

Problem oder Chance?

Die Zahl der Stellplätze auf Campingplätzen bleibt hinter der Nachfrage zurück



von ACSI dem Campingspezialisten: **Ausgabe Herbst 2023**

Die ACSI Zeit



Wasserwirtschaft in Europa

Campingplätze müssen sich mit Wassermanagement auseinandersetzen.

► Fortsetzung auf den **Seiten 2-3**

Eine stärkere Marketingstrategie

Nutzen Sie die Tipps von Prof. Xavier Font.

► Fortsetzung auf den **Seiten 10-11**

CampingCard ACSI Digital

Wie funktioniert der Check-in-Prozess mit einem QR-Code?

► Fortsetzung auf den **Seiten 13**

„Die Wasserkrise in Europa

Die Hochsaison 2023 war gekennzeichnet von extremen Wetterbedingungen: Dürre und hohe Temperaturen in Südeuropa, starke Regenfälle in Skandinavien und Ländern wie Slowenien, Österreich und Deutschland. Der Klimawandel ist die Ursache für diese Extreme und er verschärft gleichzeitig noch ein weiteres Phänomen: die Wasserknappheit. Diese führt ihrerseits zu höheren Preisen für Wasser. Einige Campingplatzbesitzer merken das schon jetzt, und mit der Zeit werden viele weitere ihrer Kollegen davon betroffen sein.

Gijs Simons bestätigt dieses Bild. Er ist leitender Hydrologe bei FutureWater, einem Forschungs- und Beratungsunternehmen, das sich auf verschiedene wasserwirtschaftliche Fragestellungen spezialisiert hat. Simons zufolge wird das Problem sich in Zukunft verschärfen. „Wasserknappheit und die Verteilung des vorhandenen Wassers werden in den kommenden Jahren zu einem immer größeren Problem werden. Ich rate Campingplatzbesitzern, sich schon jetzt damit zu befassen, damit sie später nicht in echte Schwierigkeiten geraten.“ ACSI sprach mit Simons und den Eigentümern von Camping Gran Sol, Camping Orio sowie Landöns Camping über die drohende Wasserknappheit und ihren Umgang damit.

Von Schweden bis Spanien

Direkt südlich von Andorra liegt der spanische Campingplatz Gran Sol. Sein Besitzer Aniol Colillas Canal berichtet, dass er die Trockenheit zurzeit vor allem am Rasen bemerkt. „Der ganze Campingplatz ist mit Rasen bedeckt, und der ist nicht so grün wie sonst. Abgesehen davon ist es hier momentan nicht allzu schlimm. Im Juni hatten wir ziemlich viel Regen, aber der August war sehr trocken.“

Auch im spanischen Baskenland ist die Trockenheit in dieser Saison noch kein akutes Problem. Dennoch macht sich die Besitzerin des Campingplatzes Orio, Jone Olascoaga, Sorgen über das Klima. „Dieses Jahr gibt es in unserer Region ziemlich viel



Gijs Simons
Senior Hydrologe bei FutureWater

Als Hydrologe und Fernerkundungsexperte verfügt Dr. Gijs Simons über mehr als ein Jahrzehnt Berufserfahrung in der Umsetzung und Leitung internationaler Wassermanagement-Projekte.

Regen, aber im letzten Sommer hat es zwischen Juni und September überhaupt nicht geregnet. Es gab bei uns zwar noch nie behördliche Anordnungen für Wassersparmaßnahmen, aber ich mache mir trotzdem Sorgen. Dass wir in Zukunft mit diesem Thema konfrontiert werden, wissen wir alle. Aber letztes Jahr habe ich zum ersten Mal gedacht, dass es uns vielleicht schon viel früher trifft, als wir bisher glaubten.“

Und nicht nur in Südeuropa bereiten Dürreperioden den Menschen Sorgen. In Südschweden herrschte gleich zu Beginn des diesjährigen Sommers große Trockenheit. Malin Valette, Besitzerin von Landöns Camping, berichtet von ihren Erfahrungen. „Wir durften weder die Pflanzen gießen noch einen Swimmingpool füllen. Die meisten Menschen in unserer Gegend sind an einen Brunnen angeschlossen, aber auch der kann austrocknen.“

Ursache der Wasserknappheit
Simons erklärt, woher die Wasserknappheit kommt. „In

erster Linie geht es natürlich darum, wie viel Wasser zur Verfügung steht. Es gibt verschiedene Möglichkeiten der Wassergewinnung. Das Wasser, das wir benutzen, kann aus Niederschlägen, Flüssen und Grundwasser stammen. Wir beobachten zurzeit, dass sich die Wasserversorgung verändert. Das Wetter wird zunehmend extremer und die Verteilung der Niederschläge ändert sich. Es gibt immer längere Trockenperioden, gefolgt von Starkregenereignissen wie in Slowenien und Italien.“ Nicht nur der Klimawandel, sondern auch die Art und Weise, wie wir Menschen mit Wasser umgehen, wirkt sich aus. „In Europa wächst die Bevölkerung und manche wirtschaftlichen Entwicklungen führen zu einem erhöhten Wasserbedarf. Vor allem in Gebieten, in denen Tourismus und Freizeitgestaltung am Wasser eine große Rolle spielen. Das verursacht einen starken Anstieg des Wasserverbrauchs in einer Region. Es ist eine Herausforderung, das verfügbare Wasser unter den Nutzern aufzuteilen. Und das Wasser,

das in Regenperioden fällt, für Trockenzeiten zu speichern.“

Europa ist ein roter Fleck

„Wenn man sich die Geschichte ansieht, gab es in Europa schon immer den Wechsel von Trockenheits- und Niederschlagsperioden. Vor allem im Süden ist das nichts Neues. Aber es wird immer extremer und die Temperaturen steigen. Das hat zur Folge, dass das Wasser in Flüssen und Stauseen viel schneller verdunstet. Und damit müssen wir uns befassen, denn dieses Wasser verschwindet, ohne dass wir etwas damit anfangen“, betont Simons. Südeuropa ist traditionell anfälliger für Dürre. Aber auch in Mittel- und Nordeuropa ist die Trockenheit ein Problem. „Wenn man sich die Wetterkarten des letzten Sommers ansieht, ist Europa im Grunde ein einziger roter Fleck.“

Wasser sparen auf dem Campingplatz

Die Trockenheit in Europa lässt sich nicht länger leugnen. Das bedeutet, dass Campingplatzbesitzer gezwungen sind, Wasser zu sparen. Auf dem Campingplatz Gran Sol wurden letztes Jahr Duschen mit Druckknopf installiert. „Auf diese Weise wird kein Wasser verschwendet, weil Gäste den Wasserhahn aufgedreht lassen“, erklärt Besitzer Canal. Auf dem Campingplatz Orio gibt es schon seit mehr als 15 Jahren Duschen mit Timer. Außerdem hat die Betreiberin Olascoaga bewusst die Wasserhähne von den Stellplätzen entfernt. „Wenn

die Camper Wasser benötigen, müssen sie zum Sanitärgebäude laufen. Weil sie sich dafür anstrengen müssen, ist die Wahrscheinlichkeit geringer, dass sie Wasser entnehmen, das sie nicht brauchen. Camper, die bei Orio in einer Unterkunft übernachten, müssen ihr Handtuch mehrmals benutzen. „Um Wasser zu sparen, haben wir beschlossen, die Handtücher und die Bettwäsche nicht mehr täglich zu waschen. Das machen wir jetzt alle fünf Tage und sparen auf diese Weise enorme Mengen Wasser.“

Flacherer Pool

In den vergangenen Jahren hat sich das Orio-Team hauptsächlich auf nachhaltige Energiesysteme konzentriert. In nächster Zeit soll nun auch der Pool erneuert werden, um Wassersparmaßnahmen zu realisieren. „Wir wollen das Schwimmbad verlegen und Salzwasser anstelle von Chlor verwenden. Außerdem soll das Becken flacher werden: 1,40 Meter statt 1,80 Meter. Wir erwarten, auf diese Weise viel Wasser zu sparen. Darüber hinaus begegnet man überall auf dem Campingplatz Schildern mit der Bitte, kein Wasser zu verschwenden“, erklärt Olascoaga.

Aus Meerwasser wird Trinkwasser

Wie bereits erwähnt, ist Wasserknappheit nicht nur ein südeuropäisches Problem. Auch Schweden ist davon betroffen. Die schwedische Regierung hat in Trockenphasen bereits mehrfach Sparmaßnahmen verhängt. Darüber braucht sich Landöns Camping allerdings keine Sorgen zu machen. Besitzerin Valette erklärt, dass der Campingplatz, den sie und ihr Mann betreiben, seit 2015 sein gesamtes Wasser aus dem Meer bezieht. „Wir haben eine große Aufbereitungsanlage, die das Salz aus dem Meerwasser filtert. So verfügen wir über einen unbegrenzten Vorrat an Trinkwasser, das wir auf dem gesamten Campingplatz verwenden können.“

Bis 2015 war der Campingplatz an einen Grundwasserbrunnen angeschlossen, der jedoch Risse bekam. Das Risiko, dass Meerwasser in den Brunnen eindringen würde, war so hoch, dass das Betreiberpaar nach einer anderen Lösung suchen musste. Diese bestand in einem Filtersystem. „Die Anlage befindet sich in einem etwa 15 Quadratmeter großen Raum und entnimmt das Wasser direkt aus dem Meer. Das Meerwasser



Um Wasser zu sparen, wird der Pool bei Camping Orio demnächst modernisiert. Orio stellt von Chlor auf Salzwasser um und verringert die Tiefe von 1,80 auf 1,40 Meter.

lässt sich nicht länger leugnen“



Zur Einsparung von Wasser wurden bei Camping Gran Sol im letzten Jahr Duschen mit Druckknopf installiert.

wird mehrfach gefiltert, und auf diese Weise haben wir eigentlich keinerlei Wasserprobleme mehr.“ Für Landöns Camping ist das System die ideale Lösung, um Wasserknappheit vorzubeugen. Aber kostenlos ist dieses Wasser nicht. Die Investition in die Entsalzungsanlage war hoch und zudem sind mittlerweile die Stromkosten gestiegen. „Die hohen Energiepreise schlagen bei uns spürbar zu Buche, aber diese Art der Wassergewinnung ist für uns die einzig mögliche“, erklärt Valette die Entscheidung.

Wiederverwendung von Wasser

Simons glaubt daher auch nicht, dass in absehbarer Zeit jeder Campingplatz an der Küste oder an einem großen See eine Aufbereitungsanlage wie auf Landöns Camping betreiben wird. „Ein Beispiel für einen Ort, an dem dies in großem Maßstab geschieht, ist Malta. Dort wird ein Großteil der öffentlichen Wasserversorgung aus dem Meer entnommen. Aber ein solches System ist natürlich teuer und verbraucht sehr viel Energie. Ich denke, ein Campingplatz muss eine gewisse Größe und einen entsprechend großen Wasserverbrauch haben, damit eine derartige Anlage sich rentiert.“

Eine realistischere Lösung ist nach Simons Auffassung die Wasserwiederverwendung. „Man kann beispielsweise Poolwasser zum Spülen der Toiletten nutzen oder Kühlwasser zur Bewässerung der Pflanzen. Natürlich muss man dabei darauf achten, dass das Wasser die richtige Qualität hat.“ Simons empfiehlt außerdem, einen Speicher für Trockenzeiten anzulegen. „Wasser kann in einem großen Reservoir oder Brunnen gespeichert werden, damit man

bei Trockenheit darauf zurückgreifen kann. Wichtig ist nur, das Reservoir abzudecken, z.B. mit einer Plane. Es wäre bedauerlich, wenn das Wasser verdunstet und nicht mehr zur Verfügung steht.“

Bewusstsein schaffen

Auch die Camper sind aufgefordert, den Wasserverbrauch auf dem Campingplatz zu reduzieren. Dafür muss zunächst das nötige Bewusstsein geschaffen werden. Wasser sollte nur dann verwendet werden, wenn es wirklich notwendig ist, und niemand sollte unnötig lange duschen. Alle drei Campingplatzbesitzer versuchen, ihre Gäste mit Aushängen dafür zu sensibilisieren. „Das Aufhängen von Plakaten mit dieser Botschaft ist natürlich nicht neu. Wasserverschwendung war schon immer ein Problem, das wir eindämmen wollten. Aber jetzt haben wir einige zusätzliche

Plakate aufgehängt.“ Allerdings ist noch keine große Wirkung zu erkennen. Olascoaga glaubt, dass dies hauptsächlich mit den Kosten zu tun hat. „Wasser ist momentan noch relativ preiswert, und ich glaube, das ist ein Teil des Problems. Weil es wenig kostet, gehen die Menschen viel gedankenloser damit um.“ Auch Valette hat die Erfahrung gemacht, dass Geld offenbar eine wichtige Rolle spielt. „Auf unserem Campingplatz kann man unbegrenzt kostenlos duschen, was in Schweden eine Seltenheit ist. Wir erleben immer wieder, dass Gäste eine halbe Stunde unter der Dusche stehen, einfach weil es nichts kostet. Ich finde das sehr bedauerlich, und wir überlegen inzwischen, Zeitschaltuhren in den Duschen zu installieren, um solche Situationen zu vermeiden.“

Offenbar werden also viele Camper ihr Verhalten erst dann anpassen, wenn sie ansonsten mehr zahlen müssten. Da in einigen europäischen Ländern die Kosten für Wasser schon stark gestiegen sind, ist dies wahrscheinlich nur noch eine Frage der Zeit. Allerdings ist es fast unmöglich, den Wasserverbrauch pro Person auf einem Campingplatz zu messen und dem einzelnen Camper in Rechnung zu stellen. Campingplätze wie Gran Sol erwägen jedoch, wenigstens den Verbrauch pro Mobilheim zu erfassen. „Und dann würden wir eine zusätzliche Gebühr verlangen, wenn der Verbrauch extrem hoch ist“, warnt Canal.

Zukunftsaussichten

FutureWater nutzt vielfach Prognosemodelle, um Erkenntnisse über die langfristige Entwicklung des Klimas zu

gewinnen. „Wir schauen uns unter anderem Niederschlagsmuster und Temperaturen an. Auch wenn die Gefahr der Wasserknappheit seit Langem bekannt ist, wird sie dauerhaft ein Thema bleiben“, sagt Simons voraus.

Deshalb ist es seiner Meinung nach notwendig, sich ernsthaft damit zu befassen und in Lösungen zu investieren. „Das gilt für Regierungen ebenso wie für Campingplatzbesitzer. Für gewöhnlich betrachten wir die vergangenen zehn Jahre, um zu entscheiden, ob eine Investition sich lohnt. Aber auf diesem Gebiet sollte man sich eher die Zukunftstrends anschauen und sich fragen: ‚Wie sieht es in 10 oder 20 Jahren aus, wenn ich jetzt nichts unternehme?‘. Das bedeutet ein Umdenken und ist vielleicht nicht einfach, aber es führt kein Weg daran vorbei. Wir werden voraussichtlich mehr Starkregen und längere Trockenperioden erleben. Für viele Orte in Europa wird das die neue Realität sein.“ Campingplätzen, die direkt am Meer liegen, empfiehlt Simons darüber hinaus, auch den Anstieg des Meeresspiegels zu berücksichtigen und zu überlegen, wie sich dieser auf den Campingplatz auswirken wird.

Professionellen Rat einholen

Da keine Region wie die andere ist, kann Simons nur wenige spezifische Tipps geben, von denen jeder Campingplatz profitiert. Die Lage des Campingplatzes bestimmt, welche Maßnahmen sinnvoll sind. „Wer sich ernsthaft mit dem Thema Wasser auf dem Campingplatz befassen will, sollte sich am besten an seine regionale Wasserwirtschaftsbehörde wenden. Dort weiß man, welche Maßnahmen für den jeweiligen Standort geeignet sind“, rät Simons.



Das schwedische Landöns Camping liegt am Meer und hat eine Aufbereitungsanlage installiert, die das Salz aus dem Meerwasser filtert.

Ein Meilenstein

Im Jahr 2024 machen sich die ACSI-Inspektoren zum 60. Mal auf den Weg

Die Grundlage für die Arbeit von ACSI bilden nach wie vor die objektiven und zuverlässigen Informationen über Campingplätze, die das ACSI-Inspektionsteam jährlich sammelt. Im Jahr 2024 werden sich die Inspektoren und Inspektorinnen zum 60. Mal auf den Weg machen.

Wie alles begann

Der Start der Inspektionssaison ist daher 2024 etwas ganz Besonderes. Für ACSI insgesamt, aber auch für Geschäftsführer Ramon van Reine persönlich. Sein Vater, Ed van Reine, gründete seinerzeit das Unternehmen mit der Idee, dass andere Camper ihre Reisen gut vor-

bereitet antreten sollten. Er machte es sich zur Aufgabe, Informationen über Campingplätze zu sammeln und zu bündeln. Dadurch sollte verhindert werden, dass Camper vor geschlossenen Campingplatz-Toren strandeten. Und der Grundstein für die grünen ACSI-Campingführer war gelegt.

ACSI-Inspektoren

Während der erste Campingführer noch 55 Campingplätze umfasste, werden inzwischen etwa 10.000 europäische Campingplätze inspiziert. Auch das ACSI-Inspektionsteam ist erheblich gewachsen. Von einigen wenigen Inspektoren – damals noch Selektoren genannt – in den ersten

Jahren auf über 400 Personen im Jahr 2024.

Der 60ste Campingführer

Die Informationen, die die Inspektoren in der nächsten Saison sammeln, werden für einen weiteren Meilenstein verwendet: die 60. Ausgabe des Campingführers. Natürlich wurde in all den Jahren vieles verändert und modernisiert, aber die Idee, die vor sechzig Jahren die Grundlage bildete, hat immer noch Bestand.



Campingführer von ACSI weiterhin führend



Die Campingführer von ACSI werden inzwischen in 21 europäischen Ländern verkauft. Für viele Camper sind sie nach wie vor die erste Wahl, um ihren bevorzugten Camping- oder Wohnmobilplatz zu finden.



Für Camper
ACSI möchte dort präsent sein, wo sich Camper auf ihren Urlaub vorbereiten. Daher werden die Campingführer über verschiedene Kanäle verkauft. Das können eigene Kanäle wie zum Beispiel der ACSI Webshop sein. Aber die Campingführer werden auch über Buchhandlungen, Einzelhandelspartner, Verlage von Campingzeitschriften, Wohnwagen- und Wohnmobilhändler vertrieben.

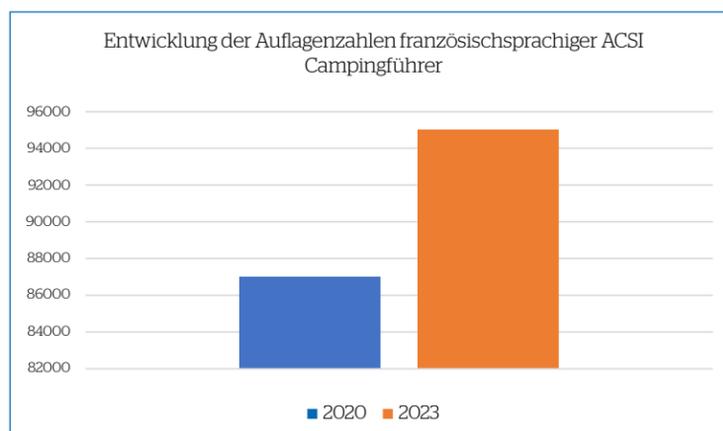
Führende Position auf dem deutschen Markt

Im deutschen Buchhandel hat ACSI seine Position in diesem Jahr weiter gefestigt. Die neuesten Verkaufszahlen von Media Control zeigen, dass nicht weniger als drei ACSI-Titel in den Top 5 rangieren.



Wachstum in Frankreich

Auch in Frankreich steigt die Beliebtheit der ACSI-Campingführer deutlich an. ACSI ist hier mit den Titeln CampingCard ACSI und ACSI CampingCard & Aires camping-cars vertreten.



Besuchen Sie ACSI auf verschiedenen Messen

Der Caravan Salon in Düsseldorf ist traditionell der Auftakt zur Messesaison. Natürlich war ACSI hier vertreten – und auch in den kommenden Monaten wird ACSI auf Verbraucher- und Fachmessen präsent sein.

Auf Verbrauchermessen liegt der Schwerpunkt auf Werbung und dem Verkauf der ACSI-Campingführer sowie anderer Produkte. Auf den Fachmessen geht es vorrangig um die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen, beispielsweise die Camping Comfort-App, ACSI camping.info Booking und die CampingCard ACSI Digital. Natürlich nutzt ACSI beide Messearten auch für die Kontaktpflege mit Campern, Campingplätzen und anderen Personen aus der Campingbranche.

ACSI ist unter anderem auf den folgenden Messen vertreten:

Salon Atlantica

10. bis 13. Oktober | Niort | Frankreich

Sun Beach&Outdoor Style

11. bis 13. Oktober | Rimini | Italien

Sett Trade Fair

7. bis 9. November | Montpellier | Frankreich

Recreatie Vakbeurs

14. bis 16. November | Hardenberg | Niederlande

Norddeutscher Campingtag

7. bis 8. Dezember | Wolfsburg | Deutschland

Eine Übersicht der Messen, auf denen ACSI vertreten ist, findet sich auf: www.acsi.eu/reisemessen

Erfolgreiche Saison für ACSI Touroperating

Der Reiseveranstalter Suncamp und der Reisespezialist ACSI-Campingreisen blicken auf ein erfolgreiches Jahr 2023 zurück. Besonders die Auslastung der SunLodge-Unterkünfte fiel positiv auf.

Guter Start bei Suncamp
Suncamp hat 2023 insbesondere vom Saisonstart profitiert. Im Januar lag die Zahl der Buchungen ganze 20% höher als in der Vorsaison. Auch wenn sich das Wachstum danach stabilisierte und es weniger Last-Minute-Buchungen gab als im vorigen Jahr, hatte Suncamp eine sehr gute Saison. Einer der bemerkenswertesten Erfolge war die vollständige Belegung der SunLodge-Unterkünfte in der Hochsaison.

Beliebtheit von Campingreisen
ACSI-Campingreisen blickt mit einer Umsatzsteigerung von 30% auf ein außergewöhnlich erfolgreiches Jahr zurück. Die Zahl der Buchungen lag um 15%

höher als 2022. Innovation und Produktentwicklung sind zwei wichtige Säulen des Erfolgs. Wegen des steigenden Interesses an Campingreisen werden dieses Jahr zwei Informationstage organisiert.

Die Popularität von ACSI-Campingreisen spiegelt sich auch in dem beliebten niederländischen Fernsehformat „Wir sind fast da!“ wider. Dieses Jahr begleitet die Sendung die Teilnehmer der Campingreise nach Korsika und Sardinien und wird voraussichtlich rund zwei Millionen Zuschauer pro Folge erreichen.

Und nachdem einer der anderen Akteure auf dem Markt der Campingreisen (der niederländische Automobilclub und Reiseveranstalter ANWB) seine Tätigkeit auf diesem Gebiet eingestellt hatte, konnte ACSI-Campingreisen auch einige neue Reiseleiter willkommen heißen.

Kurzmeldungen

Abonnements für die ACSI Camping Europa-App

ACSI hat das Konzept der ACSI Camping Europa-App überarbeitet. Von nun an können Camper ein Abonnement erwerben, mit dem sie in der App unbegrenzten Zugang zu Informationen über alle Camping- und Wohnmobilplätze haben. Das Abonnement wird mit drei verschiedenen Laufzeiten angeboten (Monat, Quartal, Jahr). Damit gehört der Kauf von Länderpaketen der Vergangenheit, aber um Speicherplatz auf den Geräten zu sparen, können die Informationen weiterhin in einzelnen Länderpaketen heruntergeladen werden.

Albanien und Montenegro in die Campingführer aufgenommen

In diesem Jahr haben die ACSI-Inspektoren erstmals Campingplätze in Albanien und Montenegro besucht und in die ACSI-Campingführer aufgenommen. Diese Ergänzungen öffnen neue Welten für Camper, die nach unbekanntem und abenteuerlichen Campingzielen suchen. Sie können die großartigen Naturparks, die lange Küste und die reiche Geschichte Albaniens entdecken. Oder sie entscheiden sich für beeindruckende Nationalparks, kulturelle Hotspots und wunderbare Strände in Montenegro. Auch Camper, die nach Griechenland fahren, erhalten dadurch zusätzliche Optionen.



Liebe Campingplatzbesitzer und -manager,

die Campingsaison 2023 ist noch nicht ganz vorbei, aber eines lässt sich schon jetzt sagen:

Camping ist nach wie vor sehr beliebt. Die ECF hat kürzlich errechnet, dass die Zahl der Wohnwagen und Wohnmobile in Europa zwischen 2017 und 2022 um 1,1 Millionen gestiegen ist.

Und das war in diesem Sommer deutlich zu spüren. Vor allem für die Hochsaison war es auf vielen Campingplätzen ratsam, schon früh im Jahr einen Platz zu reservieren.

Die Nachfrage nach freien Stellplätzen wird auch in den nächsten Jahren hoch bleiben. Auf vielen Campingplätzen ist jedoch eine gegenläufige Entwicklung zu beobachten. Dort nimmt die Zahl der Stellplätze ab und die Zahl der Mietunterkünfte zu. Denn auch immer mehr Reisende ohne eigene Campingausrüstung sehen Campingplätze als idealen Urlaubsort. Mehr zu dieser widersprüchlichen Entwicklung lesen Sie auf den Seiten 6-7.

Die Auswirkungen des Klimawandels waren in diesem Sommer erneut deutlich sichtbar. In Teilen Europas kam

es zu heftigen Waldbränden und Hitzewellen mit Temperaturen weit über 40 Grad. Andere Regionen litten unter Überschwemmungen durch starke Regenfälle oder unter heftigen Hagelstürmen, die große Schäden anrichteten. Ob sich diese zunehmenden Wetterextreme auf das Reiseverhalten der Camper auswirken werden, ist noch unklar, aber es ist eine Situation, die mich beunruhigt.

Innerhalb von ACSI gibt es interessante Entwicklungen. Ab Januar können die ersten Camper mit der digitalen Version der CampingCard ACSI auf Reisen gehen. Ein aufregender Schritt, und gleichzeitig eine logische Entwicklung in unserer digitalen Welt. Viele Camper wünschen sich die CampingCard ACSI in digitaler Form und ich bin überzeugt, dass dies auch für die Campingplätze einen Mehrwert bietet. Wie die

digitale Karte funktioniert, lesen Sie auf Seite 13. Kürzlich hatte ACSI außerdem Besuch von Dr. Xavier Font. Er hielt in unserer Zentrale einen Vortrag über Nachhaltigkeitsmarketing und die Bindung von Campinggästen. Auf den Seiten 10-11 finden Sie wertvolle Tipps, von denen Sie hoffentlich profitieren können.

Ich wünsche Ihnen einen erfolgreichen Abschluss dieser Campingsaison und freue mich gemeinsam mit Ihnen auf ein erfolgreiches Jahr 2024.

Ramon van Reine
CEO ACSI

Frankreich mit Abstand am beliebtesten

Camper buchen immer öfter im Voraus

Die von ACSI und camping.info gemeinsam geschaffene Buchungsplattform ACSI camping.info Booking verzeichnet auch für 2023 einen Anstieg der Buchungen. Frühzeitiges Buchen liegt im Trend. Im Durchschnitt wurde 2023 gut 41 Tage vor der Abreise gebucht. Ein Jahr zuvor waren es noch 35 Tage.

Zunahme der Buchungen
Sowohl ACSI als auch camping.info verzeichneten einen Anstieg der Besucherzahlen auf ihren Websites. Auch die Anzahl der Buchungen nahm zu. Bis Mitte März 2023 gab es 2,5-mal mehr Buchungen als im gleichen Zeitraum 2022. Als auf diese Weise viele Campingplätze ausgebucht waren, ging diese Zahl langsam auf 1,3 zurück, um dann ab Anfang Juni wieder zu steigen. > **Siehe Abbildung 1**

Die Briten sind zurück
Der Anstieg der Buchungen war in vielen europäischen Ländern zu beobachten. Die meisten Buchungen kamen logischerweise aus den Niederlanden und Deutschland, aber auch Buchungen aus anderen Ländern nahmen zu. Insbesondere der Anteil der Buchungen aus Großbritannien, Frankreich und Österreich erhöhte sich. > **Siehe Abbildung 2**

In den Zahlen der Abbildung 2 sind die CampingCard ACSI-Buchungen nicht enthalten. Dabei handelt es sich um Buchungen von Campern, die in der Nebensaison mit der Ermäßigungskarte CampingCard ACSI reisen. Bezieht man diese Buchungen mit ein, landen die Briten sogar auf Platz 3. Mit einem Anteil von nicht weniger als 21% liegen sie knapp hinter

Deutschland (22,3%) und den Niederlanden (40,9%).

Beliebte Reiseziele
Frankreich ist mit Abstand die beliebteste Campingdestination. Für dieses Land ist der Anteil der Buchungen sogar gestiegen. Der Anteil Italiens ist leicht zurückgegangen, dennoch liegt das Land nach wie vor auf Platz zwei. Die größten Zuwächse verzeichneten Kroatien, Polen, Schweden und Großbritannien. Betrachtet man auch die durchschnittlichen Buchungsbeträge, so ergibt sich eine ganz andere Top 3: Hier stehen Kroatien, Italien und Spanien an der Spitze. Das liegt daran, dass diese Länder etwas weiter von den Niederlanden und Deutschland entfernt sind und daher häufig für längere Aufenthalte gebucht werden. Außerdem handelt es sich um Destinationen mit einem großen Angebot an Mietunterkünften. > **Siehe Abbildung 3**

Neue Entwicklungen
ACSI camping.info Booking setzt weiterhin auf Wachstum. Ziel ist es, eine interessante Buchungsplattform für alle Arten von Camping zu sein. Vom einfachen Zeltplatz bis zur Luxusunterkunft und von beliebten Campingländern bis zu unbekanntem Reisezielen. ACSI und camping.info setzen sich daher intensiv dafür ein, das Campingplatzangebot noch weiter auszubauen.

Um dieses Ziel zu erreichen, möchten wir den Campingplätzen den Beitritt erleichtern. Zu diesem Zweck wurden Schnittstellen zu verschiedenen PMSs realisiert und es wird kontinuierlich an der Erweiterung der Anschlussmöglichkeiten gearbeitet.

Schnittstellen bestehen unter anderem zu den folgenden PMSs:

- BookingExpert
- Booking Experts
- C1: Manager
- Campgest
- Camping.care
- Code One
- CompuCamp
- eSeason
- EveryOffice
- Gastmanager
- Master Camping
- Naxi Gestion
- Newyse
- Phobs
- Pod.camp
- Qenner
- RCS Enterprise
- Recranet
- Resalys
- RoomCloud
- Secureholiday
- Tommy
- Tourist 2008
- Unicamp
- Vertical Booking

Eine vollständige Liste aller Schnittstellen kann über sales@acsi.eu angefordert werden.

Abbildung 1

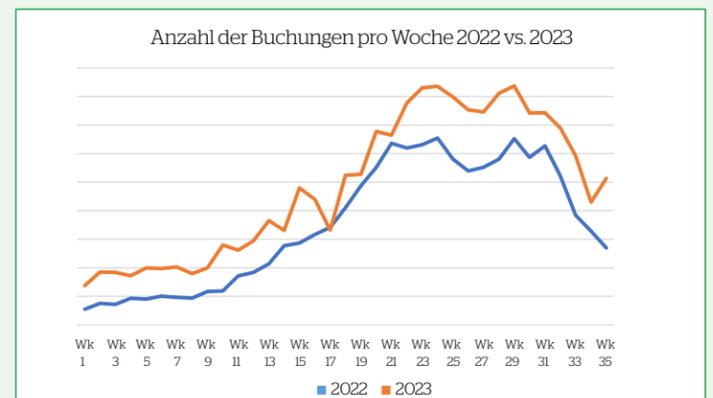


Abbildung 2

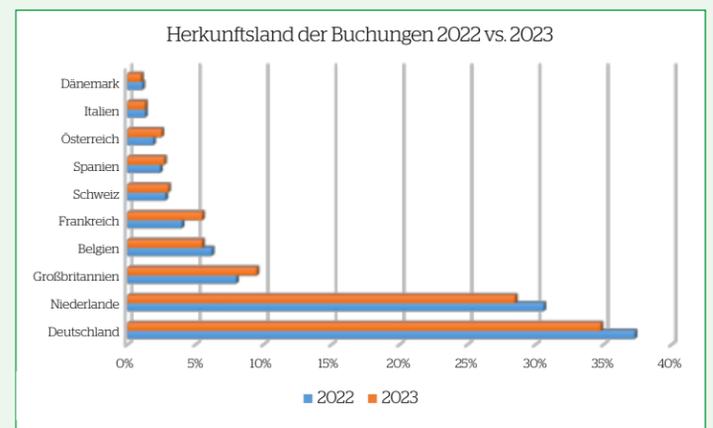
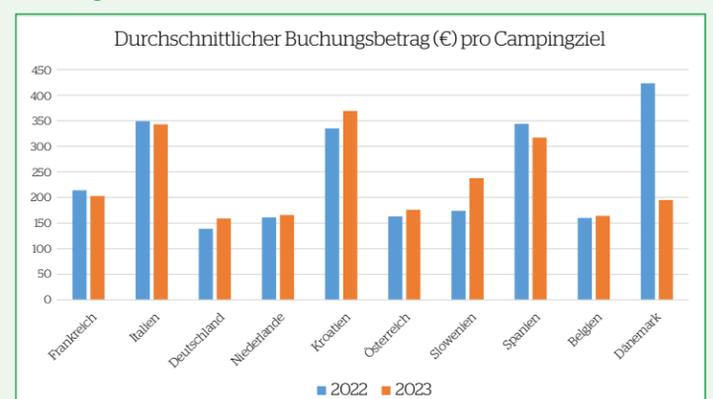


Abbildung 3



Rückläufiger Trend bei der Anzahl

Camping ist allseits beliebt. Nicht nur Menschen mit, sondern auch immer mehr Menschen ohne eigene Campingausrüstung suchen Campingplätze auf. Das führt zu einem immer größeren und vielfältigeren Angebot an Unterkünften auf Campingplätzen. Aber auch die regulären Stellplätze sind oft größer und komfortabler ausgestattet als früher. ACSI hat sich die Zahlen hinter dieser Entwicklung angesehen und stellt eine widersprüchliche Entwicklung fest: Während die Nachfrage nach Stellplätzen steigt, sinkt das Angebot auf den Campingplätzen.

ACSI erfasst jedes Jahr die Daten von fast 10.000 Campingplätzen in ganz Europa. Auf diese Weise ist es möglich, die Entwicklung der Zahl der Stellplätze zu verfolgen (siehe Kasten). Aus den Zahlen geht hervor, dass die durchschnittliche Anzahl der Stellplätze pro Campingplatz sinkt, während die Zahl der Wohnwagen und Wohnmobile steigt. Vor allem in den südlichen Ländern – Kroatien, Italien, Portugal, Ungarn, Slowenien und der Slowakei – ist der Unterschied zwischen 2017 und 2023 beträchtlich. In skandinavischen Ländern und Ländern in Mittel- und Nordwesteuropa zeigt sich ein differenzierteres Bild.

Wachsende Zahl von Campingfahrzeugen

Ein wichtiger Faktor in dieser Situation ist der Verkauf von Wohnmobilen und Wohnwagen. Die European Caravan Federation (ECF) hat errechnet, dass sich im Jahr 2022 in Europa 6,3 Millionen Wohnmobile und Caravans im Besitz von Campern befanden. 2017 waren es noch 5,2 Millionen. In fünf Jahren ist diese Zahl also um 1,1 Millionen gestiegen. Durch die Corona-Pandemie hat sich die Popularität von Campingurlaube noch einmal zusätzlich gesteigert. Die Nachfrage nach Wohnmobilen und Wohnwagen war so groß, dass eine Wartezeit von über einem Jahr zur Normalität wurde.

Faltcaravan als Alternative

Die Zahlen des ECF zeigen, dass diese Zunahme leicht rückläufig ist und auch die Wartezeiten gehen zurück. Dennoch ist der Absatz nach wie vor überdurchschnittlich.

Und nicht nur Wohnwagen und Wohnmobile sind beliebt. Auch Faltcaravans werden immer beliebter. Das liegt an der steigenden Zahl von Elektro-Autos. Für diese Fahrzeuge ist der Faltanhänger eine leichtere Alternative zum Wohnwagen.

Neue Camper

Während Camper mit eigener Campingausrüstung aus nachvollziehbaren Gründen einen freien Platz suchen, gibt es auf dem Markt noch eine weitere Gruppe von Campingurlaubern: Menschen, die die Atmosphäre und die Einrichtungen eines Campingplatzes schätzen, dabei aber mehr Komfort erwarten als traditionelle Camper. Auch diese Kategorie von Campern ist auf dem Vormarsch, und für sie sind Mietunterkünfte eine attraktive Lösung.

Unterkünfte statt Stellplätze

Die Unterkünfte sind oft komplett ausgestattet, sodass Urlauber weniger Dinge von zu Hause mitbringen müssen. Viele der Ferienhäuschen verfügen außerdem über eigene Sanitäranlagen, was sie zusätzlich attraktiv macht. Auf diese Weise erleben die Gäste die Vorteile des Lebens im Freien auf einem Campingplatz, aber mit viel Komfort. So können neue Zielgruppen mit dieser Form von Urlaub in Kontakt kommen und das Campen für sich entdecken. Zahlreiche Campingplätze reagieren darauf, indem sie mehr Unterkünfte anbieten. Mobilheime, Chalets und Bungalows ersetzen zunehmend den traditionellen Stellplatz.



Campern in Unterkünften wie in diesen Weinfässern auf dem Mosel-Islands Campingplatz wird immer beliebter.

Eine längere Saison

Für die Campingplätze hat das Anbieten von Unterkünften einen weiteren Vorteil. Da sie vollständig ausgestattet sind, verlängert sich die Campingsaison. Dank Heizung, Klimaanlage und Einrichtungen wie Indoor-Spielplätzen und Hallenbädern ist Camping jetzt das ganze Jahr über eine attraktive Option. Selbst bei schlechtem Wetter ist die Unterkunft ein komfortables Urlaubsdomizil.

Stellplatz XL

Einerseits sind es also die Unterkünfte, die dazu führen, dass weniger Stellplätze zur Verfügung stehen. Andererseits werden auch die Stellplätze selbst immer größer. Das hat zur Folge, dass ein Campingplatz auf der gleichen Fläche weniger Stellplätze unter-

bringen kann. Die Vergrößerung der Stellplätze hat zwei Gründe: Das mitgeführte mobile Zuhause ist heute oft größer als früher, und die Camper erwarten mehr Privatsphäre und Komfort auf dem Stellplatz. Ein Beispiel dafür sind die privaten Sanitäranlagen, die auf immer mehr Stellplätzen angeboten werden.

Immer mehr Wohnmobile

Auch Wohnmobile werden heute großzügiger gebaut, und diese Gruppe von Campern hat eine Reihe zusätzlicher Wünsche. So ist zum Beispiel die Bodenbeschaffenheit – vorzugsweise hart – wichtig, und auch der Wasserzufluss und -abfluss muss gut organisiert sein. All dies wirkt sich auf die Art und Weise aus, wie der Campingplatz die Stellplätze einteilen kann.

Dilemmas

Infolge dieser Entwicklungen stehen manche Campingplatzbesitzer vor Dilemmas. Auf welche Gruppe von Campern sollen sie sich konzentrieren? Oder kann man einen Campingplatz schaffen, auf dem alle Arten von Campern ihren Platz finden? Einige Betreiber sehen ihre Chance darin, sich für reine Zeltplätze zu entscheiden oder bestimmte Teile des Platzes als „Naturcampingplatz“ einzurichten. Denn auch die Rückbesinnung auf das Naturerlebnis, das sogenannte Back-to-Basic-Campen, ist ein Trend. Was der eine Campingplatzbetreiber als Bedrohung oder Problem ansieht, kann ein anderer als willkommene Wachstumschance begreifen.



Auch auf dem norwegischen Lone Campingplatz A/S sind Unterkünfte und Stellplätze in Kombination vorhanden.

der Stellplätze pro Campingplatz

Die Entwicklung in graphischer Darstellung

Die angefügten Grafiken vermitteln einen guten Überblick über die Entwicklungen in diesem Sektor. Auf der einen Seite ist zu erkennen, dass die Zahl der Campingplätze zunimmt, während auf der anderen Seite die durchschnittliche Zahl der Stellplätze pro Campingplatz abnimmt. Aufgeschlüsselt nach Ländern werden die Unterschiede noch deutlicher.

Abbildung 1 zeigt die Entwicklung der Zahl der neu verkauften Wohnwagen und Wohnmobile (Quelle: ECF). Dabei handelt es sich um die Zahl der Neuwagen, die zu der bereits bestehenden Zahl der Campingfahrzeuge hinzukommen. Dies bedeutet, dass die Gesamtzahl weiter zunimmt. Die ECF hat kürzlich berechnet, dass die Zahl der Wohnwagen und Wohnmobile in Europa zwischen 2017 und 2022 um 1,1 Millionen Einheiten zugenommen hat.

Es ist davon auszugehen, dass Campingfreunde einen neuen Wohnwagen oder ein neues Reisemobil nicht für den einmaligen Gebrauch kaufen. Darüber hinaus gibt es auch einen Markt für gebrauchte Modelle, und auch Mietplattformen machen gute Geschäfte. Die Nachfrage nach freien Stellplätzen auf Campingplätzen wird daher in den kommenden Jahren weiter steigen.

Abbildung 2 zeigt, dass das Angebot nicht darauf reagiert. Die Daten in dieser Grafik stammen aus der ACSI-Datenbank für Campingplätze. Im Vergleich zu 2013 ist die durchschnittliche Anzahl der Stellplätze pro Campingplatz sogar deutlich niedriger. In den letzten Jahren scheint sich eine Art Stabilisierung abzuzeichnen, aber das Niveau von 2013

bis 2015 ist noch lange nicht erreicht.

Abbildung 3 zeigt die gleiche Entwicklung, allerdings aufgeschlüsselt nach Ländern. Es zeigen sich die Unterschiede innerhalb des europäischen Kontinents. Und obwohl es nur wenige Länder gibt, in denen die durchschnittliche Zahl der Stellplätze im Jahr 2023 höher liegt als 2013, scheint der Rückgang in bestimmten Teilen Europas größer zu sein als in anderen. In süd- und mitteleuropäischen Ländern wie Kroatien, Italien, Slowenien und Portugal ist der Rückgang besonders stark. Nördlich gelegene Länder wie Belgien, Dänemark und Deutschland zeigen ein stabileres Bild.

Ein Grund für den Rückgang der Zahl der Stellplätze ist die Tatsache, dass die Campingplätze zunehmend Flächen für Mietunterkünfte reservieren. Dies lässt sich damit erklären, dass die Nachfrage nach diesen Unterkünften steigt und die Gewinnspannen höher sind. Andererseits bedeutet das, dass Campingplatzbesucher, die einen regulären Stellplatz suchen, zunehmend mit einer schwierigen Situation konfrontiert werden.

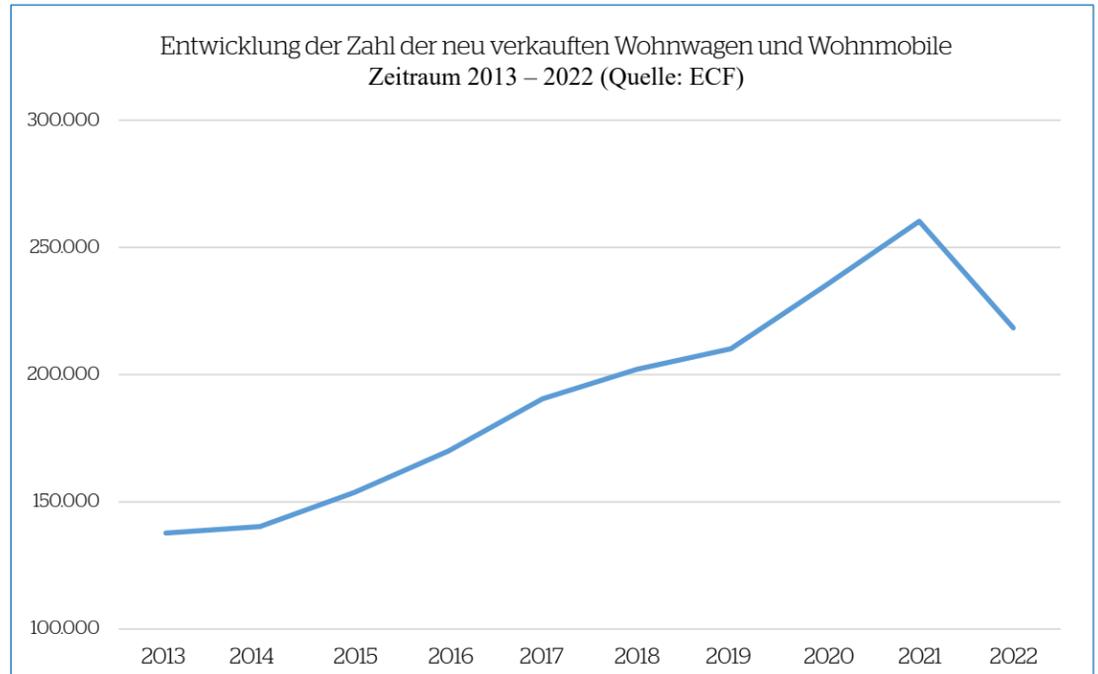


Abbildung 1

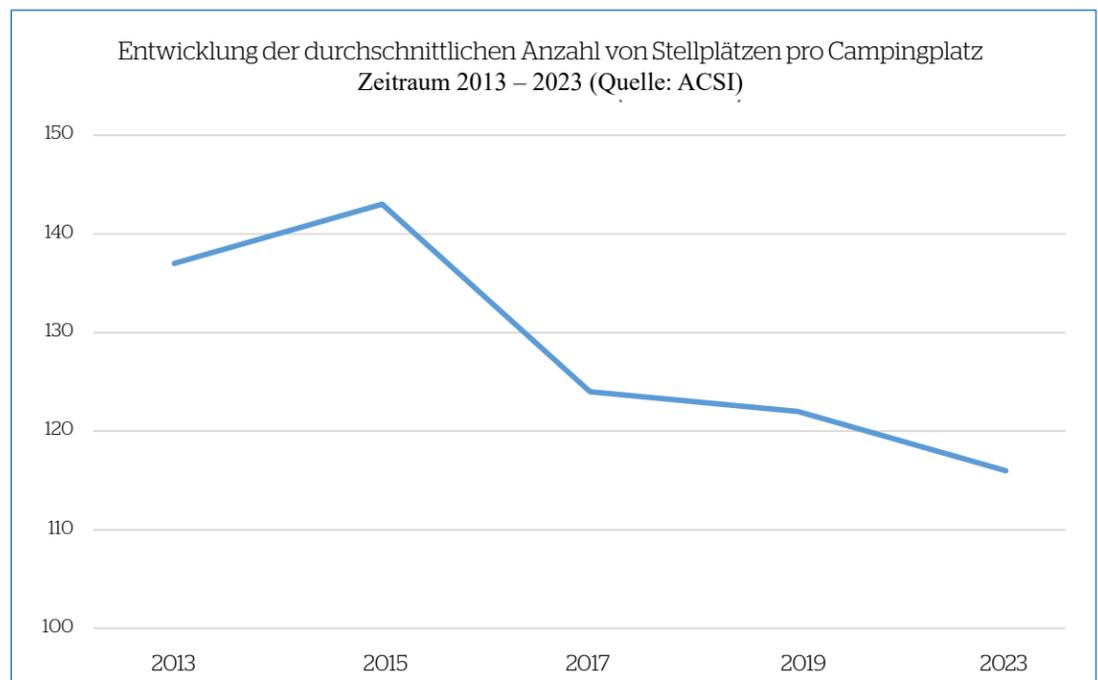


Abbildung 2



Der Ferienpark Perisee ist hauptsächlich auf Reisemobile ausgerichtet.

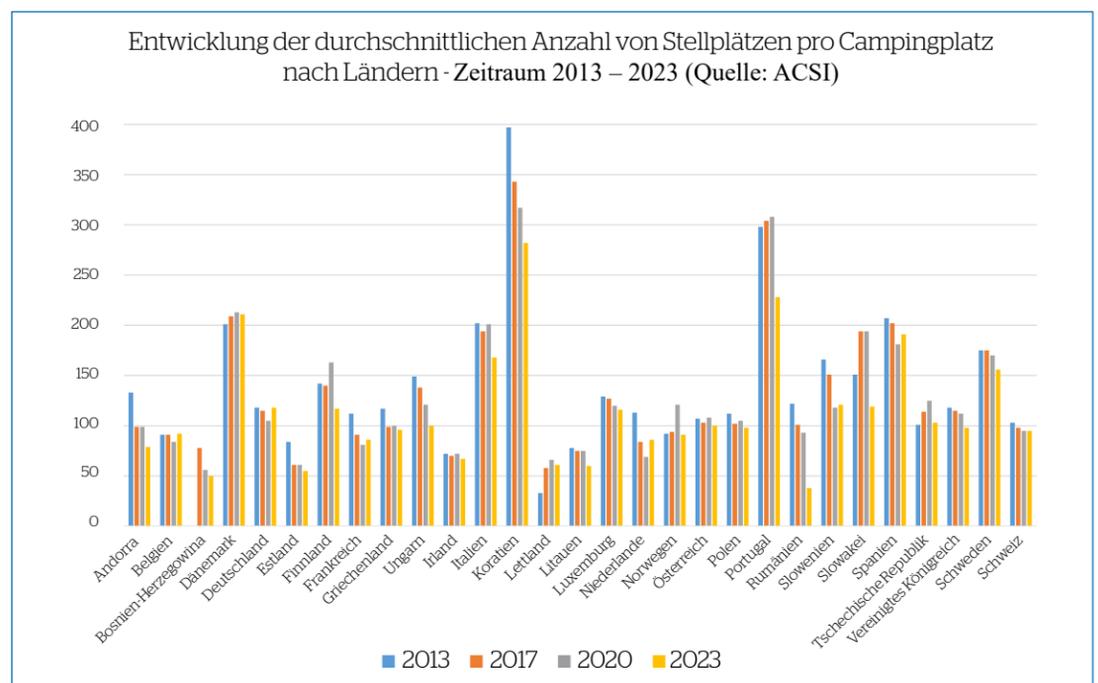


Abbildung 3

Camper können bis zum 15. Januar 2024 abstimmen

ACSI Awards rücken Campingplätze

Die ACSI Awards sind aus der Campingwelt nicht mehr wegzudenken. Im Jahr 2024 wird ACSI diese begehrte Auszeichnung zum dritten Mal vergeben. Seit dem 15. September sind die digitalen Wahlurnen geöffnet: Camper aus ganz Europa können bis zum 15. Januar in verschiedenen Kategorien für ihren Lieblingscampingplatz stimmen. Die ACSI Awards sind für Campingplätze eine hervorragende Gelegenheit, Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen.

Camper und Camperinnen können ihre Stimmen in neun verschiedenen Kategorien abgeben, beispielsweise in der Kategorie „Schönstes Campingplatz-Schwimmbad“, „Bestes Campingplatz-Restaurant“ oder „Schönster Campingplatz für Kinder“. Neu sind in diesem Jahr die Kategorien „Bester Fahrradcampingplatz“ und „Bester Wandercampingplatz“. Darüber hinaus werden auch ACSI Awards für die Gesamtwertungen „Bester Campingplatz“ und „Bester Campingplatz in der Sparte Klein & Fein“ verliehen. Pro Campingplatz können Camper bis zu drei Kategorien angeben, in denen der Platz ihrer Meinung nach hervorsteht.

Vorteile für Campingplätze

Die Auszeichnung mit einem ACSI Award bringt einem Campingplatz zahlreiche Vorteile. Zunächst einmal ist es eine große Ehre. Schließlich sind es die Camper, die entscheiden, wer gewinnt. Ein ACSI Award bedeutet eine Anerkennung durch die Gäste und ist eine erstklassige Möglichkeit zu zeigen, dass Camper ihren Urlaub auf diesem Platz genießen.

Darüber hinaus ist ein Campingplatz mit Auszeichnung auf den ACSI-Websites und in den ACSI-Apps besser sichtbar. Er fällt Campern bei der Suche sofort ins Auge. Auf der Campingplatz-Seite erscheint ein spezielles Symbol, an dem Besucher direkt erkennen, dass es sich um einen preisgekrönten Campingplatz handelt. Zudem sind die Gewinner der ACSI Awards mithilfe eines eigenen Suchfilters leicht zu finden.

Campingplätze, die einen Award gewonnen haben, werden in verschiedenen Kommunikationskanälen von ACSI ausdrücklich erwähnt. So erscheint ein Artikel in der Zeitschrift ACSI FreeLife, dem führenden Campingmagazin in den Niederlanden. Auf einer eigenen Website, die über die Online-Kanäle von ACSI aktiv beworben wird, werden außerdem alle Gewinner aufgeführt.



Award aus Kristallglas und Urkunde

Die Gewinner erhalten einen attraktiven ACSI Award aus Kristallglas und eine Urkunde. Beide Auszeichnungen können an der Rezeption des Campingplatzes mit verdientem Stolz präsentiert werden. Auf diese Weise ist für Besucher sofort erkennbar, dass dieser Campingplatz ein angesehenen ACSI-Award-Gewinner ist.

Ein Werbepaket zur Stimmenwerbung

Ein wichtiger Faktor in der Abstimmungsphase ist es, die Camper zur Abgabe ihrer Stimme zu motivieren. Um Campingplätze dabei zu unterstützen, hat ACSI vor Kurzem ein kostenloses Werbepaket an die Campingplatzbesitzer verschickt. Das Werbepaket enthält unter anderem ein Banner für die Website, einen Post und ein Video, die in den sozialen Medien geteilt werden können, sowie einen Flyer zur Auslage an der Rezeption. Mithilfe des nachstehenden QR-Codes kann das Werbepaket heruntergeladen werden.



Camper können vom 15. September 2023 bis zum 15. Januar 2024 unter [acsi.eu/awards](https://www.acsi.eu/awards) abstimmen. Die Gewinner werden im Mai 2024 bekannt gegeben.

Das sind die Kategorien der ACSI Awards 2024

Im Jahr 2024 werden ACSI Awards in den folgenden Kategorien vergeben. In den ersten beiden Kategorien wird pro Land derjenige Campingplatz ausgezeichnet, der insgesamt die höchste Anzahl an Stimmen erhalten hat. Bei den übrigen neun Kategorien ist die Zahl der Stimmen ausschlaggebend, die der Campingplatz speziell in der jeweiligen Kategorie erzielen konnte.

-  **Bester Campingplatz**
Campingplatz mit der höchsten Anzahl an Stimmen in einem Land.
-  **Bester Campingplatz in der Sparte Klein & Fein**
Kleiner Campingplatz (max. 50 Touristikplätze), der Ruhe in der Natur bietet.
-  **Schönster Campingplatz für Kinder**
Wegen der tollen Spielmöglichkeiten und der fantastischen Animation erleben Kinder auf diesem Campingplatz einen wunderbaren Urlaub.
-  **Bestes Campingplatz-Schwimmbad**
Auf diesem Campingplatz sind treue Vierbeiner ganz herzlich willkommen. Hier hat auch der Hund Urlaub.
-  **Bester Fahrradcampingplatz**
Von diesem Campingplatz aus lässt sich die Umgebung wunderbar mit dem Fahrrad erkunden.
-  **Beste Wohnmobilstellplätze**
Dieser Campingplatz bietet Wohnmobilurlaubern alles, was sie sich wünschen. Die Stellplätze sind ausgezeichnet und alle Einrichtungen befinden sich in Reichweite.
-  **Hundefreundlichster Campingplatz**
Auf diesem Campingplatz sind treue Vierbeiner ganz herzlich willkommen. Hier hat auch der Hund Urlaub.
-  **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!
-  **Bestes Campingplatz-Restaurant**
Hier werden die Gäste im Campingplatz-Restaurant hervorragend bewirtet. Das Essen ist köstlich und der Service ist super.
-  **Campingplatz mit den besten Sanitäranlagen**
Die Sanitäranlagen auf diesem Campingplatz sind wirklich hervorragend: alles ist sauber und modern.
-  **Bester Wandercampingplatz**
Camper bringen ihre Wanderschuhe mit hierher, um herrliche Wanderungen zu unternehmen.

auch 2024 wieder ins Scheinwerferlicht

Rückblick: Das ACSI Awards Event im spanischen Altea

Die meisten ACSI Awards und Urkunden werden von den ACSI-Inspektoren überreicht. Aber ACSI-CEO Ramon van Reine lässt es sich nicht nehmen, jedes Jahr einige der Auszeichnungen selbst zu übergeben. Diesmal reiste er zusammen mit Business Developer Frank Jacobs nach Spanien, in die Stadt Altea, um den spanischen und portugiesischen Gewinnern ihre ACSI Awards persönlich zu überreichen. Die festliche Preisverleihung fand am 23. Mai statt. Alle Campingplatzbesitzer aus Spanien und Portugal, die einen ACSI Award oder eine ehrenvolle Erwähnung erhalten hatten, waren eingeladen. Trotz ununterbrochenen Regens war es eine gelungene Veranstaltung mit verschiedenen Präsentationen, einem ausgiebigen Mittagessen, einer festlichen Zeremonie und einem Abschlussdrink in geselliger Runde.



1. Ehrenvolle Erwähnungen Spanien - 2. Alejandro Gimenez und Ana Giménez vom Playa Montroig Camping Resort zusammen mit Ramon und Sabine van Reine - 3. Ralph Heinze, Naomi Rigterink und Frank Jacobs - 4. Präsentation Ramon van Reine
5. Anwesende Gewinner von Awards und ehrenvollen Erwähnungen aus Portugal - 6. Naomi Rigterink, Accountmanager Sales - 7. Pieter Melleste, Manager Touroperating

Aufbau einer starken

Font präsentiert Wissenswertes zu Nachhaltigkeit, Belegungsraten und Kundenbindung

Nachhaltigkeit, der Belegungsgrad in der Nebensaison und die Bindung von Campinggästen: Das sind aktuelle Themen für viele Campingplatzbetreiber. Wie lassen sich diese Themen am besten angehen und in die Unternehmenspolitik und das Marketing eines Campingplatzes integrieren? ACSI sprach darüber mit Dr. Xavier Font, Professor für Nachhaltigkeitsmarketing an der University of Surrey und Chefredakteur des Journal of Sustainable Tourism. Als Experte auf diesem Gebiet gibt er wertvolle Tipps.

Nachhaltigkeit: Die Kraft des ehrlichen Marketings

In der heutigen Gesellschaft spielen gesellschaftliche Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle. Auch für das zukünftige Image des Campingsektors sind diese Themen von großer Bedeutung. Das sieht auch Font so, warnt aber vor Greenwashing, also davor, Umweltbewusstsein bzw. soziale Verantwortung nur vorzutäuschen. „Darauf fallen die Menschen heutzutage nicht mehr herein, im Gegenteil, geheuchelt Engagement kommt wie ein Bumerang zurück“, betont Font. Ehrlich währt am längsten. „Nachhaltigkeit ist mehr als nur Reden. Es geht um Taten, und das Schlüsselwort dafür ist

Authentizität. Die Gäste erwarten von einem Unternehmen echte und aufrichtige Bemühungen. Natürlich können Sie als Campingplatzbetreiber Nachhaltigkeitsinitiativen aufgreifen und in Ihr Marketing integrieren. Aber tun Sie das nur, wenn Sie wirklich etwas zum Positiven verändern wollen.“

„Jeder Campingplatz ist natürlich einzigartig“, gibt Font zu bedenken. „Er befindet sich in einer bestimmten Region mit den dazugehörigen Möglichkeiten und Chancen. Auch die Zielgruppe kann von Campingplatz zu Campingplatz unterschiedlich sein. Sie müssen also individuell entscheiden, welche Initiativen am besten zu

Ihnen passen und realisierbar sind.“

Wenn Campingplätze die Tipps beherzigen und Beispiele wie diese umsetzen, haben sie laut Font eine authentische und wirkungsvolle Möglichkeit, das Thema Nachhaltigkeit in ihren Betrieb und ihre Kommunikation mit den Campern zu integrieren. „Das hat nicht nur positive Auswirkungen auf die Umwelt, sondern auch auf den Ruf und die Kundenloyalität. Die Integration von Nachhaltigkeit und die Stärkung der Kundenbeziehungen ist ein dynamischer Prozess, der Anpassungsfähigkeit und Flexibilität erfordert“, so Font abschließend.



Auf einem lokalen Markt lernen Camper die Produkte der Region kennen.

Tipps zur Nachhaltigkeit

• Transparenz:

Kommunizieren Sie offen und ehrlich, was Sie im Bereich Nachhaltigkeit tun und was Sie bereits erreicht haben. Dabei dürfen Sie ruhig auch Bereiche benennen, in denen Sie noch Raum für Verbesserungen sehen.

Beispiel: In Ihrem Newsletter, den sozialen Medien oder auf Ihrer Website können Sie regelmäßig über die Fortschritte der gesetzten Nachhaltigkeitszielen informieren. Diese Ziele können sich auf die Reduzierung des Energieverbrauchs, die Abfallvermeidung oder andere Initiativen beziehen. Zeigen Sie, wie die Dinge laufen und was Sie künftig verbessern wollen.

• Wissensvermittlung:

Schaffen Sie ein Bewusstsein für die auf dem Campingplatz bestehenden Nachhaltigkeitsinitiativen. Sowohl bei Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern als auch bei den Gästen. Die Vermittlung von Wissen kann zu einer positiven Verhaltensänderung führen.

Beispiel: Nehmen Sie pädagogische Aktivitäten in die Kinderanimation auf. Widmen Sie einige

Animationsaktivitäten zum Beispiel Themen wie Recycling, Naturschutz und der Bedeutung einer sauberen Umwelt.

• **Kooperation:** Arbeiten Sie mit der lokalen Bevölkerung, mit regionalen Lieferanten und anderen Betrieben zusammen, um Nachhaltigkeitsziele gemeinsam zu erreichen. Dies stärkt nicht nur Ihre Nachhaltigkeitsbemühungen, sondern erhöht auch das Engagement der Menschen vor Ort.

Beispiel: Arbeiten Sie mit lokalen Künstlern zusammen, um Kunstwerke aus recycelten Materialien zu schaffen und diese auf dem Campingplatz auszustellen. Das ist nicht nur kreativ, sondern unterstreicht auch die Bedeutung des Recyclings. Oder organisieren Sie lokale Märkte auf dem Campingplatz und machen Sie die Camper mit frischen Produkten aus der Region bekannt. Damit unterstützen Sie die Wirtschaft vor Ort und stärken gleichzeitig das Gemeinschaftsgefühl.

Gästebindung: Schaffen Sie Loyalität und einzigartige Erlebnisse

Einer der Gründe, Nachhaltigkeit anzustreben und die Nebensaison attraktiver zu machen, besteht darin, Camper an sich zu binden und zu wiederholten Besuchen zu animieren. Bindung von Campinggästen oder auch camper retention ist der Fachbegriff, den Font dafür verwendet. „Sie möchten natürlich, dass Ihr Campingplatz ein positives Image

hat und dass sich die Gäste mit dem Campingplatz verbunden fühlen. Wenn dies der Fall ist, ist es auch wahrscheinlicher, dass die Gäste immer wiederkommen und den Campingplatz weiterempfehlen. Um dies zu erreichen, ist es wichtig, über konventionelle Strategien hinauszugehen und einzigartige, unvergessliche Erlebnisse zu schaffen.“



Wenn Camper sich erst einmal mit dem Campingplatz und der Region verbunden fühlen, neigen sie dazu, öfter wiederkommen.

Marketingstrategie

Tipps zur Steigerung der Auslastung in der Nebensaison

• Saisonbedingter

Preisnachlass: Ein Klassiker, der immer noch funktioniert. Attraktive Ermäßigungen können Camper dazu bewegen, außerhalb der Hauptreisezeit zu buchen. In dieser Hinsicht ist die CampingCard ACSI eines der beliebtesten Ermäßigungssysteme – sowohl bei Campern als auch bei Campingplätzen.

• Arrangements: Stellen Sie Paketangebote zusammen, die den Interessen der Camper entsprechen. Die Nebensaison

ist dafür ideal. Die Gegend ist weniger überlaufen und auf dem Campingplatz haben Sie mehr Zeit für die Organisation. Denken Sie zum Beispiel an spezielle Rad- oder Wanderurlaube, Wellnesspakete oder kulinarische Erlebnisse vor Ort. Kombinieren Sie das Angebot mit Elementen wie Transport, Verpflegung, Aktivitäten und Unterhaltung, mit dem Ziel das Gesamterlebnis für die Gäste zu bereichern.

• Bereichernde Aktivitäten: Dieser Punkt schließt inhalt-

lich an die Pauschalangebote an. Sie können beispielsweise Workshops, Vorträge oder Touren organisieren, die die Kultur und Natur der Region thematisieren. Dies kann Gäste motivieren, außerhalb der Saison zu buchen, um einzigartige Erfahrungen zu sammeln, die nur zu dieser Zeit möglich sind. Beispiele hierfür sind jahreszeitliche Aktivitäten wie die Suche nach bestimmten Blumen oder im Herbst von Blättern "Schneeengel basteln. Solche Unternehmungen machen nicht nur Spaß, sondern wecken

auch Emotionen bei den Gästen. So ist die Atmosphäre im Winter eine andere als im Sommer und ermöglicht Erlebnisse, die im Sommer nicht möglich sind. Während die Sommertage wie im Flug vergehen, können die Gäste im Winter kleine Freuden genießen, wie z.B. gemütliches Lesen am Kaminfeuer mit einer heißen Tasse Kaffee oder Tee. Für Campingplatzbetreiber ist es eine Herausforderung, ihre Fotos und Kommunikation an diese Veränderungen anzupassen.



Dr. Xavier Font ist Professor an der University of Surrey sowie Experte für Nachhaltigkeitsmarketing und Kundenerlebnisse. Er ist einer der meistpublizierten Experten für nachhaltigen Tourismus und hat verschiedene EU-Ausschüsse, VisitEngland, Fáilte Ireland, den World Wildlife Fund for Nature und die Travel Foundation zu diesem Thema beraten. Kürzlich war Font bei ACSI zu Gast und hat einen Vortrag zu seinem Fachgebiet gehalten.

Auslastung in der Nebensaison: Spiel mit den Jahreszeiten

Ein zweiter Aspekt, den Font häufig anspricht, ist die Steigerung des Belegungsgrads in der Nebensaison. Hier sind Ermäßigungssysteme wie die CampingCard ACSI ein wichtiges Instrument, um Camper auch außerhalb der Hochsaison auf den Campingplatz zu locken. Aber Campingplätze können noch mehr tun, um auch in der Nebensaison attraktiv zu sein. Font betont, dass unterschiedliche Jahreszeiten auch unterschiedliche Arten von Campern anziehen.

„Nebensaison-Camper sind nicht dieselbe wie Hauptsaison-Camper, die einfach nur weniger bezahlen möchten. Im Gegenteil! Sie kommen oft, um etwas Spezielles zu erleben, was nur in einer bestimmten Zeit des Jahres möglich sind.“ Font veranschaulicht dies an einem Beispiel, dem er auf Campingplatz-Websites häu-

fig begegnet. „Dort werden oft sonnige Bilder von Menschen in Badekleidung an einem Pool gezeigt. Unbeabsichtigt wird dadurch eine Saisonalität erzeugt. Der Website-Besucher erhält ungewollt die Botschaft ‚Komm im Oktober lieber nicht hierher‘.“

„Es ist wichtig, dass die visuellen Inhalte auf der Website der Jahreszeit entsprechen.“ Deshalb rät Font, die Fotos regelmäßig anzupassen. „Im Idealfall lässt sich ein Campingplatz mit einem Garten vergleichen: Wenn man ihn zu jeder Jahreszeit genießen möchte, pflanzt man Blumen, die zu verschiedenen Zeiten blühen. So gibt es immer etwas Schönes zu sehen.“

Auch hier gilt: Jeder Campingplatz ist einzigartig und kann nur selbst entscheiden, was für die jeweilige Situation am besten geeignet ist. „Einfach ausprobieren“, rät Font. „Die Nebensaison ist dafür ideal. Indem Sie expe-

perimentieren, lernen Sie eine Menge dazu. Betrachten Sie die Nebensaison als eine Chance, den Charakter und die Vielseitigkeit des Campingplatzes für sich zu

nutzen. Zeigen Sie Ihren Gästen, was sie vor Ort unternehmen, sehen, erleben und fühlen können.“ Es geht also nicht nur darum, den Belegungsgrad zu

erhöhen. „Sie erhöhen dadurch auch die Identifikation mit Ihrem Campingplatz und die Loyalität Ihrer Gäste, unabhängig von der Jahreszeit“, erklärt Font.



Die Nebensaison ermöglicht besondere Erlebnisse wie Camping im Schnee.

Tipps zur Bindung von Campinggästen

• Treueprogramme: Die Entwicklung von Programmen, die wiederkehrenden Gästen exklusive Vorteile bieten, kann ein wirksamer Ansatz sein. Dazu können Sonderpreise, kostenlose Upgrades oder der exklusive Zugang zu bestimmten Einrichtungen gehören. Belohnen Sie beispielsweise die treuesten Gäste mit der Möglichkeit, ein weiteres Paar einzuladen. Gäste Ihrer Gäste können zu neuen treuen Kunden werden. Oder bieten Sie den Gästen, die den Campingplatz am häufigsten besuchen, als Zeichen der Wertschätzung einen verlängerten Aufenthalt an.

• Persönliche Bindung: Starke Beziehungen entstehen durch echtes Interesse an den individuellen Bedürfnissen der Gäste. Schicken Sie treuen Gästen eine Überraschung zum Geburtstag oder zu einem Jubiläum. Oder gehen Sie aktiv auf die Camper zu und sammeln Sie Feedback, um den Campingplatz zu verbessern. So fühlen sich Gäste besonders wertgeschätzt.

• Inklusion und Vielfalt: Überwinden Sie Stereotypen und schaffen Sie einen einladenden Campingplatz für Gäste mit unterschiedlichem Hintergrund. Stellen Sie zum Beispiel

sicher, dass der Campingplatz barrierefrei ist und fördern Sie Gleichberechtigung und Diversität. Sorgen Sie dafür, dass sich jeder auf dem Campingplatz willkommen fühlt. Das ist nicht nur eine Frage der Ethik, sondern bietet auch geschäftliche Chancen. Immer mehr Betriebe, die auf Vielfalt setzen, verzeichnen ein deutliches Wachstum.

• Einzigartige Erlebnisse: Die Schaffung einzigartiger Erlebnisse spielt ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Bindung von Campinggästen. Gerade diese Erlebnisse sind es, die Menschen dazu bewegen,

wiederzukommen und ihren Freunden, Bekannten sowie anderen Campern Ihren Platz zu empfehlen. Es kann sich also durchaus lohnen, Themenabende, Outdoor-Abenteuer oder lokale Kulturveranstaltungen zu organisieren. Kommunizieren Sie darüber und lassen Sie die Gäste wissen, was sie erwartet. Auch das Angebot von Aktivitäten-Gutscheinen, die beim nächsten Besuch eingelöst werden können, kann die Treue der Camper und ihre Verbundenheit mit Ihrem Campingplatz erhöhen.



Das ACSI Sales-Team stellt sich vor

Treibende Kraft einer Organisation sind die Menschen, die die Arbeit machen. Bei ACSI ist das nicht anders. In dieser Ausgabe steht das ACSI Sales-Team im Mittelpunkt. Dieses engagierte Team begnügt sich nicht mit Zahlen und Ergebnissen. Die Abteilung bildet das Fundament für dauerhafte Beziehungen zu Campingplatzbetreibern, Campingplatzketten und Agenturen. Jeder Sales-Mitarbeiter ist für ein bestimmtes europäisches Land oder mehrere Länder zuständig.

Name Sales-Mitarbeiter/-in	Zuständig für:
Anja Kierzek	Retail
Aris-Jan Bos	Niederlande
Donovan Herman	Frankreich
Gianluca Sartori	Italien
Hanneke Eppink	Koordination Retail
Jeannette Kasberg	Großbritannien, Irland, Albanien, Montenegro, Estland, Lettland, Litauen, Slowakei, Bosnien und Herzegowina, Griechenland
Maarten Brugge	Frankreich
Margriet Harteman	ACSI FreeLife
Naomi Rigterink	Frankreich, Spanien, Portugal
Robin Schrier	Niederlande, Belgien, Luxemburg
Sandra Huizenga	Italien



Dilek Özcan (34)

Zuständig für: Österreich, Estland, Lettland, Litauen, Polen, Slowakei, Tschechien

Wie lange arbeiten Sie schon bei ACSI?

Ich arbeite jetzt seit drei Monaten bei ACSI. Ich war hier allerdings auch früher schon im Sales-Bereich tätig.

Warum sind Sie zu ACSI zurückgekehrt?

Ich arbeite einfach sehr gerne hier. Am Arbeitsplatz herrscht eine freundliche Atmosphäre und es macht Spaß, mit den Kollegen zusammenzuarbeiten. Aber was für mich wirklich den Unterschied macht, ist die Herausforderung, die meine Stelle kennzeichnet. Sie motiviert

mich und ich lerne jeden Tag etwas Neues. Es ist einfach ein großartiger Ort zum Arbeiten!

Was gefällt Ihnen am meisten an Ihrer Aufgabe bei ACSI?

Was mir am meisten gefällt, ist die persönliche Verantwortung, die ich für die mir zugewiesenen Bereiche habe.

Bevorzugtes Urlaubsziel:

Überall da, wo die Sonne scheint.

Was wäre Ihre oberste Priorität, wenn Sie Ihren eigenen Campingplatz hätten?

Die Verwendung der Camping Comfort-App!



Hubertus Seyffardt (66)

Zuständig für: Deutschland, die Schweiz, Ungarn und Rumänien

Wie lange arbeiten Sie schon bei ACSI?

Seit 2004

Was war der Grund, weswegen Sie bei ACSI angefangen haben?

Mich hat die Möglichkeit gereizt, auf dem deutschsprachigen Markt zu arbeiten und Geschäftsbeziehungen aufzubauen. Zu meinen Aufgaben gehören Pressearbeit, Marketing, Vertrieb und vor allem die Einführung von Suncamp und der CampingCard ACSI. Ich repräsentiere das Unternehmen auf Messen, suche

für ACSI nach neuen Absatzmöglichkeiten und überzeugten Partnern, insbesondere für die CampingCard ACSI. Auf der B2B-Ebene kümmere ich mich um Campingplätze und Campingplatzketten, auf der B2C-Ebene um den Kundenservice. Außerdem übernehme ich Übersetzungen in die deutsche Sprache.

Was gefällt Ihnen am meisten an Ihrer Aufgabe bei ACSI?

Die Möglichkeit, ein wachsendes Unternehmen beim Aufbau eines Marktes auf allen Ebenen zu unterstützen. Es verschafft mir große Genugtuung, die Herausforderung anzunehmen und den ehemaligen Marktführer erfolgreich zu übertreffen.

Was ist Ihre bevorzugte Art zu campen?

In einem Mobilheim.

Was ist der ungewöhnlichste Gegenstand, den Sie auf einer Campingreise immer dabei haben?

Ich persönlich nehme keine ausgefallenen Gegenstände mit, aber ich erinnere mich an eine Begegnung mit einer 80-jährigen Frau, die ganz alleine mit einem Dachzelt auf einem alten DAF in der Nähe des Plattensees in Ungarn unterwegs war. Als ich sie fragte, ob sie sich keine Gedanken um ihre Sicherheit mache, antwortete sie mit einem Lächeln: „Warum sollte ich mir Sorgen machen? Das ist Rock'n'Roll!“ Das zeigt, wie abenteuerlustig und positiv Menschen, egal welchen Alters, während eines Campingtrips sein können.

Bevorzugtes Urlaubsziel:

Spanien, die Ostsee, Ungarn und Italien.

Zuständig für: Prozessmanager Sales und die Länder Deutschland, Schweiz, Kroatien, Slowenien und Skandinavien

Wie lange arbeiten Sie schon bei ACSI?

Seit 8,5 Jahren.

Was war der Grund, weswegen Sie bei ACSI angefangen haben?

Ich kann bei ACSI all meine Kenntnisse und Erfahrungen einbringen. Deutsch aus meiner Zeit als Lehrer, kaufmännisches Wissen und Tourismus aus meiner Zeit in Indonesien.

Was gefällt Ihnen am meisten an Ihrer Aufgabe bei ACSI?

Die Vielseitigkeit, die diese mit sich bringt. Das reicht von der aktiven Beschäftigung mit kaufmännischen Aspekten über die sorgfältige Verwaltung von Geschäftskontakten und meine Rolle als Berater bis hin zur Pflege von Kontakten mit Campingplatzbetreibern.

Bevorzugtes Urlaubsziel:

Indonesien. Dort habe ich auch eine Weile gelebt.



Vincent Smit (57)

Was wäre Ihre oberste Priorität, wenn Sie Ihren eigenen Campingplatz hätten?

Ein wichtiges Merkmal meines Campingplatzes wäre die vollständige Digitalisierung des Check-in-Prozesses, um einen effizienten und zeitgemäßen Empfang der Gäste zu gewährleisten. Außerdem würde ich eine attraktive Glamping-Atmosphäre schaffen und eine Kaffee-Ecke einrichten, in der sich die Gäste entspannen und wohlfühlen können.



Saskia Machielse (44)

Zuständig für: Benelux und Teamleiterin Sales

Wie lange arbeiten Sie schon bei ACSI?

Seit Mai 2022

Was war der Grund, weswegen Sie bei ACSI angefangen haben?

Meine erste Stelle bei ACSI vereinte alles, was mich begeistert: Camping, Frankreich und Sales. Inzwischen habe ich neue Aufgaben in der Organisation, ich unterstütze jetzt das Team als Teamleiterin, aber der Spaß an der Arbeit ist ungebrochen.

Was gefällt Ihnen am meisten an Ihrer Aufgabe bei ACSI?

Es gibt nichts Schöneres, als den ganzen Tag mit Urlaub, Sonne und Campingplätzen zu verbringen. Der Kundenkontakt macht nach wie vor riesigen

Spaß und ist sehr abwechslungsreich. Das Team arbeitet gut zusammen, die Kolleginnen und Kollegen unterstützen sich gegenseitig. Es ist ein sehr engagiertes, gut gelauntes und intelligentes Team, das großartige Arbeit leistet.

Was ist Ihre bevorzugte Art zu campen?

Momentan übernachten wir wegen unserer kleinen Kinder in einem Mobilheim oder einem Safarizelt. Aber wir sind jetzt bereit für die nächste Phase: unseren eigenen Faltcaravan oder Wohnwagen. Das ist für mich das echte Campinggefühl. Ganz abgesehen davon, dass es wesentlich preiswerter ist.

Was ist der ungewöhnlichste Gegenstand, den Sie auf einer Campingreise immer dabei haben?

Das Deryan-Reisebettchen, in dem unser Jüngster schlief, hat immer die Aufmerksamkeit der Leute auf

sich gezogen. Und das ist gut nachvollziehbar, denn es hat sich als äußerst praktisch erwiesen. Außerdem vergesse ich nie, eine Art Talisman-Schmuck für eine sichere Reise mitzunehmen.

Bevorzugtes Urlaubsziel:

Definitiv Frankreich. Dass ich fließend Französisch spreche, ist dabei von großem Vorteil. Das Land fühlt sich für mich wie Heimat an. Aber auch Skandinavien und Schottland stehen ganz oben auf der Wunschliste.

Was wäre Ihre oberste Priorität, wenn Sie Ihren eigenen Campingplatz hätten?

Der Kontakt mit den Kunden ist entscheidend. Eine gute Organisation zieht Stammkunden an, und der persönliche Kontakt führt zu Empfehlungen. Es ist harte Arbeit, daher Chapeau an alle Campingplatzbetreiber!

CampingCard ACSI erneuert

Einführung von digitaler Version und scanbarem QR-Code ab 2024

Ab Januar 2024 nimmt ACSI einige Neuerungen an seinem beliebten Ermäßigungssystem CampingCard ACSI vor. Die beiden auffälligsten Veränderungen sind die Einführung einer digitalen Version der CampingCard ACSI und die Ergänzung eines QR-Codes sowohl auf der digitalen Version als auch auf der Papierkarte. Das Einchecken an der Rezeption wird dadurch stark beschleunigt.

Ein Wunsch der Camper

Als Mitarbeiterin im Produktmarketing war Ilse Maas maßgeblich an der Entwicklung beteiligt. „Die Camper fragen uns schon seit Längerem nach einer digitalen Version der CampingCard ACSI. Zum einen, weil diese dem Anspruch der Nachhaltigkeit besser gerecht wird, aber auch aus praktischen Gründen. Sie suchen und buchen ihre Campingplätze zunehmend online. Und weil die digitale Version in der viel genutzten CampingCard ACSI-App verfügbar ist, hat man sie immer griffbereit – zusammen mit allen Campingplatz-Informationen.“ Darüber hinaus gibt es noch einen weiteren Vorteil. „Dadurch, dass alles digital ist, ist die Gefahr, die

CampingCard ACSI zu verlieren oder zu beschädigen, natürlich deutlich geringer.“

Sicherheit für Campingplätze

Die digitale Version ist auch für die Campingplätze, die am Ermäßigungssystem CampingCard ACSI teilnehmen, sicher. „Das Einchecken erfolgt mithilfe eines QR-Codes, der alle fünf Minuten aktualisiert wird“, erläutert Maas. „Das macht es fast unmöglich, die Karte zu kopieren und damit einen Betrug zu begehen. Nach dem Scannen werden die Kundendaten des Campinggastes automatisch im ACSI Campsite Portal geöffnet. Bei Zweifeln kann der Campingplatz diese Daten natürlich noch zusätzlich überprüfen.“

Schnelleres Einchecken

Der QR-Code hat noch einen weiteren wichtigen Vorteil. Das Einchecken verläuft damit viel einfacher und schneller. „Die Campingplätze müssen die Daten nicht mehr von Hand in ihr System eingeben. Aus dem ACSI Campsite Portal lassen sich die Angaben einfach kopieren und ins eigene Buchungssystem einfügen. Oder man schickt sich selbst eine E-Mail mit allen Angaben, sodass man sie zu einem späteren Zeitpunkt übertragen kann“, erklärt Maas. „Das spart sehr viel Zeit an der Rezeption.“

Und das gilt nicht nur für die digitale Version. Maas erklärt, dass auch die CampingCard ACSI aus Papier, die den ACSI-

Campingführern beiliegt, modernisiert wird. „Auch diese wird mit einem QR-Code versehen. Camper, die das möchten, können die Rückseite der Karte weiterhin ausfüllen. Aber wir hoffen, dass auch diese Karte so weit wie möglich online registriert werden wird. Denn auch die Papierkarte kann der Campingplatz mithilfe eines QR-Codes einscannen, sodass das Einchecken damit ebenfalls ganz schnell funktioniert.“



Scannen und Daten übertragen: So funktioniert es

Um von den besonders günstigen CampingCard ACSI-Übernachtungstarifen profitieren zu können, müssen Camper im Besitz einer gültigen CampingCard ACSI-Ermäßigungskarte sein. Bei der Buchung müssen sie angeben, dass sie die CampingCard ACSI benutzen, und die Karte muss beim Einchecken vorgelegt werden.

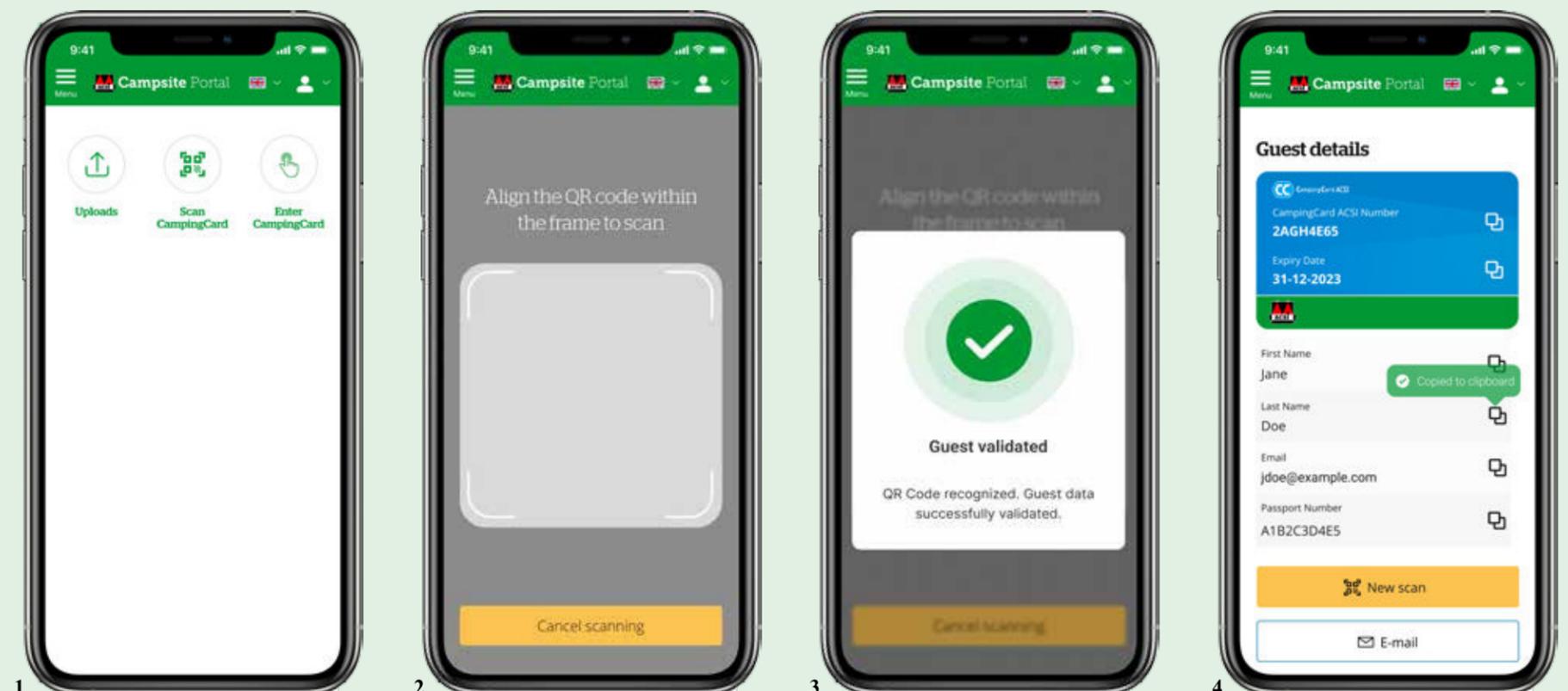
Ab 2024 können Camper sowohl die digitale als auch die Papierversion der CampingCard ACSI vorlegen. Die Papierkarte wird zusammen mit einem der ACSI-Campingführer verkauft. Die CampingCard ACSI Digital wird in Kombination mit der CampingCard ACSI-App angeboten. Egal, für welche Version sich ein Camper entscheidet, das Einchecken geht bei beiden Varianten gleich schnell.

Sowohl auf der digitalen als auch auf der Papierversion befindet sich ein QR-Code. Dieser kann mit der Kamera eines Smartphones, Tablets, Laptops oder PCs gescannt werden. Am schnellsten geht es, wenn man sich zunächst in das ACSI Campsite Portal (1.) einloggt. Von dort aus kann der QR-Code gescannt werden (2.). Wenn es sich um eine gültige CampingCard ACSI handelt (3.), werden die

Kundendaten auf dem Bildschirm angezeigt (4.). Vom ACSI Campsite Portal lassen sich die Daten bequem in das Buchungssystem des Campingplatzes übertragen. Dies kann durch Kopieren und Einfügen der Felder geschehen oder indem man sich alle Daten per E-Mail an die E-Mail-Adresse des Campingplatzes sendet. Auf diese Weise können die Daten später in aller Ruhe in das eigene

System des Campingplatzes eingegeben werden.

QR-Code für weitere Informationen scannen →



Einmalig vergebener Code

Das Scannen funktioniert nicht? Zum Beispiel, weil keine Kamera zum Scannen des QR-Codes vorhanden ist? Alternativ findet sich sowohl auf der Papierversion als auch auf der digitalen Karte

ein eindeutiger Code, der im ACSI Campsite Portal eingegeben werden kann. Auf diese Weise lassen sich die Kundendaten eines Campers ebenfalls einsehen. Das ist auch nützlich, wenn jemand von unterwegs, beispielsweise

aus dem Auto oder Wohnmobil anruft, um eine Buchung vorzunehmen. Durch Eingabe des Codes sind alle Daten sofort verfügbar.

Registrierte Karten

Camper, die mit der CampingCard ACSI auf Reisen gehen, werden gebeten, ihr Produkt zunächst online zu registrieren. Danach sind alle Daten sofort einsehbar. Für die

Verwendung der CampingCard ACSI Digital ist die Registrierung sogar vorgeschrieben. Bei Papierkarten ist dies nicht notwendig. Hier können Camper ihre Daten auch handschriftlich auf der Rückseite der Karte eintragen.

Eine Reise durch die Campinggeschichte

 **Campingplatz Kikopark Playa, Spanien**

Ein herzliches Willkommen für die ersten Touristen in Spanien

Die Geschichte des Campingplatzes Kikopark reicht bis ins Jahr 1965 zurück. Damals kam der Tourismus in Spanien gerade erst in Gang. Die Idee, einen Campingplatz zu gründen, hatte der Großvater des heutigen Kikopark-Besitzers, Vincente Frasquet Savall.

Vincente, ein aufgeschlossener, innovationsfreudiger Mann, hatte ein Stoffgeschäft in dem Dorf Oliva, unweit von Valencia. In seinem Geschäft entstand eine herzliche Freundschaft mit einigen französischen Kunden. Sie

„Wir waren als Erste ganzjährig geöffnet.“

gehörten zu den ersten Touristen, die Spanien bereisten. Kurze Zeit später kam er auf die Idee, mit einem eigenen Angebot auf die wachsende Zahl von Touristen zu reagieren.

Vincente richtete auf einem kleinen Stück Land, das seiner Familie gehörte, einen Campingplatz ein. An diesem Ort – direkt am Meer – trafen sich sonntagsmittags oft Freunde und Verwandte zu einer traditionellen spanischen Paella. Ein idealer Platz, um Camper willkommen zu heißen!

Ganzjährig geöffnet
In den Anfangsjahren gab es in der Umgebung kaum ande-

„Kontakt zur Natur ist das, was ein Campingplatz bieten kann.“

re Campingplätze. Allmählich jedoch entwickelte sich der Fremdenverkehr, was der Region einen wichtigen wirtschaftlichen Impuls verlieh. Auch Kikopark wurde erweitert. 1990 war der Campingplatz der erste in der Gegend um Valencia, der ganzjährig geöffnet war.

Stark umkämpfter Markt
Inzwischen ist Kikopark ein vollwertiger Ferienpark – inklusive Appartements, Glampingzelten und Restaurant. Er wird mittlerweile von Vincentes Enkel, Luis Sanchez, geführt. Luis stellt große Unterschiede zwischen früher und heute fest. Im Gegensatz zur Anfangszeit herrscht heute ein riesiges Angebot im

Tourismussektor. Der Markt ist stark gewachsen und hat sich an die Bedürfnisse moderner Touristen angepasst. Heute arbeiten Luis und sein Team fortwährend daran, effizienter zu werden und einen immer besseren Service zu bieten.

Luis bemerkt, dass Camping beliebter ist als je zuvor, und er

erwartet für diese Urlaubsform auch in Zukunft ein exponentielles Wachstum. „Die Menschen setzen sich immer bewusster mit der Umwelt und mit Nachhaltigkeit auseinander. Sie suchen im Urlaub Kontakt zur Natur, und genau das ist es, was ein Campingplatz bieten kann.“



 **Balatontourist Camping & Bungalows Füred, Ungarn**

Schon seit 65 Jahren eine feste Größe am Plattensee

Am beliebten ungarischen Plattensee gibt es heute eine Vielzahl von Campingplätzen. Balatontourist Camping & Bungalows Füred war einer der ersten und ist heute der größte. Der Campingplatz wurde vor 65 Jahren, im Jahr 1958, gegründet.

Die ersten beiden Campingplätze am Plattensee, auf Ungarisch Balaton, wurden vom Tourismusverband des

Verwaltungsbezirks Veszprém gegründet. Einer davon war Balatontourist Camping & Bungalows Füred. Beide Campingplätze fanden schon bald großen Anklang.

Nach der Rallye benannt
Im Jahr 1966 fand in der Nähe des Campingplatzes die 27. FICC-Rallye statt, eine Veranstaltung, die Ungarn und den Plattensee international bekannt machte. In der Folge wurde die Nachfrage

nach Zeltplätzen so groß, dass mehrere weitere Campingplätze gebaut werden mussten. Auch

„Eine große Rallye machte den Plattensee 1966 international bekannt.“

Balatontourist Camping & Bungalows Füred wurde erweitert. Zu dieser Zeit hatte der

Campingplatz noch keinen eigenen Namen, er wurde jahrelang einfach „XXVII FICC Rally“ genannt.

Im Laufe der Jahre war der Campingplatz häufiger Schauplatz wichtiger Veranstaltungen. So fanden hier 2017 die Europameisterschaften im Raceboard-Windsurfen statt, und in diesem Jahr war der Campingplatz bereits zum zwölften Mal Gastgeber einer

großen Veranstaltung für Ultramarathon-Läufer.

Hochwertige Bungalows und Mobilheime

Zu Beginn kamen die meisten Gäste mit dem eigenen Zelt oder Wohnwagen. Außerdem konnten Zelte gemietet werden, sodass auch Gäste ohne eigene Ausrüstung die Möglichkeit hatten, das beliebte Camping zu erleben. Als in den 80er Jahren die Nachfrage nach Ferienunterkünften stieg, begann der Campingplatz mit dem Bau von hochwertigen Bungalows. Ab dem Jahr 2000 kamen mehr und mehr moderne Mobilheime hinzu.

Die Entwicklung geht weiter

Der Campingplatz entwickelt sich auch heute noch ständig weiter, denn der Urlaubs- und Freizeitsektor ist immer im Wandel. So erhielt der Ferienpark inzwischen einen modernisierten Strand, einen Pool, eine Wasserskianlage und einen Minigolfplatz und hat Verleihstationen für Wassersportausrüstungen, Fahrräder und E-Bikes geschaffen. Für das kommende Jahr ist die Eröffnung eines Aquaparks mit Rutschen geplant.



 **Lærdal Ferie og Fritidspark, Norwegen**

Abenteurerpark an einem norwegischen Fjord

Wer die Natur und die Ruhe liebt, kommt im Lærdal Ferie og Fritidspark voll auf seine Kosten. Aber der Campingplatz, der seit 30 Jahren von Even Aarethun betrieben wird, bietet auch tolle Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung sowie hochkarätige Unterhaltung. Hier entstand der erste skandinavische Motorikpark™ und es gibt ein echtes Showtheater.

Die Gemeinde Lærdal hat den Campingplatz 1991 gegründet und zunächst verpachtet. Im Frühjahr 1993 erhielt die Familie

Aarethun das Angebot, den Campingplatz zu übernehmen. Im ersten Jahr hatten die neuen Betreiber etwa 3.000 Gäste. Heute ist der Ferienpark fast das ganze Jahr über geöffnet und empfängt zwischen 40.000 und 45.000 Campingurlauber.

Mehr Rundreisen

Wenn Even an die Anfangsjahre zurückdenkt und sie mit heute vergleicht, fällt ihm auf, dass die Gäste früher länger auf dem Campingplatz blieben. Sie kamen, um sich zu erholen und die Landschaft zu genießen. Heutzutage haben die Menschen



einen hektischeren, aktiveren Lebensstil und unternehmen mehr Rundreisen. Die Camper bleiben für weniger Nächte und wollen in ihrem Urlaub mehr als einen Ort besuchen. Außerdem buchen sie nicht mehr so lange im Voraus wie früher.

Showtheater und Abenteuerpark

Neben der traumhaften Lage an einem norwegischen Fjord gibt es noch mehr, was den Campingplatz zu etwas Besonderem macht. Im Jahr 2014 wurde hier der erste Motorikpark™ Skandinaviens

eröffnet. Dabei handelt es sich um einen Outdoor-Abenteurerpark, der sich an kleine Kinder ebenso wie an Erwachsene richtet: mit Spielplätzen, einem Kletterparcours, Krafttraining

und Spazierwegen. Außerdem ist Even stolz auf das Lærdal Show Theater, das 2019 eröffnet wurde. Hier werden regelmäßig Musicals

„Camper unternehmen häufiger Rundreisen als früher.“

und Shows aufgeführt. Even ist davon überzeugt, dass man als Campingplatzbetreiber immer bereit sein sollte, neue Ideen und Aktivitäten zu entwickeln.



 **Campingplatz Sikia, Griechenland**

Camping am Meer seit 1960

Die Geschichte des Campingplatzes Sikia beginnt im Jahr 1958. Damals kauften die Großeltern der heutigen Besitzerin ein Stück Land am Meer. 1960 wurde der Campingplatz eröffnet. Zunächst hatten die Gründer nur ein Restaurant am Meer geplant, Einrichtungen für Camper wurden erst später geschaffen.

Als das Restaurant eröffnet war, fragten immer wieder Urlauber

an, ob sie an diesem schönen Ort am Meer zwischen den Olivenbäumen ihr Zelt aufstellen dürften. Dadurch kamen die ersten Besitzer auf die Idee, einen Campingplatz zu gründen. Die Touristen besuchten auch die örtlichen Tavernen und so profitierte das ganze Dorf davon.

Bessere Straßen

Zwischen 1960 und heute hat sich natürlich viel verändert. Die ersten Gäste waren abenteuerlustige Camper mit kleinen

Zelten und Bullis. Sie kamen, um einen Urlaub in der Natur zu verbringen und legten wenig Wert auf Komfort. Im Laufe der Jahre sind die Zelte, Wohnwagen und Wohnmobile größer gewor-

„Früher kamen die Camper mit kleinen Zelten und Bullis.“

den und die Stellplätze wurden an die neuen Maße angepasst. Außerdem wird der Urlaub heute besser geplant: Früher waren Reservierungen nicht üblich, heute buchen die meisten Gäste im Voraus.

Eine wichtige Veränderung bestand auch darin, dass die Straßen in den Balkanländern ausgebaut wurden. Das machte es für Camper einfacher, nach Griechenland zu reisen.



Die Zahl der Campinggäste ist auf diese Weise gestiegen und die Campingsaison hat sich verlängert.

ACSI Award für das schönste Restaurant

Mittlerweile arbeitet die dritte Besitzergeneration immer noch genauso engagiert wie ihre Großeltern, um den Campingplatz Sikia zu einem attraktiven Urlaubsort zu machen. Die Eigentümer sind sich darüber im Klaren, wie schön der Betrieb ist, den sie übernehmen durften, und investieren fortlaufend in Verbesserungen. Und das

bleibt nicht unbemerkt: 2022 gewann der Campingplatz einen ACSI Award für das beste Campingplatz-Restaurant in ganz Griechenland.

Die Zukunft des Campingurlaubs sieht die Eigentümerin positiv. Die Menschen suchen im Urlaub die Natur und das ist der große Pluspunkt eines Campingplatzes. Auch Urlauber, die sich Komfort wünschen, finden heute auf einem Campingplatz das Richtige. Zu den Herausforderungen für Campingplätze gehört, wie für viele andere Unternehmen, derzeit die Aufgabe, gute Mitarbeiter zu finden.



Impressum

Herausgeber

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

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

Redaktion: Laura ten Barge, Lisette van Bommel, Marieke Krämer, Laura Mestrum, Merel Revet

Anzeigenverkauf: Salesafdeling ACSI | **Bildredaktion:** Maurice van Meteren | **Gestaltung:** Daniël Uleman, Marloes Buijs, Mariëlle Rouwenhorst-Küper, Peter Dellepoort, Tina van Welie | **Layout:** Rein Driessens

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

camping comfort

Ihr
Campingplatz
steht in der App
bereit.

Jetzt
entdecken!



Powered by



IHRE GÄSTE-APP

- Automatische Übersetzung in die Sprachen Ihrer Gäste
- Einfacher Bestellvorgang für z.B. Brötchen und Snacks
- Bequemes Versenden von Push-Nachrichten an Ihre Gäste

1

Scannen Sie
den QR-Code

Ihre App ansehen



2

Geben Sie den
Namen Ihres
Campingplatzes
ein und sehen Sie
sich Ihre App an

3

Testen Sie die App
3 Monate lang
kostenlos!

4

Zufrieden?
Schließen Sie ein
Abonnement ab
(monatlich
kündbar)

www.campingcomfort.com