateerde vóór de coronapandemie al een groeiende interesse voor kamperen en ziet dat de pandemie dit alleen maar versneld heeft. ‘Ik verwacht nóg meer bezoekers in 2023, ook dankzij onze constante investeringen in een verbeterd product en digitale sales. In Scandinavië boeken de meeste kampeerders online, maar nog steeds komt wel 65% van onze boekingen binnen de vier weken voor vertrek bij ons binnen.’

De uitdagingen
First Camp worstelt net als andere campings en campingketens met een tekort aan personeel. ‘Dat is een grote uitdaging voor ons. Op sommige campings hebben we dit opgelost door tijdelijk personeel uit het buitenland in te huren.’ Ook hierbij speelt digitalisering een ondersteunende rol. ‘We zijn bij twee campings bezig om alles te digitaliseren. Denk aan incheckpalen, een huisje dat automatisch opent, de mogelijkheid om online boodschappen te bestellen en camera’s. Maar dat lost niet alles op.’

Zo blijven ook de eisen van de kampeerders hoog en de regels streng. ‘Kampeerders hebben hogere verwachtingen van de camping, maar tegelijkertijd worden de eisen vanuit overheden en gemeenten steeds hoger’, ervaart Söör. Hij ziet dat het belang van een camping om zich aan te sluiten bij een campingketen groeit. ‘Dit wordt steeds belangrijker en het gebeurt natuurlijk al langer in grote delen van Europa. Ik geloof dat we hierin meer actie zullen zien de komende tijd.’ Ook First Camp wil doorgroeien en kijkt daarbij verder dan alleen Zweden, Denemarken en Noorwegen. ‘We kijken naar campings om te kopen of te huren. Hierbij vinden we het belangrijk dat het aantal toerplekken hetzelfde blijft en niet allemaal omgezet wordt naar huuraccommodaties.’

Campingketen First Camp heeft 61 campings in heel Scandinavië, waaronder First Camp Bogense City - Fyn, gelegen in het Deense Zuid-Jutland.

First Camp Åhus-Kristianstad ligt deels verscholen in een dennenbos in het Zuid-Zweedse Skåne.

Invloeden van buitenaf
Ook de klimaatveranderingen hebben invloed op de Scandinavische campingketen. ‘Door de stijgende temperaturen en meer dagen met heet weer, krijgen we steeds meer kampeerders in Scandinavië die het te heet vinden in Zuid-Europa.’ Ondertussen stijgt ook de vraag naar laadstations voor elektrische voertuigen en is First Camp gestart met het installeren van laadpalen. Of de effecten van de hogere brandstofprijzen van invloed gaan zijn op het nieuwe kampeerseizoen, vindt Söör lastig te voorspellen. ‘Het kan ons zowel positief als negatief beïnvloeden. Buitenlandse gasten blijven misschien dichter bij huis. Maar van de andere kant, we hebben 61 campings door heel Scandinavië. Dit biedt Scandinaviërs juist de kans om dicht bij huis op vakantie te gaan.’

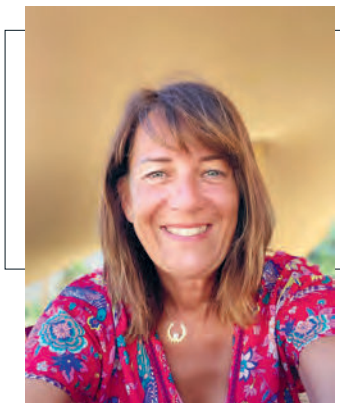
Daarnaast heeft de inflatie een effect op het gedrag van kampeerders, verwacht Söör. ‘We hebben deze zomer al signalen gekregen dat onze gasten een beetje minder besteden aan voedsel, drankjes en activiteiten op de camping. Het is te vroeg om te weten hoe inflatie de zomer van 2023 gaat beïnvloeden, maar ik denk dat we in de campingindustrie niet bang moeten zijn om hogere prijzen te vragen voor het geweldige product dat we bieden.’

Tot slot kan ook de oorlog in Oekraïne invloed hebben op het seizoen van 2023. ‘De oorlog is natuurlijk een tragedie op heel veel manieren. Toch zijn de effecten voor de kampeersector beperkt, denk ik. Misschien willen mensen juist wel wat dichter bij huis blijven of mijden ze het vliegverkeer. Allemaal zaken die voordelig kunnen zijn voor onze branche, in vergelijking met andere reissectoren’, besluit Söör.

Steeds meer camperaars. Het is een beeld dat First Camp ook ziet, en één van de redenen om te blijven inzetten op vrije toerplekken.

Johan Söör
Johan Söör is CEO van First Camp, de grootste campingketen van Scandinavië. Daarnaast is hij voorzitter van de Raad van Bestuur van Jesperhus Feriepark.

De Franse campingketen Sites et Paysages biedt kampeerders een vakantie in verbintenis met de natuur.



Véronique Decamps
Véronique Decamps is al meer dan tien jaar directeur van de Franse campingketen Sites et Paysages.

Een terugblik op 2022
Ook Véronique Decamps, directeur van Sites et Paysages, kijkt tevreden naar het seizoen van 2022. ‘We hebben dit jaar vooral ingespeeld op de nieuwe wensen van kampeerders. Zij hechten veel belang aan vakanties in verbinding met de natuur en het proeven van de regio.’ In een markt die steeds meer gedomineerd wordt door huuraccommodaties, blijft Sites et Paysages zich juist ook richten op de 'standaard' staanplaatsen. Gemiddeld heeft een Sites et Paysages-camping 70% van dit soort plekken en daarmee is de keten steeds vaker onderscheidend ten opzichte van de concurrentie.

De Europese kampeerder waardeert het beleid, zo ziet Decamps. ‘Na twee coronajaren keerden ze weer massaal terug naar onze campings. Al in mei en juni ontvingen we veel Nederlanders, Duitsers en in iets mindere mate Britten. In juli hadden we een trage start, maar over het algemeen zien we in vergelijking met 2021 een omzetstijging van 26% in het deel met accommodaties en zelfs 54% in het deel met reguliere kampeerplekken.

De coronapandemie heeft ook bij Sites et Paysages gezorgd voor veranderingen. Dit was nodig om de fraaie score van 91% tevreden kampeerders te behouden. De wensen van hen zijn immers ook veranderd in de afgelopen periode. Behalve de komst van nieuwe kampeerders – veelal camperaars – en het steeds grotere belang van flexibele boekingsvoorwaarden, zag Decamps nog twee andere verrassende trends.

‘Voor onze campings klinkt het paradoxaal, maar de vraag naar goede wifi en airconditioning is enorm gestegen. Kampeerders komen hier juist om terug te keren naar de natuur, maar schijnbaar kan dat toch niet zonder goede wifi. De niet optimale wifidekking is het belangrijkste punt van ontevredenheid. Hetzelfde geldt voor onze faciliteiten. Kampeerders kiezen voor ons vanwege de bewuste omgang met het milieu. Maar door de extreem hoge temperaturen kiezen vele van hen toch voor een premium-accommodatie met airconditioning. Hierdoor moeten we als keten een beetje schipperen tussen de vakantie die de klant zocht tijdens het boeken en de daadwerkelijke behoeften ter plaatse.’

Gemiddeld heeft een Sites et Paysages-camping zo'n 70% aan vrije toerplekken.

De verwachtingen voor 2023
Decamps kijkt positief naar het seizoen van 2023. ‘Alle seinen staan op groen. De kampeersector heeft nog nooit eerder geprofiteerd van zulke positieve promotie. Volgens een onderzoek van het Franse ADN Tourisme (de Nationale Federatie van Institutionele Toeristische Organisaties) wil 61% van de Fransen zich “losmaken van het alledaagse leven en zich verbinden met de natuur”. Dit is exact wat wij al meer dan 40 jaar beloven met ons unieke aanbod.’ Sites et Paysages haakt dan ook in op de trend van slow tourism met haar programma “Origine, Vert Demain”. Hierbij krijgen klanten een uniek kijkje in de lokale cultuur, ver weg van het huidige standaardtoerisme.

Invloeden van buitenaf
Ook Decamps verwacht dat invloeden van buitenaf een belangrijke rol gaan spelen tijdens het aankomende kampeerseizoen. ‘De hogere temperaturen en bosbranden zullen zeker een impact hebben. Gasten zullen meer geïnteresseerd zijn in koelere bestemmingen, campings aan het water of accommodaties met airconditioning. Aan de andere kant moeten we nadenken over waterbeheer en brandrisico’s, om zo autonoom en efficiënt mogelijk te zijn.’

Evenals First Camp, ziet men ook bij Sites et Paysages een stijgende vraag naar laadpalen en faciliteiten voor elektrische voertuigen. De keten is daarom gestart met de aanleg hiervan op een aantal proefcampings. Doordat de vraag de komende jaren alleen maar zal toenemen, blijft dit een belangrijk punt van ontwikkeling. Decamps merkt ook een effect van de stijgende brandstofprijzen: ‘Er is een groot aantal kampeerders dat lokaal verblijft. Zij gaan minder ver, maar wel vaker op pad. En dan voornamelijk naar duurzame ‘groene’ gezins- en natuurcampings in een landelijk gebied. Zo kunnen ze perfect genieten van de omgeving en natuur.’

En dan is er nog het tekort aan personeel. Dit is ook bij Sites et Paysages een van de uitdagingen voor 2023. ‘Onze campings hebben de afgelopen twee seizoenen al moeite gehad met de werving, maar 2022 was een erg moeilijk seizoen wat betreft het vinden van voldoende personeel en het personeelsbeheer. Eigenlijk gaat het om alle functies, of ze nu te maken hebben met catering, schoonmaken, entertainment of de receptie. We hebben vorig jaar al het een en ander uitgezet, maar we moeten bijschakelen als we het volgende seizoen voldoende personeel willen hebben om onze klanten de gewenste kwaliteit te garanderen.’ Een andere uitdaging betreft de schaarste aan producten en materialen. ‘Dit heeft gevolgen voor de bedrijfsvoering. Of het nu gaat om de catering, met prijzen die van week tot week verschillen, of om het dagelijkse beheer met matrassen die te laat binnenkomen of producten die niet gevonden kunnen worden.’

Toch ziet Decamps de uitdagingen positief tegemoet. Ook de oplopende inflatie zorgt bij Sites et Paysages niet direct voor paniek. ‘Juist de kampeersector kan heel goed inspelen op dit probleem. Het terugkeren naar de eenvoud is een van onze grote krachten en je ziet dat deze behoefte er steeds meer is. Tegelijkertijd kunnen gasten op onze campings nog wel gebruikmaken van allerlei faciliteiten en diensten.’

Ook Sites et Paysages ziet de vraag naar faciliteiten voor elektrische voertuigen toenemen.

De toekomst wordt met vertrouwen tegemoet gezien: 'alle seinen staan op groen.'

Een reis door de campinggeschiedenis

Veel Europese campings bestaan al tientallen jaren en gaan al generaties mee. ACSI sprak met vier Europese campings over hun rijke geschiedenis.

Kongshøj Strandcamping, *Denemarken*

Van boerderij naar camping

In de jaren ’60 werd Kongshøj Strandcamping opgericht door Jørgen en Rita Sønderby. Op dat moment runde de familie naast de camping nog een boerderij met koeien en varkens. De boerderij is inmiddels opgeheven, maar de gemoedelijke, familiaire sfeer is er nog steeds.

In 1961 kwam er een voorbijganger langs bij de familie Sønderby met de vraag of hij met zijn tent mocht overnachten in een weiland bij de boerderij. In die tijd nam de vraag naar overnachtingsplekken steeds meer toe en in de omgeving werden meerdere campings geopend. Dit bracht Jørgen en Rita op het idee om ook een camping op te richten.
Het terrein van de familie Sønderby ligt prachtig aan zee op het Deense eiland Funen. De locatie is ook nog eens ideaal voor toeristen die doorreizen naar Zweden. Na de opening van Kongshøj Strandcamping volgden al snel veel gasten uit Denemarken en andere Europese landen die hun tent plaatste in de weilanden rondom de boerderij. De focus werd steeds meer verlegd van de boerderij naar het runnen van de camping. Uiteindelijk zijn de laatste koeien en varkens in 1978 verkocht en richtte de familie zich volledig op de inmiddels goedlopende camping. Naast kampeerplekken zijn er in de loop der tijd ook chalets bijgebouwd. En er is een ruime cottage bijgekomen die geschikt is voor grote groepen tot 26 personen.

'Tijdens de wekelijkse snobrød-avond ontmoeten mensen van alle leeftijden elkaar en genieten ze samen rondom het kampvuur'

Internet speelt een grote rol
Een van de grootste veranderingen ten opzichte van vroeger is de manier van marketing. Vroeger hoefde je alleen maar in een campinggids te staan, maar nu spelen ook internet en social media een grote rol. Gelukkig zijn sommige dingen niet veranderd. Zo staan service en gastvrijheid na ruim 60 jaar nog steeds hoog in het vaandel. Er wordt dan ook veel tijd en aandacht besteed aan het organiseren van gezamenlijke activiteiten op de camping. Een van de populairste activiteiten is de wekelijkse snobrød-avond, waarbij brood gedraaid aan een stok boven het vuur wordt gebakken. Tijdens deze avonden ontmoeten mensen van alle leeftijden elkaar en genieten ze samen rondom het kampvuur.

‘Hygge’ op de camping
De oude boerderij vormt nog steeds het middelpunt van de gezellige familiecamping. Er zijn twee dierenweiden met onder andere paarden, schapen, geiten en konijnen. Tegenwoordig wordt de camping gerund door zoon Bent Sønderby en zijn vrouw Susanne. Bent en Susanne willen graag het echte knusse ‘hyggegevoel’ overbrengen op hun gasten. De kleinzoon van Jørgen en Rita werkt inmiddels ook volop mee in het bedrijf.

Aurdal Fjordcamping og Hytter, *Noorwegen*

Al bijna 25 jaar kamperen in de Noorse natuur

Aurdal Fjordcamping og Hytter vindt zijn oorsprong in 1998. Vrienden Knut Ivar Sundet en Jan Opheim besloten samen een camping te starten. Direct gelegen aan de Aurdalfjord is het een paradijs voor natuurliefhebbers.

Op de grond waar vroeger het boerenbedrijf van familie van Knut stond, startten ze samen de camping. Het duurde niet lang voordat kampeerders interesse toonden, vooral voor standplaatsen voor het hele jaar. De camping werd dan ook snel een succes. Buren en de lokale gemeenschap waren blij met de komst van Aurdal Fjordcamping og Hytter, want hierdoor kwam het toerisme in de streek op gang.
In de beginjaren vonden voornamelijk Noorse kampeerders hun weg naar de camping. Naarmate de camping verder groeide, kwamen er ook meer buitenlandse toeristen. Veel gasten komen tegenwoordig uit Duitsland, Nederland, Zweden en Denemarken, maar ook toeristen uit Zuid- en Oost-Europa weten de camping inmiddels te vinden

'De lokale gemeenschap was blij met de komst van onze camping'

Kamperen is nu meer luxe
Wanneer Knut en Jan terugdenken aan de tijd dat ze de camping opgericht hebben, merken ze grote verschillen op. In 1998 was kamperen nog niet zo luxe als nu. Gasten hebben steeds hogere eisen en verwachtingen ten aanzien van de kwaliteit van de voorzieningen. Hierin is dan ook een enorme ontwikkeling te zien waar de camping goed op ingespeeld heeft. In 2018 zijn er vier nieuwe huurappartementen gekomen en in 2019 een nieuw en modern sanitairgebouw. In 2018 hebben Knut en Jan ook nieuwe 24-uursplaatsen voor campers en caravans geopend en dit gebied is in 2021 verder uitgebreid.

Volgende generatie
Het geheim van het succes van Aurdal Fjordcamping og Hytter? Gastheren Knut en Jan ontvangen hun gasten altijd met een glimlach en ze willen vakantiegangers op hun camping mooie herinneringen bezorgen. Deze gastvrijheid wordt binnenkort overdragen aan de volgende generatie. Knut en Jan hopen dat de camping nog lang in hun families zal blijven.

Camping Mühle Kaprun, *Oostenrijk*

Tradities met een modern vleugje

Al generaties lang is de Ramolds-Mühle in Kaprun het toonbeeld van gastvrijheid. Bijna 95 jaar geleden kwam de herberg in het bezit van de familie Nindl. Later kwam hier ook een camping bij. De tradities van toen zijn nog steeds zichtbaar in de huidige Camping Mühle Kaprun

Jakob en Maria Nindl kochten de 'Mühle' in 1929 en namen ook de bijbehorende klantenkring over. Deze herberg, met een traditioneel Oostenrijkse inrichting, trok destijds al veel bezoekers uit de wijde omgeving. De zoon van Jakob en Maria, Johann, kwam in 1930 naar Kaprun en droeg bij aan het succes van de herberg. Hij trouwde in 1947 met Emmerentia en samen kregen ze vijf kinderen, waaronder Gottfried. Samen met zijn vrouw Monika nam hij in 1986 de herberg over en tot op de dag van vandaag zijn zij de trotse eigenaren.

Idyllisch kamperen
Naast de herberg was de familie Nindl ook nog in het bezit van een stuk landbouwgrond. Nadat er in de regio steeds meer vraag naar kampeerplekken kwam, besloot de familie in 1982 hier een camping op te vestigen.

Camping Mühle Kaprun heeft twee kampeerweiden. Een van die weiden wordt tijdens de wintermaanden nog steeds als landbouwgrond gebruikt. Dit maakt het kamperen op de camping idyllisch. Het voelt als een groene oase, waar je nog steeds de sfeer van het vroegere landleven proeft. Op de camping hoef je niet te reserveren en kun je je eigen plekje uitzoeken.

'Op de camping proef je nog steeds de sfeer van het vroegere landleven'

De camping is gemoderniseerd
Kamperen anno 2022 verschilt ten opzichte van vroeger. Wat Gottfried vooral opvalt is de groei van het aantal caravans en campers. De eerste jaren kwam ongeveer 80% van de kampeerders met een tent kwam, nu is dit nog maar zo'n 20%. In de loop der jaren is het kampeerterrein behoorlijk gemoderniseerd. Faciliteiten zoals elektriciteit en water zijn aangelegd en er zijn nu een aantal comfortplaatsen. Binnenkort wordt ook het sanitairgebouw weer vernieuwd.

Voor typisch Oostenrijkse gerechten kunnen de gasten tegenwoordig terecht in het restaurant van het naastgelegen hotel. Traditie en gastvrijheid staan hoog in het vaandel bij de familie Nindl en ze hopen dat gasten nog lang kunnen genieten van de 'Mühle'.

Camping Los Escullos, *Spanje*

Duurzaam kamperen in een natuurpark

Camping Los Escullos in Zuid-Spanje viert dit jaar de dertigste verjaardag. Directrice Patricia Fernandez vertelt hoe de camping in 1992 startte om de bezoekers van het natuurpark Cabo de Gata een overnachtingsplek te bieden. Al vanaf het begin gaat de focus op comfort samen met aandacht voor de natuur.

Toen de camping in 1992 opende en de laatste bouwvakkers net vertrokken waren, stonden de gasten al in de rij om naar binnen te gaan. De receptie, campingwinkel en het restaurant waren nog niet eens helemaal klaar. In het begin was het dan ook improviseren met een prefabgebouw dat dienst deed als receptie en een bar die ook als restaurant gebruikt werd. Inmiddels is alles prima op orde en vind je op Los Escullos onder andere een sauna, fitnessruimte en tennisbaan. In de zomer genieten campinggasten samen met de lokale inwoners van concerten en voorstellingen onder de sterrenhemel.

'Bij de opening stonden de gasten al in de rij'

Camping in een natuurpark
De camping ligt in het Andalusische natuurpark Cabo de Gata-Níjar, een woestijnachtig gebied met unieke flora en fauna en mooie stranden. Wildkamperen was en is niet toegestaan in dit natuurpark en dus werd er gezocht naar meer overnachtingsmogelijkheden voor bezoekers.

In 1992 werd er toestemming gegeven voor vijf campings in het natuurpark. Eén camping bestond al en de andere vier moesten nog worden aangelegd. Camping Los Escullos was de eerste van die vier. De bouw wekte wat verbazing in de omgeving omdat veel mensen niet begrepen dat dit was toegestaan in het natuurpark. Maar er waren ook positieve reacties omdat de nieuwe campings ervoor zouden zorgen dat de stroom van kampeerders in het gebied wat meer gereguleerd zou worden. In die tijd was het namelijk een chaotische drukte op de enige camping in Cabo de Gata.

Duurzaamheid en glamping
Bij Los Escullos gaat duurzaamheid altijd hand in hand met comfort voor de gasten. De ecologische benadering begon klein, met wat zonnepanelen om het zwembad te verwarmen. Inmiddels beschikt de camping over een waterzuiveringsinstallatie, duurzame sanitair- en keukengebouwen met waterbesparende systemen en duurzame bungalows en glampingaccommodaties. In de toekomst wil Patricia ook laadpalen voor elektrische voertuigen aanleggen.

Geliefde camping
De gasten waarderen de combinatie van comfort, natuur en duurzaamheid. De camping trekt veel vakantiegangers uit Spanje en Frankrijk en ook overwinteraars uit andere gebieden. Bij de ACSI Awards van 2022 bleek de camping zelfs in de top 50 van meest populaire campings te staan.

Colofon

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

Directie: Ramon van Reine | **Hoofdredactie:** Frank Jacobs | **Coördinatie/Eindredactie:** Bram Kuhnen, Robin Peeters
Redactie: Laura ten Barge, Alena Gebel, Marieke Krämer, Sarah Löber, Laura Mestrum, Merel Revet, Bianca van Steenbergen, Madita Weiß
Advertentieverkoop: Salesafdeling ACSI | **Beeldredactie:** Maurice van Meteren | **Vormgeving:** Ton Oppers | **Layout:** Peter Dellepoort, Rein Driessens
Drukwerkbegeleiding: Ronnie Witjes | **Druk:** Rodi Rotatiedruk

Uw marketingpartner **voor Europa**

Uw camping boekbaar

bij miljoenen kampeerders

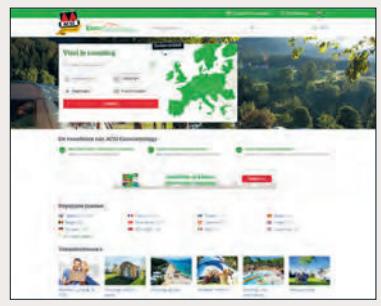
ACSI camping.info Booking

ACSI-campinggidsen

Alle jaarlijks geïnspecteerde campings worden gratis vermeld in diverse ACSI-campinggidsen, die in meerdere landen worden verkocht. In 2023 is de totale oplage van de gidsen 751.000. 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 12 talen. De bezoekers van Eurocampings.eu zijn uw potentiële klanten! Wilt u extra opvallen? Als adverteerder komt uw vermelding nog beter onder de aandacht van de Europese kampeerder.



ACSI Campings Europa-app

Uw uitgebreide campinginformatie wordt ook gratis doorgeplaatst in de ACSI Campings Europa-app. Deze app is online én offline te gebruiken en is beschikbaar in 12 talen. Als adverteerder profiteert u ook hier van extra aandacht.

Het verwachte aantal bezoeken

van de ACSI-websites en de ACSI-apps in 2023 is 23.950.000.

Kijk voor alle promotiemogelijkheden op: **www.acsi.eu**

De tenten van **De Waard** zijn al meer dan 70 jaar te vinden op de Nederlandse campings. Een iconisch merk. Niet alleen vanwege de hoge kwaliteit, maar ook door het opvallende en unieke ontwerp.

De Waard Business staat al jaren bekend om zijn unieke tenten en accommodaties voor campings, bungalowparken en festivals.

www.dewaardbusiness.com