

Die Campingbranche in Entwicklung

Innovative Ideen heben das Campingenerlebnis auf ein höheres Niveau



von ACSI, dem Campingspezialisten: **Ausgabe Frühjahr 2026**



SINCE 1965

Die ACSI Zeit



Campingübernachtungen 2025
Eine Übersicht der Anzahl der
Übernachtungen pro Campingland.
▶ Mehr dazu auf **Seite 4-5**

ACSI Awards 2026
Eine vollständige Übersicht aller
ausgezeichneten Campingplätze.
▶ Mehr dazu auf **Seite 6-7**

ACSI Broker Services
Ein neuer Service für den Kauf und Verkauf
von Campingplätzen und Ferienparks.
▶ Mehr dazu auf **Seite 18-19**

Campingabsichten im Fokus
Welche Campingpläne
gibt es für 2026?
▶ Mehr dazu auf **Seite 20**

Vorwort



Liebe Campingplatzbesitzer und -manager,

die europäische Campingbranche befindet sich seit vielen Jahren in einem starken Wandel. Es entsteht zunehmend Raum für innovative Lösungen in den Bereichen Nachhaltigkeit, Technologie, Gästelerlebnis und Komfort. Um diese Innovationen sichtbar zu machen und zu würdigen – und um Campingplatzbetreiber in ganz Europa zu inspirieren – wurden die ACSI Innovation Awards ins Leben gerufen. Zunächst nur für Campingplätze in den Benelux-Ländern und Österreich gedacht, ist ab dem kommenden Jahr möglicherweise eine Ausweitung auf ganz Europa vorgesehen.

In dieser Ausgabe der ACSI Zeit zeigen wir in mehreren Reportagen (Seiten 8–13), wie Campingplätze sich mit zukunftsorientiertem Unternehmertum beschäftigen. Darüber hinaus werfen wir einen Blick auf weitere Entwicklungen in der Branche. So haben wir die Reisepläne von Campern für das Jahr 2026 analysiert (Seite 20) und die Anzahl der Campingübernachtungen mit den Vorjahren verglichen (Seiten 4–5). Außerdem greifen wir mit ACSI Broker Services ein weiteres Thema auf: den Verkauf oder die Übernahme eines Campingplatzes oder Ferienparks.

Auch ACSI passt sich kontinuierlich an ein sich veränderndes Umfeld an, beispielsweise durch die Weiterentwicklung unserer Apps und ein neues Design für Eurocampings.eu. Mehr dazu lesen Sie auf den Seiten 22–23.

Ich wünsche Ihnen eine erfolgreiche Campingsaison!

Ramon van Reine

CEO ACSI

In dieser Ausgabe der ACSI Zeit

4 Campingübernachtungen im Jahr 2025

Insgesamt war 2025 ein hervorragendes Campingjahr. Millionen begeisterter Camper fanden erneut den Weg zu Campingplätzen in ganz Europa. Doch in welchen Ländern machten sie Halt? Und wie verhielt sich die Anzahl der Übernachtungen im Vergleich zu den Vorjahren? ACSI gibt einen Überblick über die Übernachtungszahlen in mehreren wichtigen Campingländern.

6 Gewinner der ACSI Awards

Die Gewinner der 5. Ausgabe der ACSI Awards stehen fest. Camper haben erneut in großer Zahl für ihre Lieblingscampingplätze abgestimmt. In ganz Europa werden 120 ACSI Awards und 397 Ehrenpreise vergeben. Sehen Sie sich die vollständige Übersicht aller Gewinner an!

8 Innovation in der Campingbranche

In der Campingbranche wird intensiv innoviert. In den Bereichen Nachhaltigkeit, Technik und neue Campingkonzepte befinden sich viele Campingplätze in einer dynamischen Entwicklung. ACSI zeigt, welche Innovationen aktuell eine Rolle spielen – um Campingplatzbetreiber in ganz Europa zu inspirieren und die besten Konzepte mit einem ACSI Innovation Award auszuzeichnen.



14 Campingdesign

Campingplätze sind traditionell eng mit ihrer Umgebung verbunden. An einigen Orten wird diese Beziehung noch verstärkt, indem der Campingplatz nahezu vollständig in die Landschaft integriert wird. ACSI stellt vier solcher Campingplätze vor und erläutert, auf welche Weise diese Integration gelungen ist.

18 ACSI Broker Services

Der Verkauf eines Campingplatzes oder Ferienparks kann komplex sein – insbesondere ohne den richtigen Partner oder ein passendes Netzwerk. ACSI hat daher einen neuen Service entwickelt: ACSI Broker Services. Campingplatzbetreiber profitieren dabei vom bewährten europäischen Netzwerk von ACSI sowie von der Expertise der Makler Mochtar Velders und Stefan Thureau.

20 Lust auf Camping

Jedes Jahr untersucht ACSI die Urlaubspläne von Tausenden europäischen Campern. Wie oft und wie lange möchten sie verreisen? Wann brechen sie auf und welche Länder sind besonders beliebt?



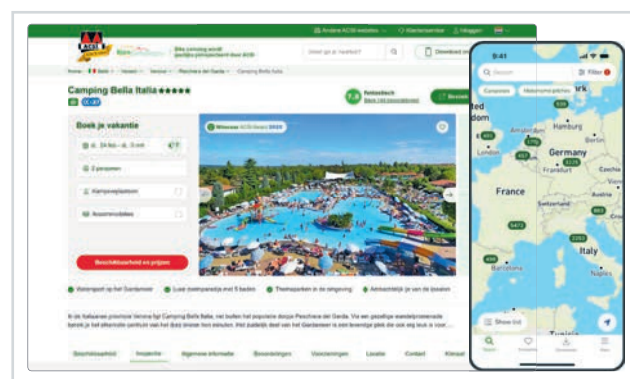
21 Die Vorteile des Scannens

CampingCard ACSI hat die Campingsaison sowohl für Campingplätze als auch für Camper deutlich verlängert. Auch im Jahr 2026 werden Hunderttausende Camper CampingCard ACSI nutzen. Durch das Scannen der Karte an der Rezeption wird das Einchecken noch einfacher und die Anzahl der CampingCard ACSI-Gäste lässt sich effizienter erfassen.



22 ACSI in Entwicklung

Auch ACSI entwickelt sich stetig weiter. Ein wesentlicher Schwerpunkt liegt dabei auf der digitalen Welt. So wird die ACSI Camping Europa-App vollständig erneuert und Eurocampings.eu erhält ein neues Design. Darüber hinaus setzt Camping Comfort weiterhin auf Innovationen, unter anderem durch den Einsatz eines KI-Agenten.



Die Inspektionssaison hat begonnen

In den vergangenen Wochen haben alle mehr als 400 ACSI-Inspektoren das Büro in Andelst besucht. Dort wurden sie über alle Entwicklungen innerhalb von ACSI sowie in der Campingbranche informiert. Diese Tage markieren den offiziellen Start der Inspektionssaison. Einige Inspektoren beginnen sogar unmittelbar nach dem Kick-off-Tag mit ihren Campingplatzinspektionen.

Auftakt der Inspektionssaison
Über einen Zeitraum von acht Tagen – vom 16. bis zum 24. April – wurde jeder aktive Inspektor zu einem Kick-off-Tag im ACSI-Büro eingeladen. Um die Qualität des Inspektorenteams auf einem hohen Niveau zu halten, organisiert ACSI im Laufe des Jahres Schulungen und Auffrischkurse. Kurz vor Beginn der Inspektionssaison wurden durch Geschäftsführer Ramon van Reine, Business Developer Frank Jacobs und die Inspektorenkoordinatoren die letzten Vorbereitungen getroffen.

Wichtige Informationsquelle
ACSI ist die einzige Organisation in Europa, die alle Campingplätze jährlich persönlich inspiziert. Dies verschafft ACSI einen Vorsprung bei der Erfassung zuverlässiger und aktueller Campinginformationen. Durch den Aufstieg der künstlichen Intelligenz verändert sich die Online-Welt rasant. Da KI-Modelle Camper zunehmend bereits mit Informationen versorgen, wird es für ACSI immer wichtiger, in den dort gegebenen Antworten berücksichtigt zu werden.

Um sich abzuheben und eine Autorität im Bereich Campingplätze und Camping zu bleiben, legt ACSI den Fokus auf die Erstellung qualitativ hochwertiger Inhalte, die dem Camper einen einzigartigen Mehrwert bieten. Auf diese Weise berücksichtigen auch KI-Modelle ACSI in ihren Antworten an die Nutzer. Auch in diesem Prozess sind die von den ACSI-Inspektoren gesammelten Informationen von entscheidender Bedeutung und

bilden eine der Grundlagen des Unternehmens.

Technologischer Fortschritt
Während der Kick-off-Tage erhielten die Inspektoren zudem weitere Informationen zu zwei technischen Entwicklungen. So steht beispielsweise ein Tool – DialogueTrainer – zur Verfügung,

mit dem Inspektoren Gespräche mit Campingplatzbetreibern vorbereiten können. In diesem Tool wurden virtuelle Trainingsinstruktoren auf Basis aller von ACSI vorgegebenen Protokolle entwickelt. Der Inspektor kann dies als Vorbereitung für seinen tatsächlichen Besuch nutzen.

Darüber hinaus werden Interviews mit Campern künftig digital durchgeführt. Das Interview kann direkt mit der Camping-ID auf Eurocampings.eu verknüpft und in eine Bewertung umgewandelt werden. Dadurch wird der Inhalt der Website angereichert.



ACSI camping.info Booking wächst weiter

Die gemeinsame Buchungsplattform von ACSI und camping.info verzeichnete auch im Jahr 2025 erfreuliche Wachstumswahlen. Im Vergleich zu 2024 stieg die Anzahl der Buchungen um 45 % und der Umsatz um 35 %.

Ein genauerer Blick auf die Zahlen zeigt, dass die Anzahl der Buchungen mit CampingCard ACSI besonders stark gewachsen ist. Auch die Zahl der Buchungen

für Durchreise-Campingplätze nahm überdurchschnittlich zu. Dies galt sowohl für im Voraus getätigte Reservierungen als auch für Buchungen, die noch am selben Tag vorgenommen wurden.

Im Hintergrund wird die Plattform kontinuierlich weiterentwickelt. Kürzlich wurde eine direkte Anbindung an das Property Management System (PMS) Feratel realisiert. Über Secureholiday (Ctoutvert)

wurden zudem D-EDGE (mehrere Länder), Quovai (IT) und Channex (HR) angebunden. Das PMS Max Camping bietet seit Kurzem Zahlungsoptionen über Stripe an und verfügt nun auch über eine Pay-by-Link-Funktion. Damit ist es möglich, einen Zahlungslink für einen bereits vom Campingplatz genutzten Zahlungsanbieter wie PayPal zu erstellen.

ACSI Wohnmobil-Handbuch veröffentlicht

Im Herbst 2025 brachte ACSI die erste Ausgabe des ACSI Wohnmobil-Handbuchs auf den Markt. Hierfür arbeitete ACSI mit den Autoren Arie und Tineke de Ruijter zusammen. Das praktische Nachschlagewerk richtet sich an alle, die ihr Wohnmobil

besser verstehen und optimal nutzen möchten. Das ACSI Wohnmobil-Handbuch ist auf Niederländisch und Deutsch erhältlich.

„Dies ist kein Reiseführer. Es ist ein praktisches, verständliches und inspirierendes

Nachschlagewerk, das wirklich hilft, wenn man selbst aktiv werden möchte oder unterwegs auf etwas stößt. Es vereint Wissen, Tipps und Freude – etwas, das kaum ein anderes Buch in diesem Segment leistet“, so die Autoren Arie und Tineke de Ruijter.

ACSI-Geschäftsführer Ramon van Reine sieht das ACSI Wohnmobil-Handbuch als wertvolle Ergänzung des eigenen Portfolios: „Bereits 2012 haben wir speziell für Wohnmobilisten unseren Stellplatzführer mit Informationen zu 12.000 Camping- und Stellplätzen vorgestellt. Was noch fehlte, war ein praktisches Buch über die Nutzung und Technik des Wohnmobils. Dank des Wissens und der Erfahrung von Arie und Tineke ist dies nun zu einem wertvollen Begleiter für unterwegs geworden.“



Suncamp erneut Gewinner des Holiday Awards

Im Januar dieses Jahres wurde Suncamp zum vierten Mal in Folge als Gewinner des Holiday Awards in der Kategorie Campingurlaub ausgezeichnet. Die Gewinner wurden während der TravMagazine Travel Gala bekannt gegeben.

Manager Touroperating Pieter Melieste zeigt sich erfreut über den Gewinn: „Suncamp steht für eine Auswahl von rund 400 Top-Campingplätzen in Europa. Qualität hat bei uns höchste Priorität. Wir wollen nicht die Größten sein, sondern vor allem den besten Service bieten – unter anderem dank einzigartiger Dienstleistungen wie unserem WhatsApp-Service und dem CampingGuru. Offensichtlich wird dies auch von der Reisebranche positiv wahrgenommen.“



Zusammenarbeit zwischen Euronature und British Naturism

Euronature – seit August 2024 Teil von ACSI – und British Naturism haben ihre Kräfte gebündelt. Im November 2025 gingen beide Parteien eine offizielle Partnerschaft ein, mit dem Ziel, den naturistischen Tourismus weiter zu fördern. Das umfangreiche Urlaubsangebot

von Euronature soll britische Naturisten dazu inspirieren, neue europäische Reiseziele zu entdecken. Darüber hinaus stärkt die Zusammenarbeit das Netzwerk naturistischer Organisationen und erhöht die Sichtbarkeit von Euronature auf dem britischen Markt.

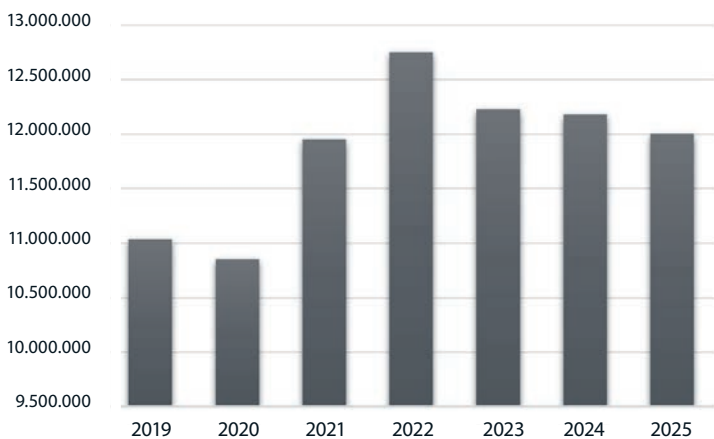
Die europäische Camping

2025 war erneut ein gutes Jahr für den europäischen Tourismussektor. In den vergangenen Jahren wurden bereits mehrfach Rekordzahlen verzeichnet, und auch 2025 erwies sich als Spitzenjahr mit nahezu 3,1 Milliarden Übernachtungen in europäischen Unterkünften, Hotels und auf Campingplätzen. Dies bedeutete einen Anstieg von 2,2 % gegenüber 2024. Auf Grundlage von Daten von Eurostat – Kategorie 55.30 der europäischen Klassifikation NACE Rev. 2 – hat ACSI die Campingbranche analysiert und für mehrere wichtige Campingländer untersucht, wie sich die Zahlen im Vergleich zum Zeitraum 2019–2024 entwickelt haben.

Dänemark



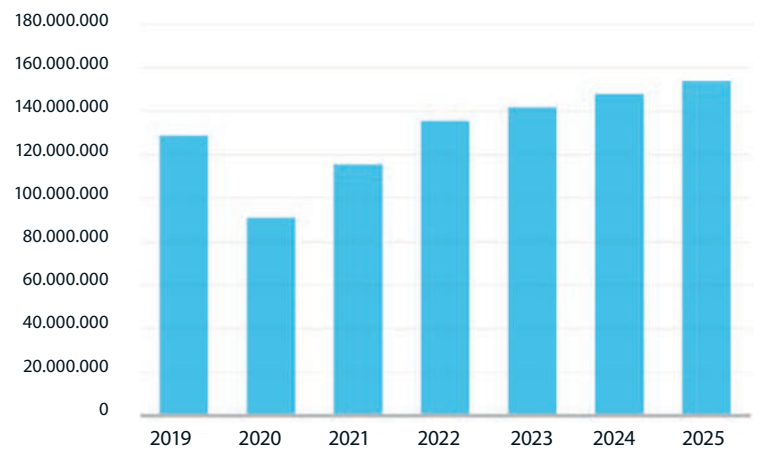
Dänemark verzeichnete im vergangenen Jahr einen leichten Rückgang der Übernachtungszahlen im Vergleich zu 2024. Der prozentuale Unterschied betrug -1,47 % gegenüber 2024. Dennoch bleibt Dänemark weiterhin sehr beliebt. Insbesondere im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019 hat dieses skandinavische Land eindeutig an Popularität gewonnen. Im Vergleich zu 2024 sank die Zahl der inländischen Übernachtungen um 6,75 %, während die Zahl der ausländischen Übernachtungen um 5,76 % stieg. Die Region Syddanmark war erneut am beliebtesten.



Frankreich



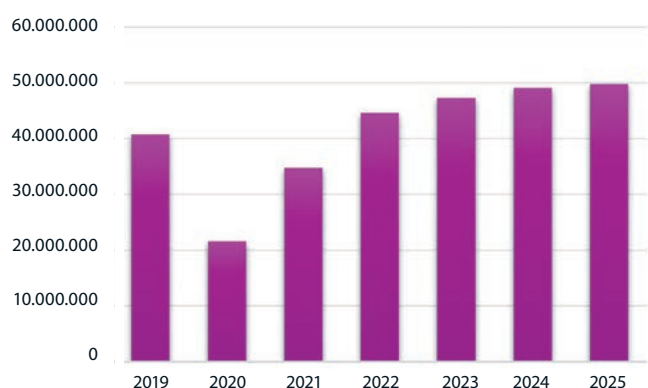
Frankreich zeigte, wie in den Vorjahren, einen Aufwärtstrend. Damit erreichte das beliebte Urlaubsland sogar einen Anstieg von 4,05 % gegenüber dem Jahr 2019. Die Zahl der ausländischen Touristen stieg im Vergleich zu 2024 um 4,89 %, während 3,68 % mehr inländische Urlauber das eigene Land entdeckten. Alle französischen Regionen auf dem Festland verzeichneten Wachstum, wobei dieses in Hauts-de-France (6,7 %) am konstantesten war und in Île-de-France (12,0 %) am stärksten ausfiel. Besonders Campingplätze verzeichneten mit 15,5 % das größte Wachstum, während Hotels „nur“ um 2,4 % zulegen.



Spanien



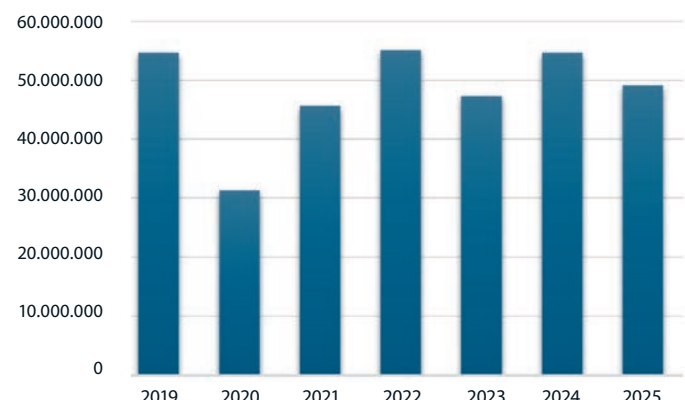
Auch Spanien verzeichnete einen Aufwärtstrend. Im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019 stieg die Zahl der Übernachtungen sogar um 22 %. In den letzten Jahren hat sich dieses Wachstum etwas abgeflacht und lag zwischen 2024 und 2025 bei 1,35 %, mit insgesamt 49.754.531 Übernachtungen im Jahr 2025. Auch der Unterschied zwischen inländischen und ausländischen Urlaubern ist relativ gering. 1,46 % mehr inländische Touristen verbrachten ihren Urlaub im eigenen Land, gegenüber 1,22 % mehr ausländischen Campern.



Italien



In Italien zeigt sich in den vergangenen Jahren ein wellenförmiges Bild. Sowohl inländische Urlauber als auch ausländische Camper entschieden sich im Jahr 2025 seltener für das Reiseziel Italien. Höhere Lebenshaltungskosten (Miete, Lebensmittel usw.) haben großen Einfluss auf das Verhalten der italienischen Urlauber und belasten den Inlandstourismus. Zudem zieht es sie aufgrund der hohen Sommertemperaturen eher in die Berge statt ins Landesinnere. Für ausländische – und insbesondere deutsche – Touristen erschwert die Sperrung des Brennerpasses die Anreise nach Italien. Auch dies kann sich auf die Zahlen ausgewirkt haben.



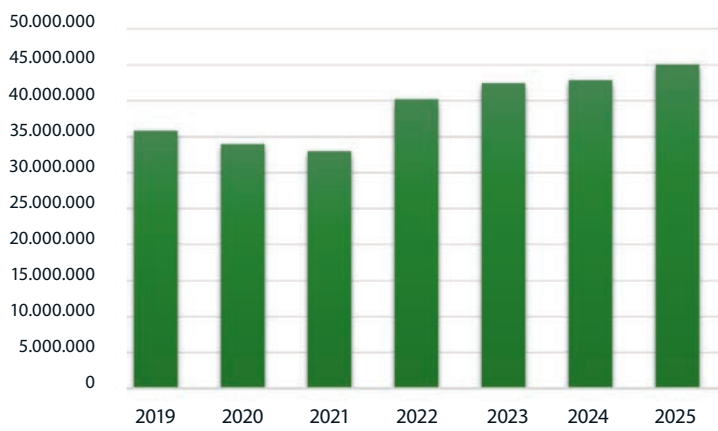
landschaft im Jahr 2025



Deutschland



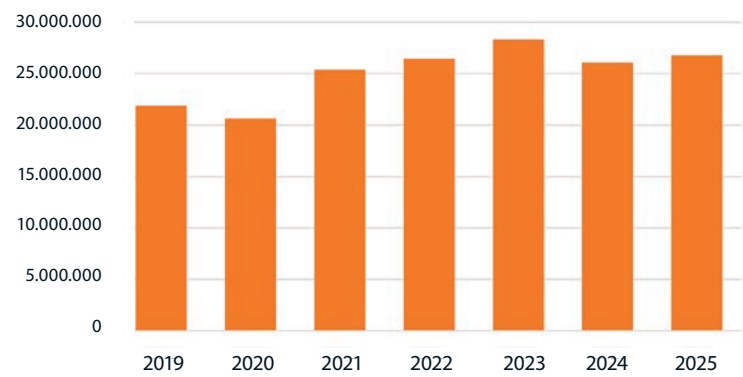
Auch Deutschland blieb ein beliebtes Reiseziel, insbesondere bei Bewohnern der Benelux-Länder und bei Deutschen selbst. Für niederländische Touristen war es nach Frankreich und den Niederlanden sogar das beliebteste Ziel. Die Zahl der Übernachtungen in Deutschland stieg daher um 5,03 %, womit sich ein positiver Trend fortsetzt, der seit 2022 anhält. Die Wachstumsraten bei inländischen (5,10 %) und ausländischen (4,41 %) Touristen liegen relativ nahe beieinander. Die Gesamtzahl der Übernachtungen stieg im Vergleich zu 2024 deutlich um 4,2 %. Mit insgesamt 45.015.742 Übernachtungen verzeichnete Deutschland im Jahr 2025 den höchsten Wert der vergangenen Jahre.



Niederlande



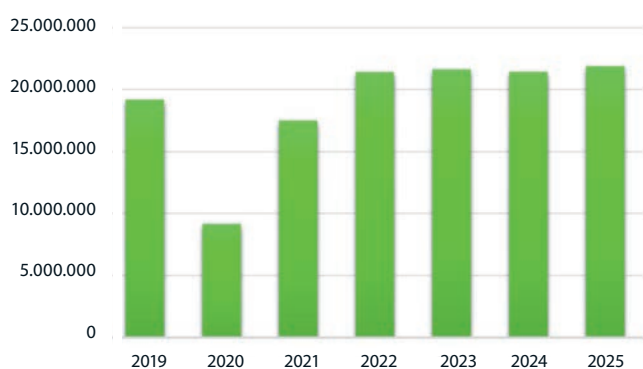
Die Zahl der Übernachtungen in den Niederlanden schwankte in den vergangenen Jahren. Mit 26.785.046 Übernachtungen lag 2025 leicht über dem Wert von 2024, mit einem positiven Unterschied von 2,69 %. Die Niederlande waren vor allem bei ausländischen Touristen beliebt, mit einem Anstieg von 6,95 %. Deutsche stellten mit Abstand die größte Gruppe der Camper dar, die die Niederlande besuchten. Auch der Inlandtourismus zeigte ein positives Ergebnis, wenn auch mit einem bescheidenen Plus von 0,29 %. Dies scheint vor allem mit Witterungseinflüssen zusammenzuhängen. So führt beispielsweise ein nasses Frühjahr, wie im Jahr 2024, zu einem Rückgang der Übernachtungen. Dennoch wird vermehrt in der Vor- und Nachsaison gecamppt.



Kroatien



Kroatien verzeichnete insgesamt einen Anstieg der Übernachtungen um 2,03 %. Der Inlandtourismus stieg um 5,74 %, während die Zahl der ausländischen Übernachtungen um 1,89 % zunahm. Kroatien war besonders bei deutschen Touristen beliebt. Sie waren in der ersten Hälfte des Jahres 2025 für 5,8 Millionen Übernachtungen verantwortlich, gegenüber 4 Millionen inländischen Übernachtungen. Kroatien hat in den vergangenen Jahren erheblich in die Campingbranche investiert; dennoch haben die gestiegenen Preise nicht zu einem Rückgang der Übernachtungen geführt. Im Gegenteil: Die Kategorie „Campingplätze“ verzeichnete im September 2025 den größten Anstieg der Übernachtungen aller Unterkunftsarten.

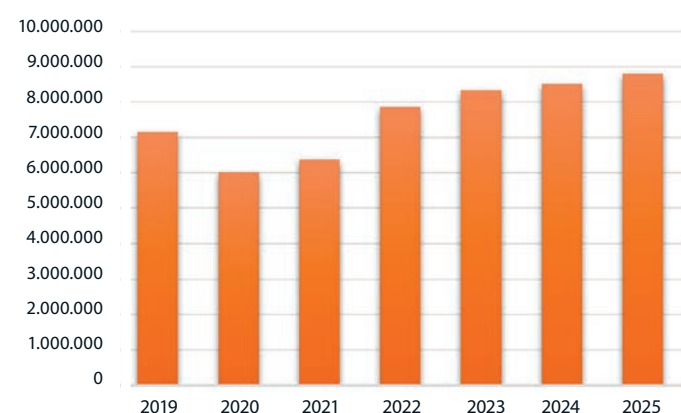


Österreich



Auch in Österreich stieg die Zahl der Übernachtungen im Jahr 2025, diesmal um 3,46 %. Mit insgesamt 8.798.295 Übernachtungen war dies der höchste Wert der vergangenen sechs Jahre. Die Zahl der inländischen Übernachtungen stieg um 2,90 %, während die Zahl der ausländischen Touristen um 3,65 %

zunahm. Deutsche und niederländische Gäste stellen dabei die wichtigste Gruppe dar. In dem Alpenland wird häufiger gecamppt, allerdings sind die Aufenthalte kürzer. Dies deutet darauf hin, dass viele Camper Österreich als Zwischenstopp auf dem Weg in den oder aus dem Süden Europas nutzen.





Gewinner 2026



Campingliebhaber aus ganz Europa haben zwischen September 2025 und Januar 2026 erneut in großer Zahl für ihren Lieblingscampingplatz gestimmt. Das macht die ACSI Awards zur prestigeträchtigsten Auszeichnung in der europäischen Campingwelt.

Eine Übersicht aller Gewinner finden Sie auf: acsi.eu/winners



NORWEGEN

1	Gryta Camping	Bester Campingplatz
2	First Camp Lunde - Telemark	Campingplatz mit der schönsten Lage

SCHWEDEN

3	Böda Sand Beach Resort	Bester Campingplatz
4	Offroadcamp	Bester Campingplatz Klein & Fein
5	First Camp Hökensås - Tidaholm	Bester Campingplatz zum Wandern

FINNLAND

6	Camping Silversand	Bester Campingplatz
---	--------------------	----------------------------

DÄNEMARK

7	Feddet Strand Resort	Bester Campingplatz
8	Horsens City Camping	Beste Wohnmobilstellplätze
9	Bryrup Camping	Bester Campingplatz zum Radfahren
10	Ballum Camping	Hundefreundlichster Campingplatz
11	Darum Camping	Bester Campingplatz Klein & Fein
12	Grenaa Strand Camping	Schönster Campingplatz für Kinder
13	Skiveren Camping	Campingplatz mit der schönsten Lage
14	Henne Strand Resort	Bestes Campingplatz-Restaurant
15	Aarø Camping	Campingplatz mit dem besten Sanitär
16	Nymindegab Camping	Bestes Campingplatz-Schwimmbad

NIEDERLANDE

17	Camping De Kleine Wolf	Bester Campingplatz
18	Camping Diever	Beste Wohnmobilstellplätze
19	Kampeerterein Buitenduin	Bester Campingplatz zum Radfahren
20	Camping Bij de Bronnen	Hundefreundlichster Campingplatz
21	Minicamping de Reekens	Bester Campingplatz Klein & Fein
22	Camping Beerze Bulten	Schönster Campingplatz für Kinder
23	Camping De Botkoel	Campingplatz mit der schönsten Lage
24	Camping De Witte Berg	Bestes Campingplatz-Restaurant
25	Camping Recreatiepark TerSpegelt	Campingplatz mit dem besten Sanitär
26	Camping De Pampel	Bestes Campingplatz-Schwimmbad

BELGIEN

27	Camping Goolderheide	Bester Campingplatz
28	Kompas Camping Nieuwpoort	Beste Wohnmobilstellplätze
29	Provinciaal Recreatiedomein Zilvermeer	Bester Campingplatz zum Radfahren
30	Camping Anderegg	Hundefreundlichster Campingplatz
31	Camping Eau Zone	Bester Campingplatz Klein & Fein
32	Camping Astrid	Schönster Campingplatz für Kinder
33	Camping Le Prahay	Campingplatz mit der schönsten Lage
34	Camping Confort	Bestes Campingplatz-Restaurant
35	Camping Hohenbusch	Campingplatz mit dem besten Sanitär

LUXEMBURG

36	hu Birkelt village	Bester Campingplatz
37	Camping Kockelscheuer	Beste Wohnmobilstellplätze
38	Camping La Pinède	Campingplatz mit der schönsten Lage
39	Camping De la Sûre Reisdorf	Bestes Campingplatz-Restaurant
40	Camping de la Sûre	Bester Campingplatz zum Wandern

DEUTSCHLAND

41	Camping Arterhof	Bester Campingplatz
42	Camping - und Ferienpark Wulfener Hals	Beste Wohnmobilstellplätze
43	Prümtal-Camping Oberweis	Hundefreundlichster Campingplatz
44	Campingplatz am Marktler Badensee	Bester Campingplatz Klein & Fein
45	Strandcamping Wallnau	Schönster Campingplatz für Kinder
46	Camping Holländischer Hof	Campingplatz mit der schönsten Lage
47	Feriencamping Holmernhof Dreiquellenbad	Bestes Campingplatz-Restaurant
48	Camping & Ferienpark Falkensteinsee	Campingplatz mit dem besten Sanitär
49	Camping Braunlage	Bester Campingplatz zum Wandern
50	Südsee-Camp	Bestes Campingplatz-Schwimmbad

SCHWEIZ

51	Camping Aaregg	Bester Campingplatz
52	Alpenresort Eienwäldli Engelberg	Bestes Campingplatz-Restaurant
53	Camping des Glaciers	Bester Campingplatz zum Wandern
54	Seefeld Park Sarnen	Bestes Campingplatz-Schwimmbad

ÖSTERREICH

55	Sportcamp Woferlgut	Bester Campingplatz
56	Camping Brunner am See	Beste Wohnmobilstellplätze
57	Camp MondSeeLand	Bester Campingplatz zum Radfahren
58	Tirol Camp	Hundefreundlichster Campingplatz
59	Camping Waldviertel	Bester Campingplatz Klein & Fein
60	Komfort-Campingpark Burgstaller	Schönster Campingplatz für Kinder
61	Camping Dachstein	Campingplatz mit der schönsten Lage
62	Seecamping Berau	Bestes Campingplatz-Restaurant
63	Alpencamping Nenzing	Campingplatz mit dem besten Sanitär
64	Zugspitz Resort Camping	Bestes Campingplatz-Schwimmbad

POLEN

65	Camp 66	Bester Campingplatz
----	---------	----------------------------

ESTLAND

66	Metsaluige Camping and Caravan Park	Bester Campingplatz
----	-------------------------------------	----------------------------

TSCHECHIEN

67	Camping Rožnov	Bester Campingplatz
68	Camping Bozanov	Bester Campingplatz Klein & Fein

UNGARN

69	Balatontourist Camping Naturist Berény	Bester Campingplatz
----	--	----------------------------

SLOWENIEN

70	River Camping Bled	Bester Campingplatz
71	Falkensteiner Premium Camping Lake Blagus	Campingplatz mit der schönsten Lage
72	Camping Terme Čatež	Bestes Campingplatz-Schwimmbad

KROATIEN

73	Camping Bijela Uvala	Bester Campingplatz
74	Aminess Avalona Camping Resort	Beste Wohnmobilstellplätze
75	Valamar Camping Istra	Hundefreundlichster Campingplatz
76	Papafigo Camping	Bester Campingplatz Klein & Fein
77	Campsite Valkanela	Schönster Campingplatz für Kinder
78	Camping Park Umag	Campingplatz mit der schönsten Lage
79	Falkensteiner Premium Camping Zadar	Bestes Campingplatz-Restaurant
80	Valamar Camping Lanterna	Campingplatz mit dem besten Sanitär
81	Plitvice Holiday Resort	Bester Campingplatz zum Wandern
82	Amadria Park Camping Šibenik	Bestes Campingplatz-Schwimmbad

ALBANIEN

83	Lake Shkodra Resort	Bester Campingplatz
----	---------------------	----------------------------

GRIECHENLAND

84	Camping Ionion Beach	Bester Campingplatz
85	Camping Aginara Beach	Campingplatz mit der schönsten Lage
86	Camping Gythion Bay	Bestes Campingplatz-Restaurant

VEREINIGTES KÖNIGREICH

87	Deepdale Camping	Bester Campingplatz
----	------------------	----------------------------

IRLAND

88	Killarney Flesk Caravan and Camping Park	Bester Campingplatz
----	--	----------------------------

FRANKREICH

89	Esterel Caravaning	Bester Campingplatz
90	Camping Village de la Guyonnière	Beste Wohnmobilstellplätze
91	Le Ventoulou Sites & Paysages	Hundefreundlichster Campingplatz
92	Le Ranch Camping et Glamping	Bester Campingplatz Klein & Fein
93	Capfun Camping Dune Fleurie	Schönster Campingplatz für Kinder
94	Camping Ar Kleguer	Campingplatz mit der schönsten Lage
95	Camping Le Coin Tranquille	Bestes Campingplatz-Restaurant
96	Camping Yelloh! Village le Brasilia	Campingplatz mit dem besten Sanitär
97	Camping Porte des Vosges	Bester Campingplatz zum Wandern
98	Camping Domaine de la Bergerie	Bestes Campingplatz-Schwimmbad

SPANIEN

99	Camping La Ballena Alegre Costa Brava	Bester Campingplatz
100	Camping Los Escullos	Beste Wohnmobilstellplätze
101	Camping Estanyet	Hundefreundlichster Campingplatz
102	Camping Can Coromines	Bester Campingplatz Klein & Fein
103	Camping Stel	Schönster Campingplatz für Kinder
104	Camping Illa Mateua	Campingplatz mit der schönsten Lage
105	Kikopark Playa	Bestes Campingplatz-Restaurant
106	Playa Montroig Camping Resort	Campingplatz mit dem besten Sanitär
107	Camping Ametlla	Bester Campingplatz zum Wandern
108	Camping & Resort Sangulí Salou	Bestes Campingplatz-Schwimmbad

PORTUGAL

109	Camping Yelloh! Village Algarve - Turiscampo	Bester Campingplatz
110	Cepo Verde	Bester Campingplatz Klein & Fein
111	Lima Escape Camping & Glamping	Bester Campingplatz zum Wandern

ITALIEN

112	Union Lido	Bester Campingplatz
113	Camping Europa Silvella	Beste Wohnmobilstellplätze
114	Camping Del Sole Village	Bester Campingplatz zum Radfahren
115	Club del Sole Stork Family Collection	Hundefreundlichster Campingplatz
116	Camping La Casetta della Marche	Bester Campingplatz Klein & Fein
117	Camping La Quercia	Schönster Campingplatz für Kinder
118	Fornella Camping & Wellness Family Resort	Campingplatz mit der schönsten Lage
119	Camping Caravan Park Sexten	Bestes Campingplatz-Restaurant
120	Dei Fiori Camping Village	Campingplatz mit dem besten Sanitär
121	Camping Village Mediterraneo	Bestes Campingplatz-Schwimmbad

Anerkennung für Innovation

ACSI verleiht auch die ACSI Innovation Awards und den ACSI Camping Personality Award



Am Freitag, den 13. März, wurden die niederländischen und belgischen Gewinner eines ACSI Innovation Awards in das ACSI-Büro in Andelst eingeladen. V. l. n. r.: Bram Wiegerinck, Moniek Perik und Ted Lammers (Henk Pen Campers & Caravans), Bart Verheyen (Camping De Lilse Bergen), Ramon van Reine (ACSI), Rochelle Bomers und Bart Porskamp (Marveld Recreatie).

Neben den begehrten ACSI Awards wurden in den vergangenen Monaten noch weitere Ehrenpreise von ACSI verliehen. Bernd Pfandl – Eigentümer des 50plus Campingpark Fisching – erhielt einen ACSI Camping Personality Award für seinen bedeutenden Beitrag zur Branche. Zudem wurden in den Niederlanden, Belgien und Österreich fünf Campingplätze oder Campingunternehmen mit einem ACSI Innovation Award ausgezeichnet. Dieser Preis wurde von ACSI ins Leben gerufen, um innovative Konzepte und zukunftsorientiertes Unternehmertum in der Campingbranche sichtbar zu machen.

Fokus auf Innovation

ACSI-Geschäftsführer Ramon van Reine hielt es für an der Zeit, Innovationen in der Campingbranche stärker sichtbar zu machen. „In den vergangenen Jahren hat sich in der Branche viel verändert. Nach der Corona-Krise hat Camping deutlich an Popularität gewonnen. Dies führte zu einem starken Anstieg neuer Campingbegeisterter, aber auch zu einer erheblichen Diversifizierung der Campergruppe.“

Schon zuvor war es schwierig, „den Camper“ als eine einheitliche Gruppe zu definieren. Und dieses Spektrum hat sich in jüngster Zeit noch weiter vergrößert. „Camping gibt es heute in noch viel mehr unterschiedlichen Formen und Ausprägungen. Vom Wohnmobil bis zum Zelt, vom Wohnwagen bis zur luxuriösen Unterkunft,

vom ruhigen Campingplatz bis zum kompletten Ferienpark, vom Sommer bis zum Winter und von Wasserspaß bis Schneevergnügen. Camping und Campingplätze sind das ganze Jahr über gefragt“, stellt van Reine fest.

Campingplätze reagieren darauf mit Zielgruppensegmentierung. Sie legen fest, welche Segmente der Campingzielgruppe sie ansprechen möchten, und richten ihre Betriebsführung entsprechend aus. „Auf Basis dieser Entscheidungen werden Strategien und Konzepte entwickelt. Ist ein Campingplatz ganzjährig geöffnet, ist es häufig wichtig, sowohl in den Sommer- als auch in den Wintermonaten – und bei gutem wie bei schlechtem Wetter – ein hochwertiges Angebot an Einrichtungen und Aktivitäten bereitzustellen.“

Technologie und Nachhaltigkeit

Bei der Entwicklung solcher Strategien spielt Innovation eine zentrale Rolle. „Ganzjährig geöffnet zu sein ist natürlich nicht neu, aber es gibt Campingplätze, die ihr Angebot mit kompletten (Themen-) Freizeitparks, Badeparadiesen, luxuriösen Wellnessanlagen oder Amphitheatern auf ein höheres Niveau heben. Oder sie verknüpfen ihr Aktivitätsangebot mit den einzigartigen Merkmalen der Region.“

Auch im Bereich Nachhaltigkeit und Technologie hat sich viel getan. „Nachhaltigkeit ist ein Thema, das von Natur aus eine starke Verbindung zur Campingbranche hat. Viele Campingplätze unternehmen bereits einiges in diesem Bereich, aber einige gehen noch deutlich weiter. Zum Beispiel durch den Einsatz neuer Technologien zur

Energieerzeugung werden sie unabhängig von Gas für den Betrieb ihrer Sanitärgebäude.“

Technologie kann natürlich auch auf andere Weise eingesetzt werden. „Einige Campingplätze arbeiten mit Gesichtserkennung oder KI-gesteuerten Planungssystemen. Andere richten ihre Betriebsführung vollständig nach datengesteuerten Modellen aus.“

Neue Branchenauszeichnung

Für Campingplätze, die sich in den Bereichen Nachhaltigkeit, Gästelerlebnis und Komfort, Technologie oder Dienstleistungen und Betriebsführung auszeichnen, wurden die ACSI Innovation Awards ins Leben gerufen. Campingplätze können ihre Innovation selbst einreichen, woraufhin eine Fachjury die Einsendungen bewertet und

einen Gewinner auswählt. Die Preisverleihung findet im Frühjahr statt, zusammen mit der Bekanntgabe des Publikumspreises für europäische Campingplätze: den ACSI Awards.

Wissensaustausch

Neben der Auszeichnung innovativen Unternehmertums bieten die ACSI Innovation Awards einen weiteren Vorteil. „Mit diesem Preis möchten wir auch den Wissensaustausch fördern. Innovationen, die das Camping-Erlebnis verbessern, Prozesse effizienter machen oder zur Nachhaltigkeit beitragen, helfen der Branche, weiter zu wachsen. Letztlich sind es genau diese Initiativen, die die Zukunft des Campings gestalten. Indem wir sichtbar machen, was Mitbewerber in diesem Bereich tun, hoffen wir, andere Campingplätze zu inspirieren.“

in der Campingbranche

Gewinner der ACSI Innovation Awards 2026

Im März 2026 wurden die ersten ACSI Innovation Awards verliehen. Diese neue Branchenauszeichnung wurde in diesem Jahr zunächst nur in den Benelux-Ländern und in Österreich eingeführt. Ab dem kommenden Jahr soll sie in größerem Umfang umgesetzt werden. Die folgenden Campingplätze oder Campingunternehmen erhielten einen ACSI Innovation Award oder einen Ehrenpreis.

Camping Ferienparadies Natterer See

Mit dem Secret Koi Garden wird Glamping auf ein höheres Niveau gehoben. In diesem Konzept werden Design, Wellness und Naturerlebnis auf elegante Weise kombiniert, wodurch ein einzigartiges und romantisches Hide-away-Erlebnis auf höchstem Niveau entsteht. ► Siehe auch Seite 11

Camping De Lilse Bergen

überzeugt im Bereich Nachhaltigkeit durch Investitionen in grüne Energie, Grauwasseraufbereitung und größere Regenwasserspeicher. Durch den Einsatz von Aquathermie werden sowohl das Duschwasser als auch die beiden großen Sanitärgebäude beheizt. ► Siehe auch Seite 10

Marveld Recreatie

Mit dem Indoor-Freizeitpark Bommelwereld wurde ein einzigartiger Themenpark geschaffen, der ganzjährig ein umfassendes Urlaubserlebnis bietet. Besucher werden in mehr als zwanzig Attraktionen in die Abenteuer von Olivier B. Bommel und Tom Poes mitgenommen. ► Siehe auch Seite 10

Vakantiepark Eiland van Maurik

Die Realisierung des Family Entertainment Center MAUK sorgt dafür, dass der Ferienpark das ganze Jahr über sowohl für Camper als auch für Tagesgäste attraktiv ist. Es fungiert als zentraler Ort, an dem Gastronomie und Unterhaltung miteinander verbunden werden. ► Siehe auch Seite 11

Henk Pen Campers & Caravans

Dieses führende Wohnmobil- und Caravanunternehmen hat ein neues Gebäude eröffnet, in dem ein Camping-Erlebnis 2.0 geboten wird. Verkauf, Wartung, Reparatur und Unterbringung werden mit einer einzigartigen Erlebniswelt kombiniert. ► Siehe auch Seite 12

Darüber hinaus gab es Ehrenpreise für:

- Natürlich Hell
- Camping De Ruimte
- Camping 't Weergors



Eigentümer Georg Giner und Marketingmitarbeiterin Lara Weintraut erhalten den ACSI Innovation Award für Camping Ferienparadies Natterer See.

Bernd Pfandl gewinnt den ACSI Camping Personality Award



Bernd Pfandl erhielt den ACSI Camping Personality Award während des Camping Gipfels Austria.

Während des Camping Gipfels in Graz (Österreich) wurde Bernd Pfandl von ACSI besonders geehrt. Pfandl erhielt einen ACSI Camping Personality Award für seinen bedeutenden Beitrag zur Campingbranche.

Förderung für die gesamte Region

In der österreichischen Campingbranche – und weit darüber hinaus – ist Pfandl eine herausragende Persönlichkeit. Er ist weit mehr als nur der Eigentümer des 50plus Campingpark Fischen. „Bernd ist auch ein echtes Aushängeschild für die Regionen Murtal und Steiermark sowie für die österreichische Campingbranche insgesamt“, weiß van Reine. „Er sucht aktiv Kooperationen, entwickelt Konzepte zur Förderung der gesamten Region und engagiert sich in den Campingverbänden Campinginitiative Steiermark sowie im Fachverband Freizeit- und Sportbetriebe in der Wirtschaftskammer Österreich.“

Treiber des Camping Gipfels Austria

Pfandl ist zudem einer der treibenden Kräfte hinter dem Camping Gipfel Austria, der jährlichen Konferenz für Campingplatzbetreiber in Österreich, die in Graz stattfindet. „Damit hat er die österreichische Campingbranche wirklich auf die Landkarte gesetzt – sowohl in der Politik als auch in den österreichischen Medien.“

Camping für die Generation 50+

Auch als Campingplatzbetreiber – eine Rolle, die er gemeinsam mit seiner Familie seit dreißig Jahren ausübt – zeigt sich Pfandl als Pionier und würdiger

Botschafter. „Bernd ist sehr aktiv und sichtbar. Er postet viel in den sozialen Medien, ist auf allen relevanten Messen präsent und ist wirklich das Gesicht seines Campingplatzes“, sagt van Reine.

Schon früh entschied sich Pfandl, seinen Campingplatz auf eine spezifische Zielgruppe auszurichten: Menschen ab 50 Jahren ohne Kinder und Haustiere, mit einer Vorliebe für Ruhe, Wandern und Radfahren. „Er war einer der Ersten, der sich auf spezialisierte Campingurlaube für Erwachsene konzentrierte. Das unterstreicht einmal mehr Bernds Pioniergeist. Mit seiner Vision hat er die Campingbranche in Österreich mitgeprägt.“

Themenfreizeitpark rund um Olivier B. Bommel

Marveld Recreatie

Marveld Recreatie ist seit dem 1. Oktober 2025 stolzer Besitzer eines eigenen Indoor-Freizeitparks. Direkt angrenzend an den Ferienpark wurde Bommelwereld eröffnet – ganz im Zeichen der in den Niederlanden bekannten Comicfiguren Olivier B. Bommel und Tom Poes. Damit bietet der Ferienpark seinen Gästen das ganze Jahr über etwas Einzigartiges. ACSI zeichnete diese Innovation mit einem ACSI Innovation Award aus.

Im Ferienpark in der ländlichen Achterhoek – im Osten der Niederlande – hat Edwin Bomers seit 1988 das Sagen. „Inzwischen sind wir von 16 auf 60 Hektar gewachsen. Aus einem Campingplatz ist ein kompletter Ferienpark geworden, inklusive Bungalowpark, Hotel, Schwimmbad und Sporteinrichtungen.“

Alles in eigener Regie

Bomers setzt dabei auf das „komplette Urlaubserlebnis“. „Alle Bereiche betreiben wir in eigener Regie, etwa die

Schwimmbäder, die Gastronomie und den Supermarkt. Das gesamte Urlaubsangebot organisieren wir selbst.“

Darüber hinaus hat Bomers den Schritt vom Saisonbetrieb zum Ganzjahresbetrieb gemacht. „Das bedeutet, dass man auch das ganze Jahr über etwas bieten muss. Im Sommer ist das einfach, im Winter deutlich anspruchsvoller. Natürlich haben wir Einrichtungen für Wintercamper, und das Schwimmbad sowie der Wasserpark sind ganzjährig

geöffnet. Aber wir wollten mehr.“

Tages- und Übernachtungsfreizeit

Deshalb entstand 2012 die Idee für einen Themenfreizeitpark. „Mit Bommelwereld bieten wir unseren Gästen auch in den Wintermonaten etwas Besonderes. Gleichzeitig verbinden wir Tagesfreizeit und Übernachtungsfreizeit.“

Der Park steht ganz im Zeichen der Comicgeschichten von Olivier B. Bommel und ist über

9.000 m² groß. Es gibt mehr als zwanzig Attraktionen, und die Zielgruppe besteht vor allem aus Familien mit Kindern im Grundschulalter (4 bis 12 Jahre). „Der Park macht Marveld einzigartig. Es gibt bereits viele gute Ferienparks in den Niederlanden, aber bei uns spaziert man direkt nach Bommelwereld. Das gibt es sonst nirgendwo.“

Ein Projekt, das langen Atem erfordert

Die Herausforderung eines solchen Projekts liegt Bomers

zufolge vor allem darin, langen Atem zu haben. „Von der ersten Idee bis zur Eröffnung sind fünfzehn Jahre vergangen. Am schwierigsten sind die Planung, die Finanzierung und die Zustimmung der Behörden. Danach ist die technische Ausarbeitung vergleichsweise einfach. Es geht darum, in kleinen Schritten zu arbeiten, das Ziel im Blick zu behalten und einen geraden Kurs zu fahren.“

Hier scannen, um die ganze Videoreportage zu sehen ▼



Bei Marveld Recreatie gelangen die Gäste direkt von ihrem Stellplatz oder ihrer Unterkunft zum Themenfreizeitpark Bommelwereld.

Thermische Energie aus dem Badensee

Camping De Lilse Bergen

Auf Camping De Lilse Bergen nutzt man inzwischen eine innovative Technik zur Erzeugung grüner Energie. Dank Aquathermie werden zwei große Sanitärgebäude mit Warmwasser und Heizung versorgt. Darüber hinaus investiert der Campingplatz in Grauwasseraufbereitung und größere Regenwasserpuffer. ACSI zeichnete diese Innovation mit einem ACSI Innovation Award aus.

Aquathermie ist eine Technik, bei der Wärme und Kälte aus Wasser gewonnen werden, um Gebäude zu heizen oder zu kühlen. Dabei kann es sich um Oberflächenwasser, Trinkwasser oder Abwasser handeln. Über einen Wärmetauscher – ein komplexes Rohrsystem, durch das eine Kühlflüssigkeit fließt, die Wärme aufnimmt – wird dem Wasser im Sommer Wärme entzogen und im Boden gespeichert. Im Winter wird diese Wärme wieder hochgepumpt und mit einer Wärmepumpe auf ein höheres Temperaturniveau gebracht, um das Gebäude zu beheizen.

Wärme aus dem Badensee

Bei Camping De Lilse Bergen wird der Badensee als Wasserquelle genutzt. Der Wärmetauscher wurde dort im Dezember 2025 installiert. Für den Campingplatz bedeutet dieses Projekt einen großen Schritt in Richtung Nachhaltigkeit

und Zukunftssicherheit des Geländes. Zuvor standen in den Sanitärgebäuden veraltete Heizkessel. Die neue Technik sorgt daher nicht nur für niedrigere Energiekosten, sondern auch für weniger CO₂-Ausstoß.

Wiederverwendung von Wasser

Außerdem wird auch die Energie, die die Wärmepumpen benötigen, zunehmend mithilfe von Solarmodulen selbst erzeugt. Zusätzlich werden die Toiletten mit Wasser aus den Duschen oder mit Regenwasser gespült. Dafür wurden große Regenwasserpuffer angelegt. Erst als letzte Option wird noch Trinkwasser für die Toilettenspülung verwendet.

Unterstützung durch die Provinz

Für die Investition von rund 500.000 Euro erhielt man Unterstützung aus dem Europäischen Fonds für regionale

Entwicklung (EFRE) und von der Provinzverwaltung Antwerpen.

Inzwischen werden von der Provinz Pläne entwickelt, dieselbe

Technik in größerem Maßstab einzusetzen.



Im Dezember 2025 wurde der Wärmetauscher im Badensee von Camping De Lilse Bergen installiert.

Secret Koi Garden hebt Glamping auf ein höheres Niveau

Camping Ferienparadies Natterer See

Camping Ferienparadies Natterer See – gelegen zwischen den Gipfeln der österreichischen Alpen und nur einen Steinwurf von Innsbruck entfernt – hat Glamping mit der Realisierung des Secret Koi Garden auf ein neues Niveau gehoben. In diesem exklusiven Glampingkonzept werden Naturerlebnis und Luxus auf durchdachte Weise miteinander verbunden. ACSI zeichnete dieses Konzept mit einem ACSI Innovation Award aus.

Im Mittelpunkt des Secret Koi Garden stehen acht exklusive Glamping-Lodges, ganz auf Paare zugeschnitten, die Ruhe, Privatsphäre und Komfort schätzen. Große Panoramafenster schaffen eine direkte Verbindung zur Umgebung, während hochwertige Materialien und ein sorgfältig abgestimmtes Interieur zu einer warmen und luxuriösen Atmosphäre beitragen.

Sauna und Frühstücksservice
Das Konzept wird durch private Wellness-Einrichtungen wie eine eigene Sauna und einen Frühstücksservice an der Tür zusätzlich aufgewertet. Dadurch wird nicht nur der Aufenthalt, sondern das gesamte Gästelerlebnis auf ein höheres Niveau gehoben.

Besonders interessant ist bei dieser Entwicklung die Art und Weise, wie der bestehende Raum umgestaltet wurde. Alte Mobilheime wichen einem kleinteiligen, exklusiven Konzept

mit einer klar definierten Zielgruppe.

Durch die Entscheidung für Qualität, Ruhe und eine starke thematische Ausrichtung – in diesem Fall inspiriert von einem japanischen Koi-Garten – entsteht ein unverwechselbares Produkt mit hohem Erlebniswert.

Durch den geschickten Einsatz von Bepflanzung und natürlichen Abgrenzungen wird Privatsphäre geschaffen, ohne den offenen Charakter des Campingplatzes zu verlieren. Das Ergebnis ist ein „Resort innerhalb des Campingplatzes“, in dem sich Gäste vollständig zurückziehen können.

Spezifische Zielgruppe

Mit dem Secret Koi Garden hat Camping Ferienparadies Natterer See in eine spezifische Zielgruppe investiert. Es wurde ein Konzept entwickelt, das die Messlatte im Glamping-Bereich erneut ein gutes Stück höher legt.



Der Secret Koi Garden auf Camping Ferienparadies Natterer See ist von einem japanischen Koi-Garten inspiriert und legt großen Wert auf Ruhe, Privatsphäre und Komfort.

Family Entertainment Center MAUK eröffnet neue Möglichkeiten

Vakantiepark Eiland van Maurik

Die Lage des Vakantiepark Eiland van Maurik – mitten in der Betuwe und direkt an einem großen Freizeitsee in einem Seitenarm des Rheins – lädt zu einem Campingurlaub ein. Seit 1971 wird hier auch ausgiebig gecamppt. Mit der Eröffnung des Family Entertainment Center MAUK ist nun eine zusätzliche Dimension hinzugekommen. Das Zentrum ist das ganze Jahr über geöffnet, sorgt auch bei weniger gutem Wetter für Unterhaltung und führt zudem zu einem Anstieg der Gästezahlen. ACSI zeichnete diese Innovation mit einem ACSI Innovation Award aus.

Sietse Brom ist als Marketingmanager an dem Projekt beteiligt. „MAUK ist ein Zentrum mit sowohl Aktivitäten als auch gastronomischen Einrichtungen. Darüber hinaus bieten wir es als Eventlocation mit Tagungsräumen an. Wir haben Bowlingbahnen, Karaoke-Räume, E-Darts, Shuffleboard-Bahnen, Golf in the Dark, ein Indoor-Spielparadies und ein Basteltheater. Hinzu kommen eine MAUK-Plaza, ein Café und eine Sports Lounge. In diesem Jahr eröffnen wir außerdem das MAUK-Bistro.“

Vom Campingplatz zum Ferienpark

MAUK ist Teil der Strategie, die 2011 entwickelt wurde. Darin wurde beschrieben, wie sich der Campingplatz zunehmend zu einem Ferienpark entwickeln sollte. „Zunächst durch den Bau von Unterkünften. Dadurch kommen mehr Gäste, und denen möchte man auch in der Nebensaison etwas bieten. Deshalb wollten wir ein Zentrum

schaffen, das das ganze Jahr geöffnet sein kann und zugleich Menschen aus der Region anspricht“, fasst Brom zusammen.

Das Entertainment-Center kostete rund 7 Millionen Euro, ist mit 1.350 Solarmodulen ausgestattet, um die benötigte Energie selbst zu erzeugen, und zeichnet sich durch eine hochwertige und nachhaltige Produktauswahl aus. Die Auswirkungen sind bereits sichtbar, so Brom. „MAUK wurde 2024 eröffnet, und wir merken, dass die Buchungen besser über das Jahr verteilt eingehen. Auch jetzt liegt die Zahl der Buchungen über dem Vorjahr.“

Umsatzströme gleichmäßiger verteilt

Durch das Entertainment-Center kann der Ferienpark auch andere Zielgruppen ansprechen. „Nicht nur Parkgäste, sondern auch Menschen aus der Region für einen Tages- oder Abendbesuch. Die Umsatzströme sind jetzt gleichmäßiger über das Jahr

verteilt. Wir haben genau analysiert, welche Zielgruppen wir ansprechen wollen, und ein

Konzept entwickelt, das dazu passt.“

Hier scannen, um die ganze Videoreportage zu sehen ▼



Im Family Entertainment Center MAUK finden Gäste das ganze Jahr über Aktivitäten und Gastronomie unter einem Dach.

Brandneues Firmengebäude für ein Camping-2.0-Erlebnis

Henk Pen Campers & Caravans

Auf dem Gewerbegebiet Laarberg im niederländischen Groenlo hat Henk Pen Campers & Caravans im Februar dieses Jahres ein brandneues Firmengebäude eröffnet. Neben Platz für Verkauf, Reparatur und Wartung von Wohnmobilen und Caravans ist auch eine riesige Abstellhalle hinzugekommen. Außerdem kommen modernste Techniken zum Einsatz, wie eine Videowall mit Ton-, Wind- und sogar Duft-Effekten. Dieses innovative „Campingunternehmen 2.0“ wurde von ACSI mit einem ACSI Innovation Award ausgezeichnet.

Direktor Berry Helming ist stolz auf das, was geschaffen wurde. „Kunden finden hier alles, was sie für ihr Wohnmobil oder ihren Caravan brauchen, unter einem Dach. Wir bieten An- und Verkauf an, man kann sein Campingfahrzeug hier unterstellen, und wir führen Wartungs- und Reparaturarbeiten durch. Außerdem haben wir einen Service hinzugefügt, mit dem man sein Campingfahrzeug im ersten und zweiten Kreis vermieten kann.“

Campingunternehmen 2.0

Als das alte Gebäude zu klein wurde, nahm der Plan für ein Campingunternehmen 2.0 Gestalt an. „Unser Gebäude war 35 Jahre alt. Will man darin dann noch investieren? Wir haben uns angeschaut, welche Bedürfnisse unsere Kunden haben, und immer stärker festgestellt, dass sie einen Full-Service wünschen. Deshalb haben wir alles zentralisiert.“

Von der Ratio zur Emotion

Das Prunkstück des Gebäudes ist die einzigartige Erlebniswelt. „Natürlich kann man hier alle

Campingfahrzeuge ordentlich nebeneinander vergleichen, aber richtig lebendig wird es erst, wenn man sich vorstellen kann, wie es auf dem Campingplatz aussieht. Deshalb stellen wir das Campingfahrzeug vor eine große Videowall, sodass man sieht, hört und sogar riecht, wie es im Urlaub ist. Man geht dann von der Ratio

zur Emotion über, bekommt ein Lächeln ins Gesicht und ein gutes Gefühl dafür, wie es später sein wird.“

Nachhaltigkeit steht im Mittelpunkt

Im Gebäude wird in den Abstellhallen mit konditionierter Luft gearbeitet

– damit Feuchtigkeit das Campingfahrzeug weniger angreifen kann – und man kann sein Campingfahrzeug rund um die Uhr mit einem eigenen Code bringen oder abholen. Auch Nachhaltigkeit spielt eine Rolle. „Auf dem Dach liegen mehr als 14.000 Solarmodule. Zusammen erzeugen sie 6

Millionen Kilowattstunden pro Jahr. Diese Energie nutzen wir selbst und verkaufen sie an unsere Mitunternehmer auf dem Gewerbegebiet.“

Hier scannen, um die ganze Videoreportage zu sehen ▼



In einer einzigartigen Erlebniswelt erleben Camper ihr Campingfahrzeug in einer Urlaubsumgebung.



Camping-Community unter der spanischen Sonne

Bravoplaya Camping-Resort

Das ganze Jahr geöffnet zu sein, ist für Campingplätze in Spanien nichts Ungewöhnliches. Das Bravoplaya Camping-Resort liegt in der Region Valencia und ist dank des angenehmen Klimas sowohl im Sommer als auch im Winter beliebt. Mit einer ausgewogenen Strategie in den Bereichen Einrichtungen, Animationsangebot und Personal bietet der Campingplatz in jeder Jahreszeit ein komplettes Urlaubserlebnis.

Rezeptionsmanagerin Eleni arbeitet seit 21 Jahren auf dem Campingplatz und sieht, dass es sich nicht für jeden Campingplatz lohnt, ganzjährig geöffnet zu sein. „Um rentabel zu sein, haben wir genau untersucht, welche Zielgruppen sich hier aufhalten. Im Winter sind das vor allem ältere Gäste – ohne Kinder, aber oft mit Hund – und in den Sommermonaten Familien mit Kindern.“ Das Angebot wird darauf abgestimmt. „In den Sommermonaten dreht sich alles um Wasserspaß und Animation. Unsere ‚Stierarena‘ ist der Ort, an dem wir tierfreundliche Unterhaltung bieten, wir liegen fast direkt am Strand und verfügen über drei Schwimmbäder und mehrere gastronomische Einrichtungen.“

Den Fokus verlagern

Sobald die Nebensaison beginnt, wird der Fokus verschoben. „Im Winter können wir ein Becken überdachen und beheizen, was

dann auch sehr gut angenommen wird. Die beiden anderen Becken werden entleert, damit sie gereinigt und instand gesetzt werden können. Außerdem haben wir Einrichtungen wie eine Hundedusche und ein angepasstes Animationsprogramm.“

Bessere Personalpolitik

Auf diese Weise ist der Ganzjahresbetrieb rentabel und bringt zudem noch einen weiteren großen Vorteil. Die Personalpolitik muss nicht mehr auf Saisonkräften basieren, sondern kann mit einem festen Team gestaltet werden. „In der Hochsaison bekommen wir zwar noch Unterstützung von zeitweiligen Kräften wie Studierenden. Ansonsten arbeiten wir mit einem festen Team, und das sorgt dafür, dass wir gut aufeinander eingespielt sind. Es fühlt sich wie eine große Familie an. Auch die Menschen, die hier arbeiten, schätzen es sehr, das ganze Jahr beim selben Arbeitgeber bleiben zu können.“

Campingfamilie

Auch die Gäste schätzen die Strategie des Campingplatzes. Wer mit einem Mitarbeiter über den Platz läuft, sieht, wie oft bekannten Gesichtern zugewinkt wird.

„Manche Camper kommen jedes Jahr wieder, und das sorgt für

eine gemütliche Atmosphäre. Es fühlt sich ein wenig wie eine Campingfamilie an. Wir helfen den Gästen bei allem Möglichen: vom Vereinbaren eines Arzttermins bis zur Organisation eines Ausflugs. Diese Kombination aus Atmosphäre, Einrichtungen und der Qualität des Angebots sorgt

dafür, dass wir uns von anderen Campingplätzen in der Region unterscheiden.“

Hier scannen, um die ganze Videoreportage zu sehen ▼



Das Bravoplaya Camping-Resort ist ganzjährig geöffnet, mit Einrichtungen, die auf verschiedene Zielgruppen abgestimmt sind.



Den Unterschied machen mit höchster Qualität

La Marina Resort by Samay

In der Nähe der spanischen Stadt Alicante liegt das La Marina Resort, und hier steht eines im Mittelpunkt: Qualität. Der Familienbetrieb erfindet sich seit drei Generationen immer wieder neu. Geschäftsführer Patrick Le Metayer erklärt, wie mithilfe eines klaren Kurses der Übergang von einem Campingplatz ohne Schwimmbad zu einem vollwertigen Resort mit hochwertigen Einrichtungen gelungen ist. Die Philosophie dahinter ist, dem Camper stets ein wenig mehr zu bieten, als er erwartet.

Das Jahr 2000 war dabei ein Wendepunkt, erinnert sich Le Metayer. „Wir beschlossen damals, den Fokus von Dauergästen auf touristische Gäste zu verlagern. Gleichzeitig entschieden wir uns, nicht länger über den Preis, sondern über Qualität zu konkurrieren. Seitdem haben wir nicht nur den Namen von ‚Campingplatz‘ zu ‚Resort‘ geändert, sondern auch die Qualität unserer Einrichtungen erhöht.“

Durch die Entscheidung für ein Resort wird eine breitere Zielgruppe angesprochen. „Ein ‚Campingplatz‘ setzt Grenzen, denn Menschen, die keine Camper sind, fühlen sich davon weniger angesprochen. Deshalb haben wir uns bewusst für den Begriff ‚Resort‘ entschieden.“

Mehr als nur Luxus

Qualität bedeutet im La Marina Resort mehr als nur luxuriöse Einrichtungen wie große Schwimmbäder, einen Aquapark und Wellnessangebote. „Auch Service, Benutzerfreundlichkeit und Ausstrahlung spielen eine Rolle. So bleiben die Schwimmbäder den

ganzen Tag geöffnet. Geschlossene Einrichtungen empfinden wir nicht als Qualität. Darüber hinaus ist Einheitlichkeit beim Personal wichtig. Gäste erkennen dadurch sofort, wer wofür verantwortlich ist.“

Ein wichtiger Bestandteil des Erfolgs ist die ganzjährige Öffnung. Dadurch kann das La Marina Resort weiterhin auf qualitativ hochwertiges Personal setzen. „Campingplätze, die schließen, verlieren jedes Jahr Talente. Wir können unser Team zusammenhalten und weiterentwickeln. Das sorgt für Kontinuität, engagierte Mitarbeiter und eine starke Unternehmenskultur.“ Um die Auslastung und die Einnahmen zu steigern, werden die Einrichtungen außerhalb der Hochsaison auch für externe Gäste geöffnet.

Vorreiter bei Qualität

Innovation ist bei La Marina Resort fest in der Unternehmensstrategie verankert. Das Resort war beispielsweise eines der ersten mit einem Wasserpark und gehörte zu den Vorreitern bei dynamischen

Preisstrategien. Auch All-inclusive-Konzepte mit Mahlzeiten an der Unterkunft sind Teil des Resort-Ansatzes. „Wir wollen ein Gesamtpaket bieten, wie man es in einem Resort erwartet“, erklärt Le Metayer. „Und die Qualität muss hoch bleiben. Alte Unterkünfte werden innerhalb von fünf Jahren ersetzt, und es kommen immer mehr luxuriöse Bungalows und Villen hinzu, oft mit Extras wie Whirlpool und Grill.“

Ein Lächeln hilft

Letztlich hängt der Erfolg Le Metayer zufolge nicht von einem einzigen Element ab. „Es ist ein Gesamtpaket aus Services und Einrichtungen. Die Lage am Meer, die Schwimmbäder, die Unterkünfte und der Service verstärken sich gegenseitig. Gerade diese Kombination sorgt dafür, dass Gäste nicht nur wegen eines einzelnen Aspekts kommen, sondern wegen des gesamten Erlebnisses.“

Zudem steckt Qualität nicht nur in großen Investitionen. „Es geht auch um die Details. Ein Lächeln im Restaurant, großzügige Öffnungszeiten und das Eingehen auf die Wünsche der Gäste.“

Hier scannen, um die ganze Videoreportage zu sehen ▼



Keine geschlossenen Einrichtungen im La Marina Resort, daher bleiben auch die Schwimmbäder den ganzen Tag geöffnet.

Nachhaltiges Camping auf Grundlage einer glasklaren Vision

Vakantiepark Delftse Hout

Am Rand von Delft – bekannt für den Maler Johannes Vermeer, die Nieuwe Kerk und das Delfter Blau – arbeitet Vakantiepark Delftse Hout an der Zukunft des Campings. Unter der Leitung des Eigentümers Pim Meijkamp wurde eine klare Vision mit viel Augenmerk auf Nachhaltigkeit, Technik und Innovation umgesetzt. So sind die Rezeption und das Sanitärgebäude komplett gasfrei, und die Legionellenbekämpfung ist vollständig automatisiert.

Laut Meijkamp ist die vor Jahren entwickelte Vision die Grundlage für das Ganze. „Damit beginnt alles. Entwickeln Sie eine Vision und legen Sie den Horizont mindestens fünfzehn Jahre in die Zukunft, sonst rentieren sich Ihre Investitionen nie. Ordnen Sie dann alles, was Sie tun, dieser Vision unter. Nicht nur die großen Projekte, sondern auch kleine Entscheidungen wie neue Stromsäulen oder Abfallströme.“

Heizen ohne Gas

Als der Park vor der Herausforderung stand, die alten Rezeptions- und Sanitärgebäude zu erneuern, entschied man sich für einen kompletten Neubau. „Dabei wollten wir intelligenter mit Wasser, Wärme und Strom umgehen“, so Meijkamp. Man entschied sich für Holzrahmenbauweise, weil diese nachhaltiger ist und eine kürzere Bauzeit ermöglicht. Außerdem wurde mit Höhe gearbeitet, damit der Wasserdampf entweichen kann. „Unsere Satteldächer sind nicht nur architektonisch schön,

sondern auch besonders praktisch, um mehr aus den Solarmodulen herauszuholen.“

Besonders stolz ist man jedoch auf die Wärmepumpen, die dafür sorgen, dass das Gebäude vollständig gasfrei funktioniert. „Die Wärmepumpen gewinnen selbst bei niedrigen Außentemperaturen Wärme aus der Luft. Über einen großen Speichertank und eine Verteilstation gelangt das Wasser in verschiedene Bereiche des Sanitärgebäudes. In Kombination mit den Solarmodulen macht dies den Park tagsüber weitgehend energieautark.“

Automatische Legionellenerkennung

Darüber hinaus wurde Raum für Technik und Innovation geschaffen. „Wir können den Wasserverbrauch auf verschiedene Weise einstellen und künftig sogar ein Bezahlssystem daran koppeln. Außerdem arbeiten wir mit automatischer Legionellenerkennung und

-bekämpfung. So müssen wir nicht mehr manuell spülen. Alle Werte werden extern registriert, und eine kontrollierende Organisation kann diese jederzeit digital einsehen.“

Längere Lebensdauer

Obwohl die Investitionen in nachhaltige Installationen höher ausfallen, sieht Meijkamp auch klare Vorteile. „Durch die Nutzung von Solarenergie sinken die Betriebskosten, und das System

amortisiert sich mit der Zeit. Während normalerweise von einer Amortisationszeit von sechs Jahren ausgegangen wird, rechnet man bei diesem innovativen Ansatz mit zehn Jahren und einer erwarteten Lebensdauer von rund zwanzig Jahren.“

Die Finanzierung dieser nachhaltigen Umstellung wurde durch eine Kombination aus bankseitiger Unterstützung

und Fördermitteln ermöglicht. Die wichtigste Lehre für die Branche lautet jedoch: „Wer vorausschauend denkt und aus einer klaren langfristigen Vision heraus investiert, schafft eine solide Grundlage für ein zukunftsfähiges Unternehmen.“

Hier scannen, um die ganze Videoreportage zu sehen ▼



Der Vakantiepark Delftse Hout hat Nachhaltigkeit fest in seiner Unternehmensstrategie verankert.

Ein inspirierendes Zusammenspiel

Die Entwicklung von Campingplätzen und Ferienparks schreitet in hohem Tempo voran. Was einst eine rein funktionale Infrastruktur war, entwickelt sich zunehmend zu einem integralen Bestandteil der Landschaft mit architektonischer Qualität. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, wie sich ein Campingplatz respektvoll in seine Umgebung einfügen kann, anstatt sie zu dominieren. In diesem Prozess spielen Nachhaltigkeit, Materialwahl und innovative Bauprinzipien eine immer größere Rolle. Von alpiner Holzbauweise bis hin zu mediterraner Landschaftsarchitektur werden Campingplätze als zusammenhängende Gesamtkonzepte gestaltet, in denen sich Natur, Komfort und Ästhetik gegenseitig verstärken. Das Ergebnis ist eine neue Generation von Campingplätzen, die nicht nur Unterkunft bieten, sondern auch ein durchdachtes räumliches Erlebnis im Einklang mit ihrer Umgebung schaffen.

Traditionelle alpine Baukultur mit modernem Twist

Im **Camping Caravan Park Sexten** steht die Architektur vollständig im Dienst der Landschaft. Der Park wurde nach den Prinzipien der alpinen Baukultur entworfen, mit klaren Bezügen zu traditionellen Bauernhöfen. Dies zeigt sich in Form, Material und Proportionen. Holz, Naturstein und eine zurückhaltende Farbgebung schaffen ein harmonisches Gesamtbild, das sich nahtlos in die Dolomiten einfügt.

Auffällig ist die Integration historischer Elemente: Alte Bauernhöfe wurden wiederaufgebaut und erhalten neue Funktionen innerhalb des Parks. In Kombination mit traditionellen Bautechniken und natürlichen Dämmstoffen entsteht ein nachhaltiges Gesamtkonzept, in dem sich Kulturerbe, Architektur und moderne Freizeitnutzung verbinden.



Caravan Park Sexten
Südtirol, Italien



von Design und Natur

Moderne Gestaltung trifft auf mediterrane Traditionen

Camping Yelloh! Village le Brasilia verfolgt eine zeitgemäße architektonische Vision, in der sich moderne Gestaltung und mediterrane Traditionen ergänzen. Klare Linien und innovative Baukörper werden mit Materialien kombiniert, die sorgfältig im Hinblick auf Nachhaltigkeit und landschaftliche Integration ausgewählt wurden. Sanfte Farbtöne greifen die Farben von Sand, Erde und Vegetation auf und sorgen für eine ruhige und harmonische Ausstrahlung.

Die landschaftliche Gestaltung trägt wesentlich zum Campingerlebnis bei. Das Gelände erinnert an einen mediterranen Garten, mit standortgerechter und klimaresistenter Bepflanzung, die die Biodiversität fördert und dem Park im Laufe der Jahreszeiten unterschiedliche Charaktere verleiht. Das Ergebnis ist ein ausgewogenes Gesamtbild, in dem Architektur, Natur und Umgebung auf subtile Weise zusammenfinden.



Yelloh! Village le Brasilia
Languedoc-Roussillon, Frankreich



Harmonisch in die Landschaft integriert

Im **Playa Montroig Camping Resort** stehen der respektvolle Umgang mit der mediterranen Landschaft und ihre harmonische Integration im Mittelpunkt. Die Anlage ist großzügig gestaltet, mit Stellplätzen und Unterkünften, die sich über üppige Gärten mit Palmen und einheimischer Bepflanzung verteilen und für Schatten, Privatsphäre und eine natürliche Atmosphäre sorgen.

Die Architektur zeichnet sich durch zeitlose Linien, warme und neutrale Farben sowie nachhaltige Materialien aus, die sich in die Umgebung einfügen. Auch bei der Gestaltung von Wegen, Beleuchtung und Gemeinschaftsbereichen bleibt der Bezug zur Natur erhalten. So entsteht ein ausgewogenes und ruhiges Gesamtbild.



Playa Montroig Camping Resort
Katalonien, Spanien



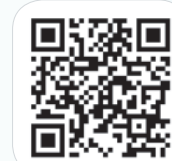
Architektur im Zusammenhang mit dem Standort

Beim **Alpencamping Nenzing** ist die Beziehung zwischen Architektur und Natur von zentraler Bedeutung. Der Campingplatz liegt im Tal von Vorarlberg, mit direktem Zugang zu den Bergen und Naturgebieten. Dadurch ist das Design stark auf die Integration in die Umgebung ausgerichtet.

Die Gebäude zeichnen sich durch einen zurückhaltenden, modernen alpinen Stil aus, mit dem Einsatz von Holz, Stein und Glas. Große Fensterflächen und fließende Übergänge zwischen Innen- und Außenbereichen stärken die Verbindung zur Berglandschaft. Die natürliche Farbgestaltung sorgt für eine ruhige Einbindung in die Umgebung. Durch kontinuierliche Weiterentwicklung und Erweiterung entwickelt sich der Campingplatz zu einem zeitgemäßen Reiseziel, in dem moderner Komfort und authentischer alpiner Charakter im Gleichgewicht bleiben.



Alpencamping Nenzing
Vorarlberg, Österreich



Vom Lebenswerk zur

Vorausblicken als Campingplatzbetreiber



Für viele Eigentümer ist ihr Campingplatz mehr als nur ein Unternehmen. Es ist ein Lebenswerk, in dem jahrelanger Einsatz, Familiengeschichte und Unternehmertum zusammenkommen. Gerade deshalb ist es kein selbstverständliches Thema, über Verkauf oder Übergabe nachzudenken. Dennoch stellt ACSI fest, dass diese Frage in der europäischen Campingbranche immer aktueller wird.

Der Markt professionalisiert sich in hohem Tempo. Internationale Betreiber, Investorengruppen und strategische Käufer zeigen ein starkes Interesse an qualitativ hochwertigen Campingplätzen. Gleichzeitig stehen viele Eigentümer vor Herausforderungen wie Nachfolgefragen, zunehmender Regulierung und wachsendem Investitionsdruck. Vorausschauendes Handeln ist daher kein Luxus mehr, sondern Teil modernen Unternehmertums.

Ein Sektor im Wandel

Camping hat sich zu einer reifen und vielseitigen Freizeitform entwickelt. Es ist beliebter denn je, und diese Popularität ist alles andere als ein vorübergehender Trend. Seit Jahren verzeichnet die Branche stabile Wachstumswahlen. Die Gruppe der Campingliebhaber ist stetig gewachsen, wodurch die Zielgruppen vielfältiger werden.

Dieses Wachstum und die Differenzierung haben zu einem veränderten Angebot geführt. Immer mehr Campingplätze investieren in feste Unterkünfte, umfangreiche Einrichtungen und Möglichkeiten für einen Ganzjahresbetrieb. So entwickeln sich Campingplätze zunehmend zu vollwertigen

Freizeitunternehmen mit klarer Positionierung und Wachstumspotenzial.

Durch diese Professionalisierung ist die Campingbranche verstärkt in den Fokus neuer Akteure geraten. Dabei handelt es sich häufig um finanzstarke Parteien, die bereit sind, erhebliche Investitionen zu tätigen, um Campingplätze und Ferienparks noch rentabler zu machen. Besonders in touristisch attraktiven Regionen ist diese Entwicklung deutlich sichtbar.

Für Campingplatzbetreiber bedeutet dies, dass der Markt für Verkauf oder Kooperationen größer, aber auch komplexer geworden ist. Käufer arbeiten mit umfangreichen Analysen, klar definierten Investitionskriterien und legen großen Wert auf langfristige Wertentwicklung.

Gerade deshalb wird spezialisiertes Branchenwissen bei Verkaufs- oder Übernahmeprozessen immer wichtiger. Nicht nur, um die richtigen Parteien zu finden, sondern auch, um realistische Bewertungen vorzunehmen und die strategische Position eines Campingplatzes fundiert einschätzen zu können.

Persönliche Beweggründe für einen Verkauf

Neben den Marktentwicklungen spielen persönliche Umstände eine wichtige Rolle bei der Frage nach einem Verkauf. Viele Campingplatzbetreiber erreichen das Rentenalter oder denken über die nächste Lebensphase nach. Nicht immer gibt es eine Nachfolge innerhalb der Familie, was Anlass sein kann, Alternativen zu prüfen. Auch das Unternehmertum selbst verändert sich. Gesetze und Vorschriften werden komplexer, Investitionen steigen,

und Gäste erwarten ein immer höheres Niveau an Komfort und Service. Für einige Eigentümer ist dies eine inspirierende Herausforderung, für andere ein Grund, es ruhiger angehen zu wollen.

„Jeder Campingplatz hat seine eigene Geschichte. Lassen Sie uns gemeinsam den Käufer finden, der diese Geschichte am meisten schätzt.“

Mochtar Velders – Verantwortlich für die Vermittlung in den Benelux-Ländern und Frankreich

Ein Verkauf ist dabei nicht zwangsläufig eine (finanzielle) Notwendigkeit. Für viele Unternehmer ist es eine bewusste Entscheidung, das Unternehmen zum richtigen Zeitpunkt zu übergeben. Gleichzeitig sehen andere Parteien gerade in dieser Phase Chancen, einen Campingplatz zu übernehmen und weiterzuentwickeln.

Die Bedeutung der Orientierung

Ein weit verbreiteter Irrtum ist, dass ein Verkauf erst dann relevant wird, wenn die endgültige Entscheidung bereits getroffen ist. In der Praxis zeigt sich, dass Campingplatzbetreiber, die sich frühzeitig orientieren, mehr Kontrolle über den Prozess behalten. Sich frühzeitig mit dem Thema zu befassen bedeutet nicht, sofort handeln zu müssen. Es bietet vielmehr die Möglichkeit, Szenarien zu prüfen und die eigene Unternehmensposition besser zu verstehen.

Wie hoch ist der aktuelle Wert des Campingplatzes? Welche Faktoren beeinflussen ihn? Wo liegen Entwicklungschancen? Und welcher Käufertyp

passt zur Zukunftsvision des Unternehmens? Wer diese Fragen rechtzeitig stellt, schafft Raum für fundierte Entscheidungen ohne Zeitdruck. Orientierung bedeutet nicht, dass der Campingplatz morgen auf den Markt kommt,

sondern dass man vorbereitet ist, wenn der richtige Zeitpunkt eintritt.

Bewertung eines Campingplatzes

Der Wert eines Campingplatzes wird von mehr als nur Umsatz oder Größe bestimmt. Auch die Lage ist ein entscheidender Faktor, ebenso wie Genehmigungen, Flächennutzungspläne, Erweiterungsmöglichkeiten, Infrastruktur und die Qualität der Einrichtungen. Zudem achten Käufer zunehmend auf Zukunftsfähigkeit.

Ist der Campingplatz für einen Ganzjahresbetrieb geeignet? Entsprechen die Einrichtungen den sich verändernden Erwartungen der Gäste? Gibt es Potenzial für Nachhaltigkeit oder Erweiterung? Wie stark ist die Marktposition in der Region? Auch externe Faktoren wie regionale Tourismusedwicklungen und Wettbewerbssituation spielen eine Rolle. Eine realistische Bewertung erfordert daher nicht nur eine finanzielle Analyse, sondern auch ein Verständnis für die Dynamik der europäischen Campingbranche und den passenden Käufertyp für einen bestimmten Campingplatz oder Ferienpark.

ACSI als Wissenspartner für Campingplatzbetreiber

ACSI ist seit 1965 eng mit der europäischen Campingbranche verbunden. Jährlich inspiziert ACSI rund 10.000 Campingplätze in ganz Europa und steht täglich in Kontakt mit Unternehmern der Branche. Dadurch verfügt ACSI über einen einzigartigen und aktuellen Einblick in die Entwicklungen des Sektors.

Dieses Wissen bildet seit Jahrzehnten die Grundlage für verlässliche Informationen für Camper und Campingplätze.

ACSI als Wissenspartner für Campingplatzbetreiber

ACSI ist seit 1965 eng mit der europäischen Campingbranche verbunden. Jährlich inspiziert ACSI rund 10.000 Campingplätze in ganz Europa und steht täglich in Kontakt mit Unternehmern der Branche. Dadurch verfügt ACSI über einen einzigartigen und aktuellen Einblick in die Entwicklungen des Sektors.

Dieses Wissen bildet seit Jahrzehnten die Grundlage für verlässliche Informationen für Camper und Campingplätze. Gleichzeitig stellt ACSI fest, dass Campingplatzbetreiber zunehmend Unterstützung bei strategischen Fragestellungen suchen, darunter auch bei der Vorbereitung auf Verkauf oder Übergabe.

Übergabe

Gleichzeitig stellt ACSI fest, dass Campingplatzbetreiber zunehmend Unterstützung bei strategischen Fragestellungen suchen, darunter auch bei der Vorbereitung auf Verkauf oder Übergabe.

Diskretion und Kontinuität

Ein Verkaufs- oder Übernahmeprozess betrifft nicht nur den Eigentümer, sondern auch Mitarbeiter, Stammgäste und Lieferanten. Unruhe oder Gerüchte können den Betrieb stören und das Vertrauen beeinträchtigen. Diskretion ist daher eine zentrale Voraussetzung für einen sorgfältigen Prozess.

Professionelle Begleitung stellt sicher, dass Informationen kontrolliert und ausschließlich mit ernsthaft interessierten Parteien geteilt werden. Dies erfolgt häufig über Vertraulichkeitsvereinbarungen und eine gestufte Informationsbereitstellung. So bleibt die Kontinuität gewahrt und der Prozess kann strukturiert verlaufen.

Verkauf bedeutet nicht immer Abschied

Ein Verkauf bedeutet nicht automatisch, dass sich ein Eigentümer vollständig aus dem Unternehmen zurückzieht. In manchen Fällen

bleibt der ehemalige Eigentümer eingebunden, beispielsweise als Betreiber, Berater oder über ein Leaseback-Modell.

Auch eine schrittweise Übergabe ist möglich, bei der Verantwortlichkeiten nach und nach übertragen werden. Für Käufer bietet dies die Möglichkeit, sich schrittweise einzuarbeiten und das Unternehmen besser kennenzulernen. Diese Flexibilität ermöglicht Lösungen, die sowohl den persönlichen Wünschen des Eigentümers als auch der Zukunft des Campingplatzes entsprechen.

„Das Werk Ihres Lebens verdient einen sorgfältigen und respektvollen Verkauf, damit Sie mit Vertrauen übergeben können, was Sie aufgebaut haben.“

Stefan Thureau – Verantwortlich für die Vermittlung in den deutschsprachigen Ländern und Südeuropa

Struktur schafft Klarheit

Ein sorgfältiger Verkaufs- oder Kaufprozess folgt klaren Schritten. Er beginnt mit einem vertraulichen Erstgespräch und einer Analyse des Unternehmens. Darauf folgen die Bewertung, die strategische Positionierung und die Erstellung eines Informationsmemorandums. Anschließend werden

geeignete Parteien angesprochen und durch Verhandlungen, Due Diligence und die finale Übergabe begleitet. Eine strukturierte Vorgehensweise schafft Übersicht und Sicherheit. Verkäufer und Käufer treffen ihre Entscheidungen auf Basis von Fakten und fundierten Erkenntnissen statt auf Annahmen.

ACSI Broker Services: spezialisiert auf den Kauf und Verkauf von Campingplätzen und Ferienparks in Europa

Der Kauf oder Verkauf eines Campingplatzes oder Ferienparks ist ein komplexer Prozess, in dem wirtschaftliche, rechtliche und persönliche Interessen zusammenkommen. Deshalb hat ACSI eine spezialisierte Dienstleistung ins Leben gerufen.

ACSI Broker Services konzentriert sich vollständig auf die Vermittlung beim Kauf und Verkauf von Campingplätzen und Ferienparks in Europa. Dabei kombiniert ACSI fundiertes Branchenwissen mit einem internationalen Netzwerk aus Betreibern, Investoren und strategischen Käufern. Für Eigentümer bedeutet dies Unterstützung sowohl im Verkaufsprozess als auch in der strategischen Vorbereitung.

ACSI Broker Services unterstützt unter anderem bei:

- der Ermittlung eines realistischen Marktwerts des Campingplatzes.
- der Analyse der Stärken und Entwicklungspotenziale des Unternehmens.
- der Erstellung eines professionellen Informationsmemorandums.
- der Identifizierung und Auswahl geeigneter Käufer innerhalb eines internationalen Netzwerks.
- der Begleitung von Verhandlungen und Due Diligence.
- der Strukturierung der finalen Transaktion.

Erfahrene Führung mit internationaler Marktkenntnis

Mochtar Velders und Stefan Thureau verfügen beide über

jahrzehntelange Erfahrung in der Camping-, Freizeit- und Hospitalitybranche. Sie haben zahlreiche Transaktionen für private Eigentümer, Betreiber und Investorengruppen in den Benelux-Ländern, der DACH-Region und Südeuropa begleitet. Diese Erfahrung bringen sie nun in ACSI Broker Services ein.

Ihre kombinierte Expertise sorgt für realistische Bewertungen, eine strukturierte Vorgehensweise und professionelle Begleitung während des gesamten Prozesses.

Diskretion als Grundprinzip des Verkaufsprozesses

Diskretion spielt dabei eine zentrale Rolle. Alle Prozesse erfolgen unter strikter Vertraulichkeit, und

sensible Informationen werden ausschließlich mit sorgfältig ausgewählten und vorab geprüften Parteien geteilt.

Für Eigentümer, die maximale Vertraulichkeit wünschen, bietet ACSI Broker Services zudem die Möglichkeit eines sogenannten Secret Sale. Dabei wird ein Campingplatz exklusiv einer sehr begrenzten Gruppe von Interessenten angeboten, ohne öffentliche Vermarktung.

Begleitung von Anfang bis Ende

Von der strategischen Vorbereitung und Bewertung bis hin zu Verhandlungen und Abschluss der Transaktion begleitet ACSI Broker Services Campingplatzbetreiber über den

gesamten Prozess hinweg.

Im Mittelpunkt steht eine unabhängige Beratung, die sowohl die wirtschaftlichen Interessen als auch das Lebenswerk hinter einem Campingplatz berücksichtigt. So unterstützt ACSI Unternehmer mit Wissen, Struktur und Vertrauen in einer entscheidenden Phase ihres unternehmerischen Handelns.

Durch diesen Ansatz werden Eigentümer während eines oft komplexen Prozesses entlastet, während gleichzeitig eine sorgfältige Übergabe sichergestellt wird, die sowohl zum Unternehmen als auch zu den persönlichen Wünschen des Eigentümers passt.



Stefan Thureau (links) und Mochtar Velders (rechts) stehen bereit für Campingplätze oder Ferienparks, die sich über einen Verkauf orientieren möchten.

Spezialisten für Freizeit und Entwicklung

Stefan Thureau verfügt über mehr als zwanzig Jahre Erfahrung in den Bereichen Hospitality und Immobilien. Die Verbindung von Gästelerlebnis, operativem Geschäft und strategischer Entwicklung zieht sich wie ein roter Faden durch seine Laufbahn. Er war in verschiedenen europäischen Märkten tätig und bekleidete Schlüsselpositionen bei renommierten Organisationen wie

Center Parcs und Pierre & Vacances Group, EuroParcs und BoerenBed. In seiner Karriere hat er zur Entwicklung und Transformation von Freizeitdestinationen beigetragen, wobei er unternehmerisches Denken mit einem starken Fokus auf nachhaltige Ergebnisse und Gästelerlebnis verbindet.

Mochtar Velders verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung in

der europäischen Ferienpark- und Campingbranche. In der Vergangenheit war er in leitenden Positionen bei Unternehmen wie Center Parcs, Siblu, Vacaliance, New Century und ACSI tätig. Er verbindet strategisches Denken mit praktischer Maklererfahrung und unterstützt Eigentümer von Campingplätzen und Ferienparks bei erfolgreichen Transaktionen und nachhaltiger Wertschöpfung.

Kosten und Konditionen

- ✓ No cure, no pay
- ✓ Provision wird nur bei erfolgreichem Verkauf berechnet
- ✓ Keine Startkosten
- ✓ Keine versteckten Gebühren
- ✓ Volle Transparenz in jedem Schritt



1. Vertrauliches Erstgespräch und NDA



2. Realistische Bewertung und Analyse



3. Professionelle Verkaufsunterlagen



4. Zielgerichtete Ansprache qualifizierter Käufer



5. Verhandlung und Due Diligence



6. Abschluss und Übergabe

Bereit für ein vertrauliches Gespräch?

Scannen Sie den QR-Code für eine unverbindliche und vertrauliche Beratung.

www.acsi-campingforsale.com
info@acsi-brokerservices.eu



Viele Campingpläne für 2026

Ergebnisse der ACSI Camping-Intentionen-Studie

Kurz vor dem Start der Campingsaison 2026 hat ACSI die Pläne von Campern in ganz Europa abgefragt. In diesem Jahr nahmen mehr als 20.000 Camper an dieser jährlichen Camping-Intentionen-Studie teil. Welche Länder sind am beliebtesten und warum entscheiden sich Camper für diese Reiseziele? ACSI präsentiert die wichtigsten Ergebnisse.

Die fünf beliebtesten europäischen Campingländer

Über alle europäischen Camper hinweg sind Frankreich, Deutschland, die Niederlande, Spanien und Italien die beliebtesten Urlaubsländer. Betrachtet man die Ergebnisse pro Land, werden Unterschiede sichtbar. So zeigt sich, dass bei niederländischen, französischen und deutschen Campern das eigene Land an erster Stelle steht, gefolgt von Frankreich auf dem zweiten Platz.



Wie oft möchten Camper im Jahr 2026 in den Urlaub fahren?

Camper geben an, im Jahr 2026 fünfmal pro Jahr einen Campingurlaub machen zu wollen. Dies gilt sowohl für Camper, die mit Kindern reisen, als auch für Camper ohne Kinder. Das Ergebnis entspricht damit nahezu dem des Vorjahres, als diese Frage ebenfalls gestellt wurde.

Außerdem wurde gefragt, in welchen Monaten die Befragten verreisen möchten. Die Ergebnisse zeigen, dass alle Monate des Jahres vertreten sind.

Möchten Sie mehr über die weiteren Ergebnisse der Studie erfahren? Oder die spezifischen Resultate für Camper aus den Niederlanden, Deutschland, Frankreich oder dem Vereinigten Königreich einsehen?

Scannen Sie dann den QR-Code rechts und entdecken Sie alle Ergebnisse.

Wie viele Tage planen Sie, einen Campingurlaub zu machen?



Wie oft planen Sie, im Jahr 2026 auf Campingurlaub zu gehen?

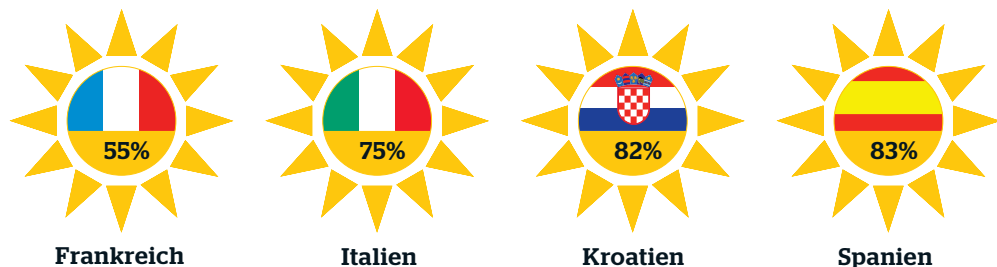


Alle Ergebnisse anzeigen



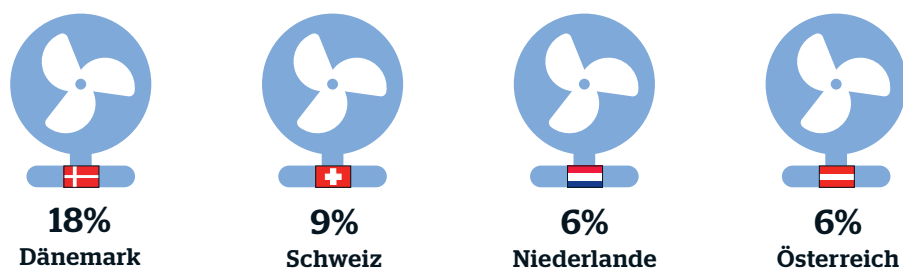
Angenehm warm und sonnig

Europäische Camper suchen während ihres Urlaubs gerne die Sonne. Dies wurde deutlich, als nach den Gründen für die Wahl eines bestimmten Landes gefragt wurde. Es wurden verschiedene Gründe genannt, doch bei diesen Ländern stand die Antwort „angenehm warm und sonnig“ klar an erster Stelle.



Oder lieber ein kühleres Klima

In der Studie wurde auch untersucht, ob es Camper gibt, die sich bewusst für ein Land entscheiden, weil das Klima dort kühler ist. Für kein Land stellte dies den Hauptgrund dar, jedoch wurde es bei einigen Ländern als einer der Gründe genannt. Dies war bei Dänemark, der Schweiz, Österreich und den Niederlanden der Fall.



Alles direkt auf dem Bildschirm

Die CampingCard ACSI-Ermäßigungskarte einfach scannen

Jedes Jahr begrüßen Campingplätze in ganz Europa Hunderttausende von Campern, die mit der CampingCard ACSI unterwegs sind. Dank des QR-Codes auf der (digitalen) Ermäßigungskarte können Campingplätze Kundendaten reibungslos, schnell und fehlerfrei übernehmen. Das Scannen bietet Campingplätzen zudem in ihrem eigenen Dashboard Einblick in die Anzahl der Camper, die den Campingplatz mit der CampingCard ACSI besuchen.

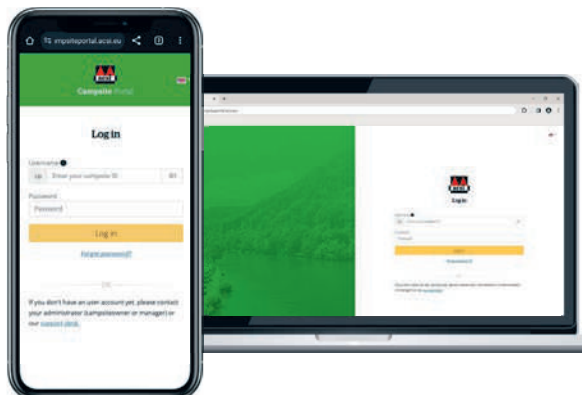
Schritt 1

Der digitale QR-Code wird alle 5 Minuten erneuert und ist durch ein integriertes Bewegungselement in der App nicht kopierbar.



Schritt 2

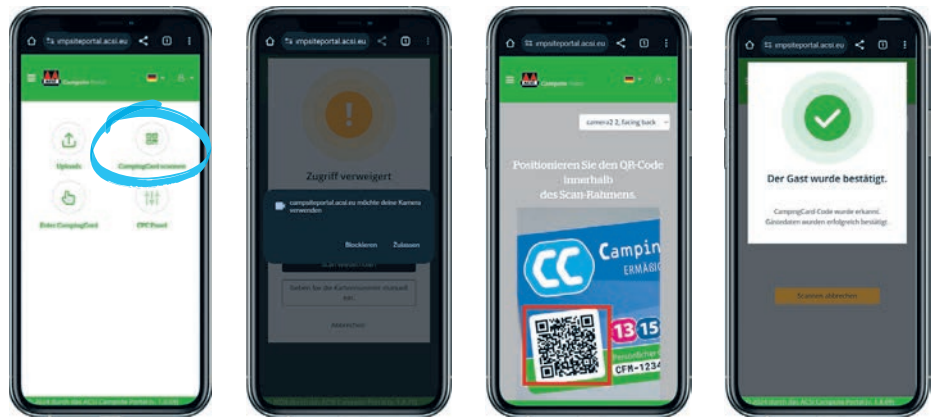
Um den QR-Code zu scannen, melden Sie sich zunächst im ACSI Campsite Portal an. Gehen Sie dazu auf campsiteportal.acsi.eu. Als Benutzername müssen Sie lediglich Ihre Camping-ID eingeben. Die Camping-ID finden Sie in Ihrem Vertrag oder in der URL Ihrer Campingplatzseite.



! Sie können das ACSI Campsite Portal auf Ihrem Smartphone, Tablet, Laptop oder PC öffnen.

Schritt 3

Der QR-Code kann mit der Kamera eines Smartphones, Tablets, Laptops oder PCs gescannt werden. Zum Scannen benötigt Ihr Browser Zugriff auf Ihre Kamera.



Schritt 3 (optional)

Sollte das Scannen nicht funktionieren, können Sie den eindeutigen Code auf der Papier- oder digitalen Karte auch manuell im ACSI Campsite Portal eingeben.



Schritt 4

Über das ACSI Campsite Portal können Sie die Kundendaten ganz einfach in Ihr eigenes Reservierungssystem übernehmen. Alternativ senden Sie die Daten an Ihr E-Mail-Postfach und bearbeiten alles zu einem späteren Zeitpunkt am Tag in Ruhe.



Tipp!

Scannen Sie den QR-Code für ein Webinar zum ACSI Campsite Portal.



So erleben Campingplätze das Scannen

Resort Marina Oolderhuiske | Niederlande

"Da alles digital ist, kann ich alle Daten schnell abrufen. Dadurch habe ich mehr Zeit für ein freundliches Gespräch mit dem Camper. Ein zusätzlicher Vorteil des digitalen Produkts ist, dass jeder immer sein Smartphone dabei hat, auf dem die App installiert ist. Früher kam es gelegentlich vor, dass ein Camper seine Rabattkarte vergessen hatte und ich ihm den vergünstigten Tarif nicht anbieten konnte."

Camping Münsterland Eichenhof | Deutschland

"Es hilft enorm, dass wir alle Gästedaten, einschließlich der Kennzeichen, sofort auf unserem Computer verfügbar haben. Wir sind der Meinung, dass ACSI mit CampingCard ACSI Digital einen guten und wichtigen Schritt gemacht hat. Ich erwarte, dass in dieser Campingsaison noch mehr Camper das digitale Produkt nutzen werden und dass sich die Nutzung weiter etabliert."

Camping Les Méditerranées Beach Garden | Frankreich

"Etwa 40 % der CampingCard ACSI-Camper, die hier übernachten, nutzen das digitale Produkt. Der Rest verwendet noch die Papier-Rabattkarte. Durch das Scannen des QR-Codes rufen wir die Daten direkt aus dem ACSI Campsite Portal ab. Das Entziffern schwer lesbarer Handschriften entfällt damit."

Neue Tarife im Jahr 2027

€29 €31

Im Jahr 2027 werden zwei neue CampingCard ACSI-Übernachtungstarife eingeführt, nämlich 29 € und 31 €. Damit passt sich ACSI den europäischen Preisniveaus an und kommt den Wünschen einiger Campingplätze entgegen.

Während des Besuchs des ACSI-Inspektors können Sie besprechen, welcher CampingCard ACSI-Tarif am besten zu Ihren Nebensaisonpreisen passt.

Neue PMS-Schnittstellen

Mit einer direkten PMS-Schnittstelle können Kundendaten automatisch in das eigene Buchungssystem des Campingplatzes übertragen werden. Dies vereinfacht die Verwaltung, reduziert den manuellen Aufwand und stellt sicher, dass die Informationen stets aktuell sind.

ACSI arbeitet derzeit aktiv daran, die Anzahl der unterstützten Systeme zu erweitern. Campingplätze werden informiert, sobald neue Updates verfügbar sind.

CampingCard ACSI trägt zur Rentabilität bei

ACSI befragt jedes Jahr teilnehmende CampingCard ACSI-Campingplätze zu ihren Erfahrungen mit dem Produkt. Daraus geht hervor, dass – wie im Vorjahr – nicht weniger als 75 % der Campingplätze eine Bewertung von 8 oder höher vergeben (auf einer Skala von 1 bis 10). 65 % der Campingplätze geben an, dass die CampingCard ACSI zur Rentabilität ihres Betriebs beiträgt.

ACSI baut weiter aus

Mehr Reichweite, intelligenterer Technologie und maximale Unterstützung für Campingplätze

Beim Betrieb eines Campingplatzes oder Ferienparks spielen Faktoren wie Online-Sichtbarkeit und effizientes Arbeiten eine immer wichtigere Rolle. Camper orientieren sich heutzutage vor allem online bei der Planung ihres nächsten Urlaubs und erwarten dabei Schnelligkeit, Komfort und

persönlichen Kontakt. ACSI investiert daher kontinuierlich in die Weiterentwicklung seiner digitalen Plattformen und Produkte. Auch in der vergangenen Zeit wurden hier große Fortschritte erzielt. So wurde die ACSI Camping Europa-App vollständig erneuert, ein umfassendes Re-Design

von Eurocampings.eu wird ausgerollt und neue Funktionen werden in der Camping Comfort-App eingeführt. Das Ziel ist klar: Millionen von Campnern besser zu erreichen und Campingplätze dabei optimal zu unterstützen.

Millionen Camper in Reichweite

ACSI erreicht jährlich Millionen europäischer Camper über seine Websites und Apps. Für viele Urlauber beginnt die Suche nach einem Campingplatz auf Eurocampings.eu oder in der ACSI Camping Europa-App. Genau deshalb wird im Hintergrund intensiv an Erneuerung und Optimierung gearbeitet.

Die ACSI Camping Europa-App wird derzeit vollständig neu aufgebaut. Es handelt sich nicht



Rian Engels-Van Leeuwen,
Product Owner ACSI-Apps

um ein kleines Update, sondern um eine grundlegende Neuentwicklung der technischen Basis. Die bestehende App wurde in den vergangenen Jahren um immer mehr Funktionen erweitert, wodurch die Technik weniger flexibel wurde. Um neue Innovationen – wie beispielsweise Routenfunktionen – zu ermöglichen, war ein Neustart erforderlich.

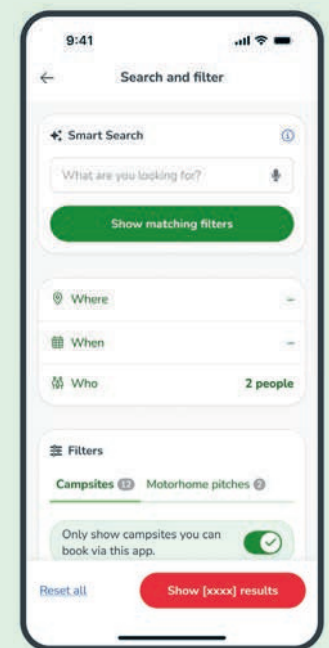
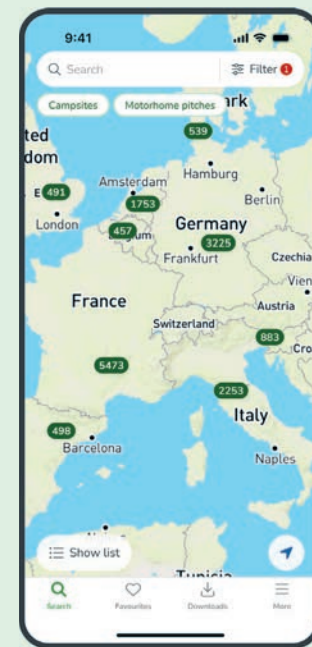
Entwickelt für iOS und Android
Die erneuerte App wird „nativ“ für iOS und Android entwickelt. Das bedeutet, dass beide Plattformen optimal genutzt werden und zukünftige Erweiterungen einfacher umgesetzt werden können. Für Nutzer wird die Suche zudem schneller und intuitiver. Campingplätze sind direkt auf

der Karte sichtbar, ohne dass zunächst große Datenmengen heruntergeladen werden müssen.

Einfachere Suche

Die Offline-Nutzung der App bleibt möglich und der Umgang mit Daten wird flexibler. Zudem wird an intelligenteren Suchfunktionen gearbeitet. Camper können künftig beispielsweise nach „ruhiger Campingplatz am Meer in Frankreich“ suchen und erhalten sofort passende Ergebnisse.

In der erneuerten App werden Campingplätze besser gefunden und Camper profitieren von mehr Benutzerfreundlichkeit. Zudem ist die Plattform bereit für zukünftige Erweiterungen.



„Durch die Entscheidung für eine neue Plattform sind wir technisch bereit für zukünftige Entwicklungen.“

Camping Comfort-App: Technologie, die den Unternehmer entlastet

Camping Comfort ist eine Gäste-App, mit der Campingplätze ihre Gäste während ihres Aufenthalts digital informieren und bedienen können. Die Camping Comfort-App unterstützt Campingplatzbetreiber dabei, effizienter zu arbeiten, sodass mehr Zeit für den persönlichen Kontakt mit den Gästen bleibt.

In der App finden Gäste praktische Informationen, das aktuelle Aktivitätsangebot und Neuigkeiten. Je nach Einrichtung können sie über die App Bestellungen aufgeben oder Reservierungen vornehmen. Für Campingplätze bedeutet dies weniger wiederkehrende Fragen an der Rezeption und zusätzliche Umsatzchancen, beispielsweise durch Brötchenservice, Vermietung oder Aktivitäten.

Einführung eines KI-Agenten

Der nächste Schritt ist die Einführung eines KI-Agenten. Anfang April wurde eine Pilotphase mit einer ersten Gruppe von Campingplätzen gestartet. Ziel ist es nicht, einen einfachen

Chatbot hinzuzufügen, sondern einen digitalen Assistenten, der tatsächlich Aufgaben ausführt. Dazu gehören beispielsweise die automatische Anmeldung zu Aktivitäten, das Bestellen von Frühstück oder die Beantwortung praktischer Fragen ohne Eingreifen eines Mitarbeiters. Damit entwickelt sich die App von einer reinen Informationsplattform zu einer echten Entlastung im Betrieb.

In einer nächsten Phase kann der KI-Agent sogar proaktiv handeln.



Sjoerd Botter,
Produktmanager Camping Comfort-App

„Wir wollen keinen Chatbot, der nur Fragen beantwortet, sondern einen Assistenten, der auch tatsächlich Aufgaben ausführen kann.“

So kann beispielsweise ein Gast, der gestern Frühstück bestellt hat, eine Erinnerung erhalten mit der Frage, ob er heute erneut bestellen möchte. Dies erhöht den Komfort für den Gast und fördert gezielt den Umsatz.

Für Campingplätze, die die Camping Comfort-App bereits nutzen, ist die Einstiegshürde gering. Der KI-Agent greift auf die bereits vorhandenen Informationen in der App zurück und kann einfach aktiviert werden. Voraussetzung ist jedoch, dass Einrichtungen, Aktivitäten und Verkaufsstellen korrekt eingerichtet sind.

Neue Ketten-App

Am 1. April wurde eine neue Ketten-App für Organisationen mit mehreren Campingplätzen eingeführt. In dieser Variante liegt der Fokus stärker auf der Umwandlung in Buchungen.

Besucher starten in einer buchungsorientierten Umgebung und werden nach der Reservierung automatisch zu ihrer eigenen Campingumgebung innerhalb der App weitergeleitet. So werden Marketing und Gästekommunikation optimal miteinander verbunden.

camping comfort

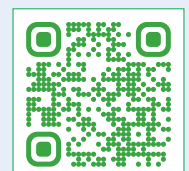


A U F R U F

Testen Sie als Erste den KI-Agenten

Camping Comfort hat Anfang April eine Praxis-Pilotphase des KI-Agenten gestartet. Campingplätze, die die App bereits nutzen, können sich anmelden, um die neue Funktion zu testen.

Auch Campingplätze, die Camping Comfort noch nicht nutzen, können an einer Testphase teilnehmen. Interessierte Unternehmer können sich über den QR-Code in diesem Artikel anmelden oder ACSI für weitere Informationen kontaktieren. So erhalten Campingplätze die Möglichkeit, selbst zu erleben, welchen Mehrwert digitale Entlastung und gezielte Umsatzsteigerung in der Praxis bieten.



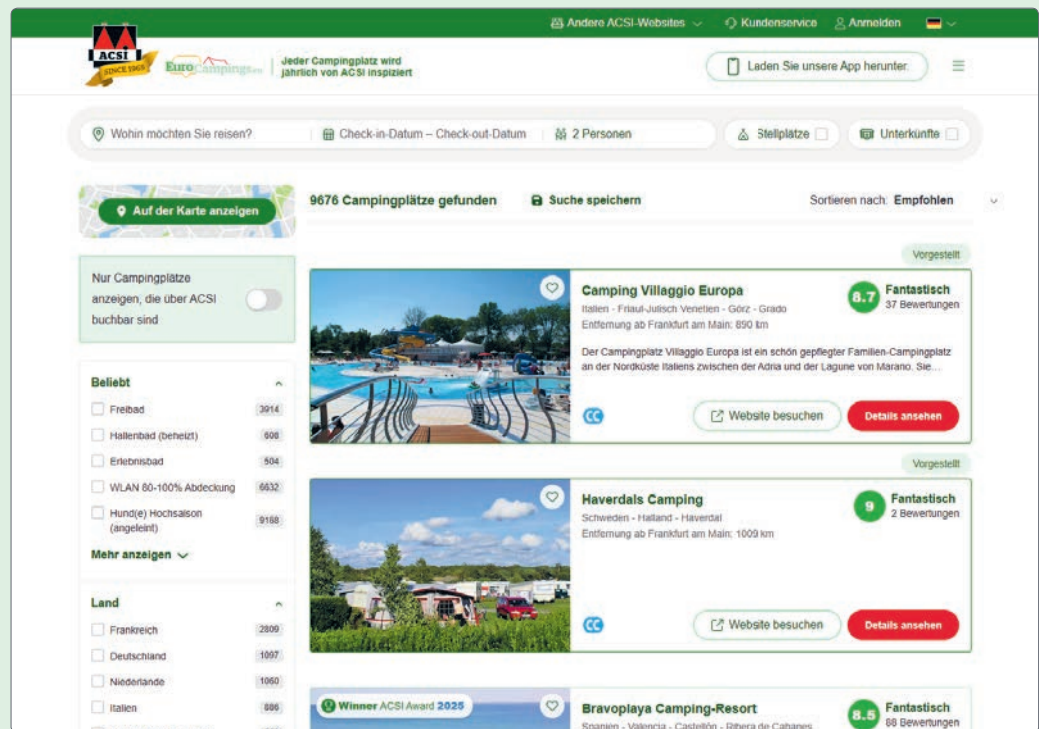
Eurocampings.eu: bessere Übereinstimmung, mehr Vertrauen, höhere Conversion

Auch Eurocampings.eu wird umfassend erneuert. Das Re-Design wird bewusst schrittweise umgesetzt. Die Campingdetailseite und die Suchergebnisseite sind bereits im neuen Design online. Anschließend werden auch Regionen- und Länderseiten, Kampagnenseiten sowie die Startseite überarbeitet.

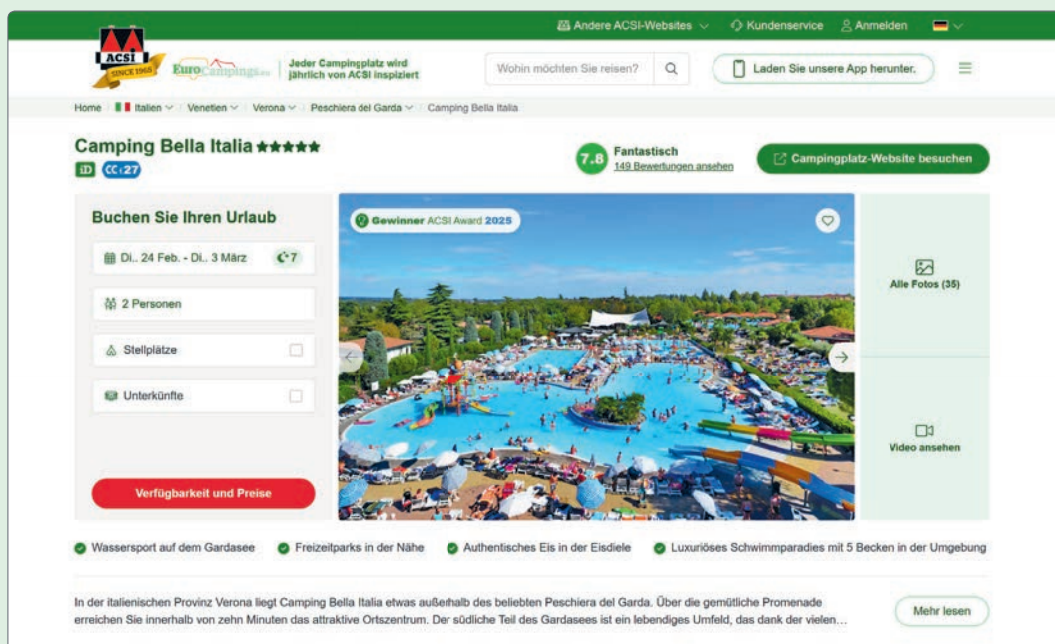
Der Anlass für das Re-Design ist klar. In den vergangenen Jahren wurde die Website kontinuierlich um neue Funktionen und Inhalte erweitert. Dadurch wurden die Seiten umfangreicher und weniger übersichtlich. Nutzerstudien zeigten zudem, dass Besucher das Erscheinungsbild teilweise als veraltet oder weniger vertrauenswürdig wahrnahmen.

Re-Design bringt Ruhe und Fokus

Genau hier setzt ACSI an. Das neue Design bringt mehr Ruhe, eine klare Struktur und mehr Fokus auf die Bedürfnisse der Nutzer. Die wichtigsten Informationen stehen prominenter am oberen Seitenbereich, sodass Camper schnell beurteilen können, ob ein Campingplatz zu ihnen passt. Vertiefende Informationen folgen weiter unten auf der Seite.



Die erneuerte Suchergebnisseite auf Eurocampings.eu



Die erneuerte Campingdetailseite auf Eurocampings.eu

Mehr Raum für Bildmaterial

Bilder spielen eine größere Rolle. Fotos gehören zu den meistgenutzten Elementen einer Campingplatzseite und erhalten daher mehr Platz sowie eine prominenter Position. Atmosphäre, Darstellung und Übersichtlichkeit helfen Besuchern, schneller eine Entscheidung zu treffen.

Gleichzeitig bleibt die Balance zwischen Orientierung und Buchung entscheidend. Eurocampings.eu hilft Besuchern, Campingplätze zu entdecken, und bietet zunehmend die Möglichkeit, direkt zu buchen. Das Buchungsmodul ist visuell ruhiger integriert und zeigt mehrere Preisvarianten nebeneinander, beispielsweise einen CampingCard ACSI-Tarif und einen regulären Preis. Dies schafft Klarheit und senkt die Hürde für eine Reservierung.

Für Campingplätze bedeutet dies eine höhere Conversion-Wahrscheinlichkeit, mehr Vertrauen bei den Besuchern und eine Plattform, die kontinuierlich getestet und optimiert wird.

Expertise als Fundament

Das Online-Suchverhalten verändert sich schnell, unter anderem durch den Aufstieg von KI. Genau darin liegt eine Chance für ACSI. Mit über 60 Jahren Erfahrung, Inspektoren, die jährlich alle Campingplätze besuchen und bewerten, umfangreichen Filtern und detaillierten Informationen positioniert sich ACSI als Spezialist.

Diese Expertise wird im Re-Design stärker hervorgehoben. Autorität und Vertrauen sind in einer Zeit, in der Informationen überall verfügbar sind, von entscheidender Bedeutung. Für Campingplätze bedeutet dies Sichtbarkeit auf einer Plattform, die nicht nur Reichweite schafft, sondern auch Vertrauen vermittelt.



Suzanne Bas,
Designerin bei ACSI

„Wir erneuern nicht nur das Design. Wir bauen die Website so auf, dass wir sie kontinuierlich weiter optimieren können – für die Nutzer und für die Campingplätze.“

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/Endredaktion:** Bram Kuhnen

Redaktion: Laura ten Barge, Lisette van Bommel, Alena Gebel, Julia Koenen, Marieke Krämer, Rianne van Ommeren, Bianca van Steenberg

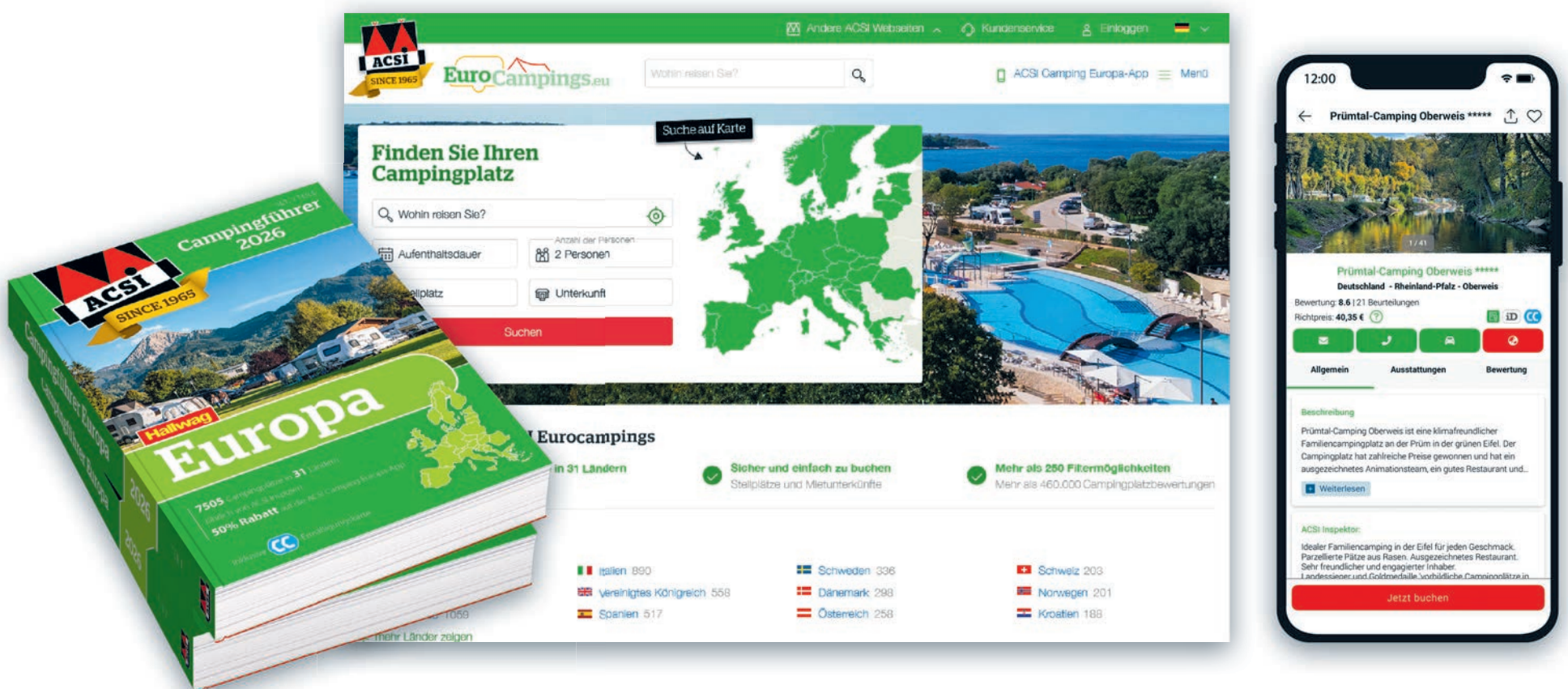
Anzeigenverkauf: Salesabteilung ACSI | **ACSI Bildredaktion:** Erik Spikmans | **Grafikdesign:** Peter Dellepoort, Rein Driessens, Mariëlle Rouwenhorst-Küper, Daniël Uleman

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



Ihr Campingplatz sichtbar in ganz Europa

- Über **18 Millionen einzigartige Besucher** pro Jahr in den Apps und auf den Websites*
- Mehr als **900.000 CampingCard-ACSI-Nutzer** in ganz Europa*
- **Maximale Sichtbarkeit** für Ihren Campingplatz



Wachsen Sie gemeinsam mit ACSI

Lassen Sie uns die Möglichkeiten besprechen



JETZT SCANNEN

+31(0) 488 452 055 | sales@acsi.eu | www.acsi.eu

* Erwartete Zahlen für die Saison 2026