

Kurtaxe und Vignetten

Europäische Unterschiede im Überblick

von ACSI dem Campingspezialisten: **Ausgabe Herbst 2026**



SINCE 1965

Die ACSI Zeit



ACSI Innovation Awards

Innovative Ideen haben die Chance auf einen Award.

► Lesen Sie mehr auf **Seite 8-9**

ACSI Awards 2027

Eine neue Abstimmungsrunde beginnt.

► Lesen Sie mehr auf **Seite 10-11**

Trends in der Campingwelt

Welche Einrichtungen werden auf Campingplätzen immer beliebter?

► Lesen Sie mehr auf **Seite 12-13**

Gebietswechsel der Inspektoren

ACSI-Inspektoren wechseln alle vier Jahre ihr Inspektionsgebiet.

► Lesen Sie mehr auf **Seite 14-17**

Vorwort



Sehr geehrte Campingplatzbesitzerin, sehr geehrter Campingplatzbesitzer oder -manager,

der Sommer 2026 hat erneut gezeigt, wie beliebt Camping ist. Trotz Hitze und Waldbränden in Teilen Südeuropas waren viele Campingplätze ausgebucht. Gleichzeitig stieg der durchschnittliche Übernachtungspreis gegenüber dem Vorjahr lediglich um 3,7 %. Damit bleibt Camping für Millionen Europäer eine attraktive und erschwingliche Urlaubsform.

Dennoch gibt es einige Punkte, die Camper beachten müssen, sobald sie sich auf den Weg machen. Kurtaxen und Vorschriften zu Umweltzonen, Vignetten und Mautstraßen unterscheiden sich von Land zu Land – und sogar von Region zu Region. Auf den Seiten 4–7 finden Sie eine Übersicht und erfahren, was dies für die Kosten eines Campingurlaubs bedeutet.

Das Sammeln aktueller und zuverlässiger Campingplatzinformationen bleibt daher eine der wichtigsten Säulen von ACSI. Deshalb inspizieren wir jedes Jahr mehr als 10.000 Campingplätze in Europa kostenlos. Um die Qualität unserer Informationen weiter zu verbessern, wechseln unsere Inspektoren künftig nach spätestens vier Jahren ihr Inspektionsgebiet.

Auch in der Campingbranche gibt es zahlreiche Innovationen. Um solchen Initiativen eine Plattform zu bieten, können Campingplätze und Unternehmen aus der Campingbranche in ganz Europa in diesem Jahr ihre Beiträge für die ACSI Innovation Awards einreichen. Mehr dazu lesen Sie auf den Seiten 8–9. Ich wünsche Ihnen einen erfolgreichen Abschluss der Campingsaison!

Ramon van Reine
CEO ACSI



In dieser Ausgabe der ACSI Zeit

4 Kurtaxe und Umweltzonen

In Europa gibt es große Unterschiede bei den touristischen Vorschriften. Camper, die einen Campingaufenthalt buchen und in den Urlaub fahren, treffen auf eine Vielzahl unterschiedlicher Umweltzonen, Mautstraßen, Vignetten und Kurtaxen. ACSI hat die Unterschiede zusammengestellt und untersucht, wie stark sie den Geldbeutel der Camper belasten.

8 ACSI Innovation Awards

Seit dem vergangenen Jahr haben Campingplätze und Unternehmen aus der Campingbranche mit innovativen Ideen und Konzepten die Chance, einen ACSI Innovation Award zu gewinnen. Die Auszeichnung wurde ins Leben gerufen, um Kreativität ins Rampenlicht zu stellen und Campingplatzinhaber mit den besten Praxisbeispielen zu inspirieren. Campingplätze mit einer innovativen Idee oder einem innovativen Konzept können sich anmelden und ihren Beitrag von einer Fachjury bewerten lassen.

10 ACSI Awards 2027

Ab dem 15. September 2026 können Camper aus ganz Europa in verschiedenen Kategorien wieder für ihren Lieblingscampingplatz abstimmen. Mit dem kostenlosen Promotionpaket können Campingplätze ihre Chancen auf einen ACSI Award deutlich erhöhen.



12 Trends bei der Ausstattung

Die ACSI-Inspektoren erfassen jedes Jahr die Ausstattung von mehr als 10.000 Campingplätzen in Europa. Daraus lässt sich gut erkennen, welche Trends und Entwicklungen die Campingbranche prägen. Welche Einrichtungen werden immer beliebter? Und welche werden zunehmend weniger genutzt?

14 Wechsel der Inspektionsgebiete

In einer Zeit, in der aktuelle und zuverlässige Campingplatzinformationen immer wichtiger werden, gestaltet ACSI den Inspektionsprozess etwas anders. Inspektoren werden künftig höchstens vier Jahre demselben Inspektionsgebiet zugeordnet. Dadurch werden Campingplatzinhaber häufiger einem anderen Inspektor begegnen. Außerdem wurden 2026 erstmals Campingplatzinspektionen in Bulgarien, Serbien und Nordmazedonien durchgeführt.

18 ACSI Foundation

Mit der ACSI Foundation engagiert sich ACSI für die Gesellschaft. In den vergangenen Jahrzehnten wurden auf diese Weise verschiedene wohltätige Organisationen unterstützt. Mit Mercy Ships ist kürzlich eine weitere Organisation hinzugekommen.



20 Neuigkeiten zu den ACSI-Produkten

ACSI entwickelt seine Produkte und Dienstleistungen kontinuierlich weiter. Nach einem halben Jahr lässt sich eine erste Bilanz zu ACSI Broker Services ziehen. Hinter den Kulissen wurde außerdem an einem Dashboard im ACSI Campsite Portal gearbeitet, das mehr Einblick in die Ergebnisse von Werbemaßnahmen bei ACSI bietet.



22 Campingplätze mit einer langen Geschichte

Viele europäische Campingplätze bestehen bereits seit Jahrzehnten und werden über Generationen hinweg geführt. ACSI hat mit zwei Campingplatzinhabern über die lange Geschichte ihrer Campingplätze gesprochen.



ACSI in dieser Messesaison stark vertreten



Der ACSI-Stand auf dem Caravan Salon Düsseldorf 2026

Auch in diesem Herbst ist ACSI wieder auf verschiedenen Messen in Europa vertreten. Der ACSI-Stand ist sowohl auf Publikums-messen – die sich häufig an Camper richten – als auch auf Fachmessen zu finden. Der Caravan Salon Düsseldorf bildete den Auftakt der Messesaison, doch auch an weiteren Orten ist ACSI in diesem Herbst präsent.

Die Messebesuche sind für ACSI wichtig, erklärt Geschäftsführer Ramon van Reine. „Sie gehören zu unseren Kontaktpunkten mit der Branche. Gerade auf Messen erfährt man, was aktuell spielt, kann sich mit anderen austauschen und bekommt enorm viel Inspiration. Wir sind also keineswegs nur dort, um uns selbst zu präsentieren. Wir knüpfen wertvolle Kontakte, und viele Ideen sind bereits direkt auf dem Messegelände entstanden.“



Kampeur & Caravan Jaarbeurs
30. Sept. – 4. Okt. | Utrecht, NL

InOut
14.–16. Okt. | Rimini, I

CampExpo
27.–28. Okt. | Mainz, D

SETT
3.–5. Nov. | Montpellier, F

Norddeutscher Campingtag
11.–12. Nov. | Essen, D

Recreatie Vakbeurs
17.–19. Nov. | Hardenberg, NL

CMT
16.–24. Jan. | Stuttgart, D

Reise + Camping
24.–28. Feb. | Essen, D

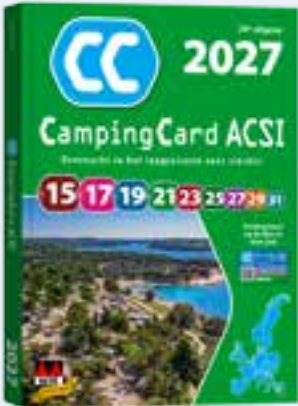
CampingCard ACSI-Campingführer in neuem Format

Ab 2027 erhält der CampingCard ACSI-Campingführer dasselbe Format wie die übrigen ACSI-Campingführer. Unter anderem dadurch finden Camper künftig alle Informationen nicht mehr in einem zweiseitigen Campingführer, sondern in einem einzigen handlichen Band.

Ilse Maas ist als Produktmarketerin für CampingCard ACSI verantwortlich und erläutert die Änderungen. „Indem wir alles in einem einzigen Campingführer bündeln, wird es für Camper einfacher, das Produkt zu nutzen und teilnehmende Campingplätze

zu finden. Umfang und Zuverlässigkeit der Campingplatzinformationen bleiben unverändert, aber der Campingführer ist logischer und übersichtlicher aufgebaut. Das größere Format verbessert zudem den Lesekomfort.“

Darüber hinaus trägt die Entscheidung zu einem nachhaltigeren Produktionsprozess bei. „Mit nur einem Campingführer reduzieren wir den Materialverbrauch und die Transportkosten. Damit passt der neue Campingführer besser zu CampingCard ACSI Digital und zu unserem Ziel, bewusster mit Papier und Produktion umzugehen.“



Der CampingCard ACSI-Campingführer 2027 besteht nicht mehr aus zwei Teilen und erhält ein größeres Format.

Neue Buchungsplattform für Suncamp und Euronature

Suncamp und Euronature sind auf eine neue Buchungsplattform umgestiegen. Im August wurde Resalys durch Maxxton ersetzt. Die neue Buchungsplattform passt besser zu den Ambitionen und dem weiteren Wachstum beider Marken und bietet zudem mehr kommerzielle Möglichkeiten.

Pieter Melieste, Manager Touroperating bei ACSI, erläutert den Wechsel. „Unsere bisherige Buchungsplattform Resalys von Septeo entsprach immer weniger den Anforderungen von Suncamp und Euronature. Durch die Kombination aus eigenen Unterkünften, unseren SunLodges, und einem großen Angebot unserer Partner war mehr Flexibilität erforderlich, um das Angebot effizient zu

verwalten und neue kommerzielle Möglichkeiten zu nutzen.“

Kürzere Time-to-Market
Maxxton bietet in diesem Bereich wichtige Vorteile. Die Plattform verfügt unter anderem über umfangreiche Möglichkeiten zur Optimierung von Auslastung und Ertrag, bessere Schnittstellen zu externen Systemen und eine schnellere Vertragsverarbeitung. „Dadurch können wir Verkaufsfaktionen und neue Angebote schneller auf den Markt bringen. Die von uns angebotenen Stellplätze und Unterkünfte müssen den Campern wesentlich schneller und besser zur Verfügung stehen. Unser Ziel ist es, die Time-to-Market um mindestens vier Wochen zu verkürzen“, so Melieste.

Organisierte Campingreisen immer beliebter

ACSI verzeichnet eine steigende Nachfrage nach organisierten Campingreisen. In den vergangenen drei Jahren ist die Zahl der Teilnehmer an solchen Gruppenreisen um mehr als 38 % gestiegen. In diesem Jahr organisiert ACSI Campingreisen 120 Campingreisen zu zahlreichen Reisezielen innerhalb und außerhalb Europas.

Von einer fünftägigen Campingreise nach Südlombardien inklusive Besuch des André-Rieu-Konzerts auf dem Vrijthof bis zu

sieben Wochen mit Wohnwagen oder Wohnmobil zum Nordkap und zurück. Von 23 Tagen Radfahren entlang der Donau bis zu einer mehr als einmonatigen Rundreise durch Marokko. Das Angebot von ACSI Campingreisen ist ausgesprochen vielseitig und zieht immer mehr Teilnehmer an. Im Jahr 2022 buchten 2.477 Camper eine Gruppenreise, im vergangenen Jahr waren es bereits 3.426 – mehr als 38 % mehr als drei Jahre zuvor. Für 2026 werden insgesamt 3.700 Reisende erwartet.



Die Zahl der Teilnehmer an einer Reise von ACSI Campingreisen ist in den vergangenen drei Jahren um mehr als 38 % gestiegen.

Welche Zusatzkosten entstehen

Europa empfängt mehr internationale Touristen als jeder andere Kontinent. Beliebte Urlaubsziele verzeichnen immer mehr Besucher, vollere Innenstädte und steigende Kosten, um Einrichtungen und Infrastruktur aufrechtzuerhalten. Deshalb suchen Behörden nach Möglichkeiten, diese Kosten zu finanzieren und gleichzeitig den Besucherandrang zu steuern. Die Maßnahmen reichen von Kurtaxen und Mautgebühren bis hin zu Umweltzonen und besonderen Abgaben.

Auch Camper bekommen das zu spüren. Ein paar Euro Kurtaxe pro Nacht erscheinen zunächst wenig, können sich bei einem längeren Urlaub aber schnell summieren. Hinzu kommen Mautgebühren, Autobahnvignetten, Umweltplaketten und weitere Abgaben.

Außerdem wurden 2026 in Ländern wie den Niederlanden und Belgien die Mehrwertsteuersätze für Übernachtungen erhöht. In den Niederlanden betrifft dies ausschließlich Mietunterkünfte, in Belgien jeden Aufenthalt auf einem Campingplatz. Wer mit Auto, Wohnwagen oder Wohnmobil durch Europa reist, muss daher mit immer mehr Zusatzkosten rechnen.

Große Unterschiede
Gleichzeitig wird das Reisen in manchen Bereichen übersichtlicher. Die Zahl der deutschen Umweltzonen hat sich in den vergangenen Jahren beispielsweise

von etwa 70 auf 35 halbiert. Zudem digitalisieren immer mehr Länder ihre Maut- und Vignettensysteme. Die Unterschiede zwischen den Ländern bleiben jedoch groß: Während in Nordeuropa kaum oder gar keine Kurtaxe anfällt, können in beliebten Reisezielen in Deutschland, Österreich, der Schweiz oder Spanien mehrere Euro pro Person und Nacht fällig werden.

Zusatzkosten beim Campen
Was kostet Camping in Europa 2026 also tatsächlich? ACSI gibt einen Überblick über die wichtigsten Zusatzkosten und Vorschriften in beliebten europäischen Campingländern. Von Kurtaxe, Maut und (E-)Vignetten über Umweltzonen und Mehrwertsteuer bis hin zu besonderen Tourismusabgaben. So wird deutlich, welche Kosten und Regelungen Camper unterwegs und am Urlaubsziel erwarten.

Kurtaxe

Gemeinden und Regionen können auf kostenpflichtige touristische Übernachtungen eine Abgabe erheben. Wer diese bezahlen muss, welche Ausnahmen gelten und wie der Tarif berechnet wird, unterscheidet sich je nach Reiseziel. Auch Geschäftsreisende können abgabepflichtig sein. Höhe und Berechnung unterscheiden sich je nach Land und teilweise sogar je nach Gemeinde. Häufige Modelle sind:

- **Prozentual:** Prozentsatz des Übernachtungspreises
- **Fester Betrag pro Nacht:** meist pro Person
- **Je nach Unterkunft:** Tarif abhängig von Art oder Klassifizierung der Unterkunft
- **Saison tariff:** beispielsweise ein höherer Betrag in der Hauptsaison
- **Einmalige Abgabe:** fester Betrag pro Aufenthalt

Ein wichtiger Grund für die Kurtaxe ist, dass Touristen lokale Einrichtungen nutzen, ohne über örtliche Steuern im gleichen Umfang zu deren Finanzierung beizutragen wie Einwohner. Beliebte Reiseziele haben zusätzliche Ausgaben für beispielsweise Müllentsorgung, öffentliche Toiletten, Straßen, Wander- und Radwege, Grünflächenpflege, Rettungsdienste und öffentliche Verkehrsmittel. Vor allem in der Hauptsaison können diese Kosten erheblich steigen.

Darüber hinaus kann die Kurtaxe dazu beitragen, Übertourismus entgegenzuwirken. Die Diskussion verlagert sich von „Wie können wir mehr Touristen anziehen?“ hin zu „Wie sorgen wir dafür, dass die Besucherzahlen zum Reiseziel passen?“. Höhere oder saisonabhängige Tarife schaffen zusätzliche Einnahmen, um den Besucherandrang zu bewältigen, können preissensible Gäste abschrecken und Reisen außerhalb der Hauptsaison fördern.

Umweltplakette

Immer mehr europäische Städte beschränken die Zufahrt für ältere, stärker umweltbelastende Fahrzeuge. Die Vorschriften unterscheiden sich je nach Land und Stadt. In Frankreich und Deutschland ist beispielsweise eine Umweltplakette erforderlich, während Dänemark und Belgien mit Online-Registrierungen arbeiten. Andersorts gelten Tagesgebühren oder ältere Fahrzeuge dürfen bestimmte Bereiche nicht befahren.

Maut und (E-)Vignetten

In neun europäischen Ländern benötigen Verkehrsteilnehmer auf bestimmten Straßen eine Vignette oder ein vergleichbares System: Bulgarien, Ungarn, Moldau, Österreich, Rumänien, Slowenien, die Slowakei, Tschechien und die Schweiz. Andere Länder erheben Maut pro Strecke oder Kilometer, über Mautstationen oder elektronische Systeme. Dies gilt für Albanien,

Frankreich, Griechenland, Irland, Italien, Kroatien, Montenegro, Nordmazedonien, Norwegen, Polen, Portugal, Serbien und Teile Spaniens. In den übrigen europäischen Ländern sind Autobahnen weitgehend gebührenfrei. Ausnahmen bilden beispielsweise einzelne mautpflichtige Brücken und Tunnel. Die genauen Vorschriften hängen von Fahrzeugkategorie, Gewicht und Route ab.

Niederlande

Kurtaxe: Von der jeweiligen Gemeinde festgelegt

Durchschnittlicher Tarif: 1,84 € (eigenes Campingfahrzeug/-mittel)

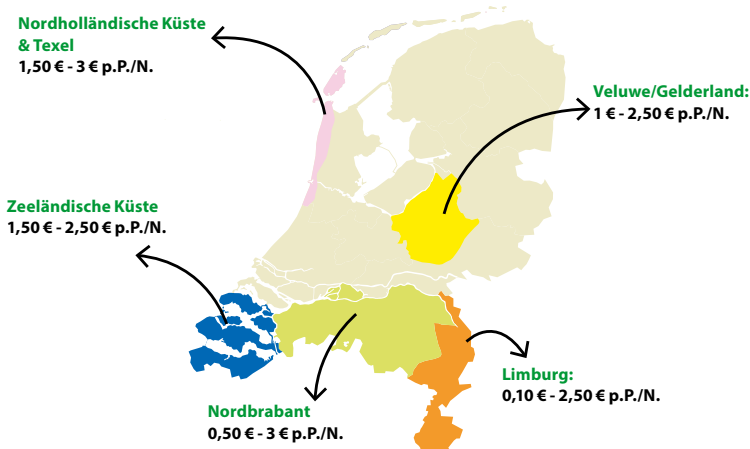
Umweltzonen: nicht relevant

Maut oder Vignette: nicht relevant

In 320 der 342 niederländischen Gemeinden wird Kurtaxe erhoben. Amsterdam gehört mit einem Satz von 12,5 % zu den Städten mit den höchsten Abgaben. Für Mietunterkünfte liegen die Tarife höher als für Campingplätze. Die Mehrwertsteuer auf kurzfristige Aufenthalte in Mietunterkünften ist seit dem 1. Januar 2026 von 9 auf 21 % gestiegen. Diese

Erhöhung gilt nicht für Stellplätze auf Campingplätzen.

Unterwegs
In den Niederlanden gibt es weder eine Autobahnvignette noch eine Umweltplakette und grundsätzlich keine Maut. Für einige Tunnel und Strecken gelten Ausnahmen.



Belgien

Kurtaxe: Von der jeweiligen Gemeinde festgelegt

Durchschnittlicher Tarif
0–2 € p. P./Nacht

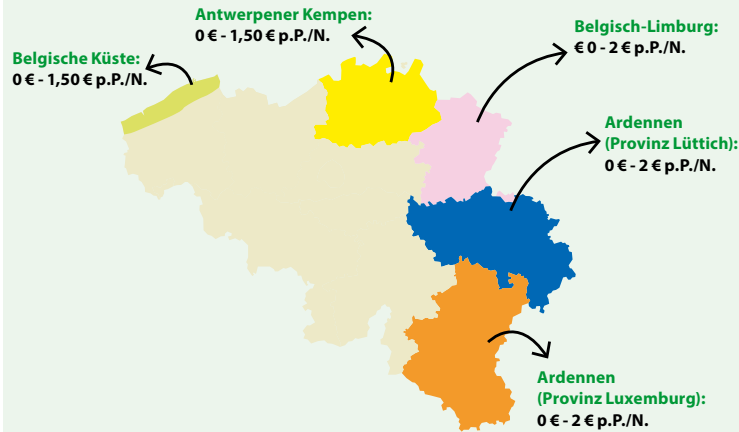
Umweltzonen
Niedrigemissionszonen in einigen Großstädten, ansonsten nicht relevant

Maut oder Vignette
Für 2027 geplant

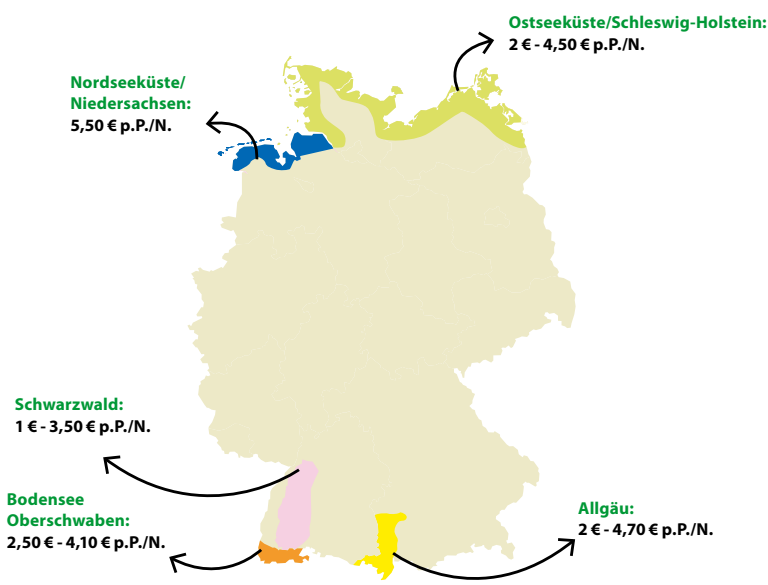
Seit dem 1. März 2026 wurde die Mehrwertsteuer auf Hotels und Campingplätze von 6 auf 12 % erhöht. Dies ist unabhängig von der Kurtaxe, wirkt sich jedoch auf die gesamten Aufenthaltskosten aus.

Unterwegs
Die Regionen Flandern, Wallonien und Brüssel führen eine gemeinsame digitale Vignette für Pkw und Wohnmobile unter 3.500 kg ein, die sowohl für Einwohner als auch

für Touristen gelten soll. Diese Änderung der Infrastrukturabgabe soll am 1. Mai 2027 in Kraft treten. Die Kosten werden voraussichtlich zwischen 8,10 € für eine Tagesvignette und 125 € für eine Jahresvignette liegen. Bis dahin sind die Straßen größtenteils gebührenfrei. Antwerpen, Brüssel und Gent verfügen über permanente Niedrigemissionszonen. Die Zufahrtsbedingungen werden 2026 und 2027 weiter verschärft.



beim Campen in Europa 2026?



Deutschland

Kurtaxe: Von der jeweiligen Gemeinde festgelegt

Durchschnittlicher Tarif
0,50 € - 3+ € p. P./Nacht

Umweltzonen
Ja, in 35 Zonen ist eine Umweltplakette erforderlich

Maut oder Vignette
nicht relevant

In Deutschland zahlen Camping- und Hotelgäste häufig den gleichen Tarif. Stadtcampingplätze in der Nähe größerer Städte berechnen oft einen Prozentsatz des Übernachtungspreises. Im Gegenzug für die Kurtaxe erhalten Touristen häufig Vergünstigungen wie kostenlosen öffentlichen Nahverkehr oder eine Gästekarte.

Unterwegs
Die Zahl der Umweltzonen in Deutschland ist in den vergangenen Jahren von 70 auf 35 gesunken. Immer mehr dieser Zonen werden abgeschafft, da inzwischen mehr Fahrzeuge die Anforderungen erfüllen. Eine grüne Umweltplakette kostet in der Regel 5 bis 10 €, ist an das Kennzeichen gebunden und unbegrenzt gültig.



Frankreich

Kurtaxe: Gesetzlich festgelegter Mindest- und Höchststrahmen

Durchschnittlicher Tarif
0,20–0,60 € p. P./Nacht

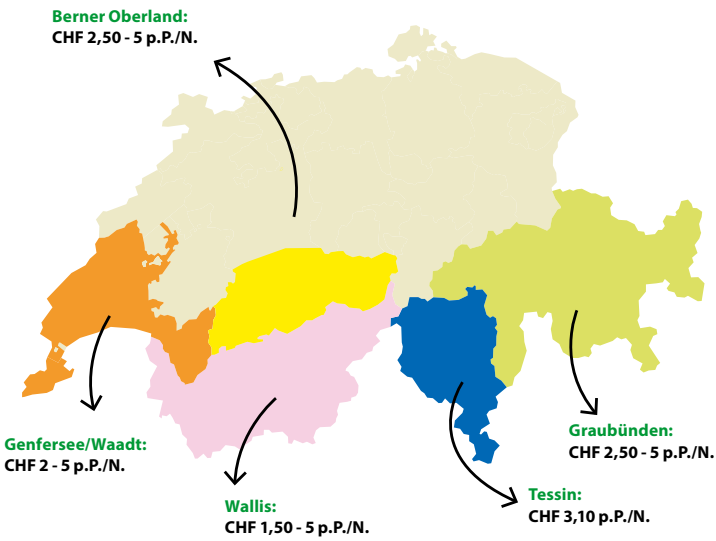
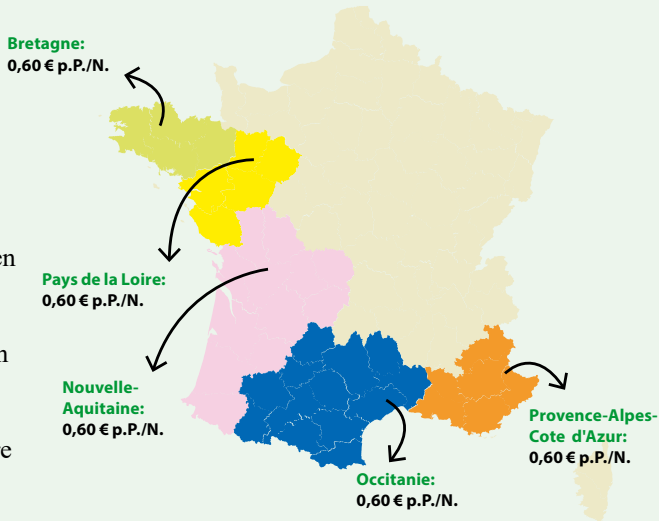
Umweltzonen
Ja, Crit’Air-Umweltplakette in Umweltzonen vorgeschrieben

Maut oder Vignette
Ja, Maut pro Strecke

Die französische *taxe de séjour* beträgt für 1- und 2-Sterne-Campingplätze 0,20 € p. P./Nacht und für 3-, 4- und 5-Sterne-Campingplätze zwischen 0,20 und 0,60 €.

Unterwegs
In vielen französischen Städten, darunter Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Toulouse und Paris, ist eine Umweltplakette vorgeschrieben (Kosten: 3,11 €). Welche Fahrzeuge von Fahrverboten

betroffen sind, unterscheidet sich je nach Stadt. Obwohl politisch über eine Abschaffung der Umweltzonen diskutiert wird, bleiben sie vorerst bestehen. Auf vielen französischen Autobahnen zahlen Camper streckenabhängige Maut. Die Mautkosten für Wohnwagen und Wohnmobile liegen durchschnittlich 50–60 % höher als für Pkw. Klassische Mautstationen werden schrittweise durch Flux Libre ersetzt, bei dem elektronisch oder nachträglich bezahlt wird.



Schweiz

Kurtaxe
Kantonal und kommunal festgelegt

Durchschnittlicher Tarif
CHF 1 - 7 p. P./Nacht

Umweltzonen: nicht relevant

Maut oder Vignette
Ja, Jahresvignette vorgeschrieben

Die Tarife in der Schweiz unterscheiden sich je nach Region, Unterkunftsart und touristischer Bedeutung. Campinggäste zahlen häufig einen anderen Tarif als Hotelgäste. Die Einnahmen werden für die Pflege und Verbesserung touristischer Einrichtungen eingesetzt. Im Gegenzug erhalten Gäste häufig Vergünstigungen wie das Ticino Ticket im Tessin.

Unterwegs
Auf Schweizer Autobahnen ist eine physische oder digitale Jahresvignette vorgeschrieben. Sie kostet 40 CHF. Für einen Wohnwagen ist eine separate Vignette erforderlich. Einige Tunnel sind nicht in der Vignette enthalten und kosten zusätzlich Maut.



Österreich

Kurtaxe: Von der jeweiligen Gemeinde festgelegt

Durchschnittlicher Tarif
1,50–5 € p. P./Nacht

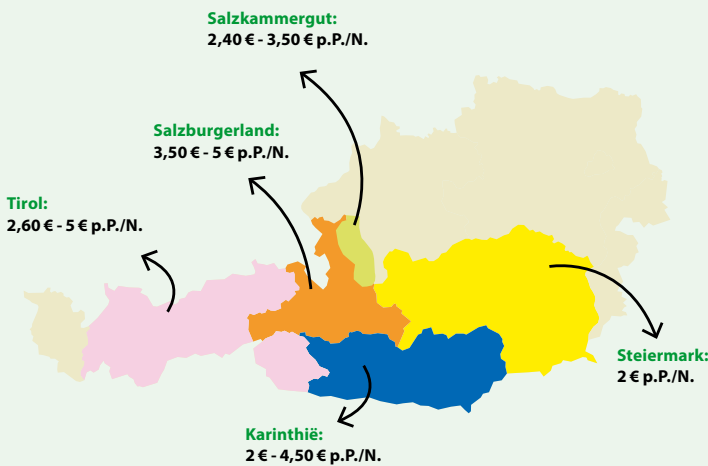
Umweltzonen: nicht relevant

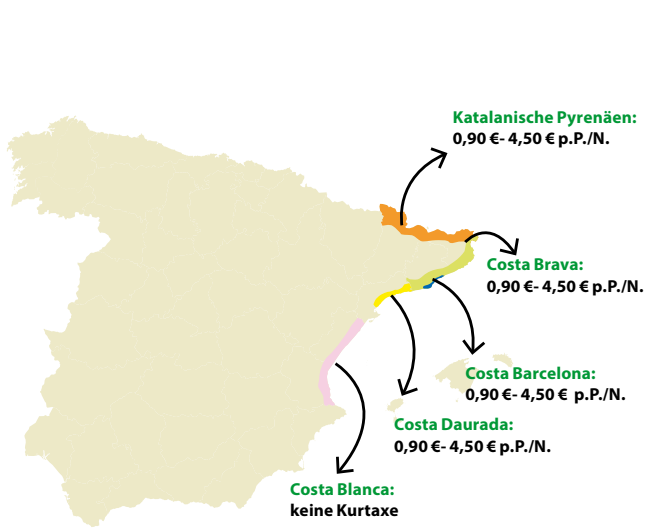
Maut oder Vignette
Ja, Vignette vorgeschrieben

In Österreich sind Kinder häufig von der Kurtaxe befreit oder zahlen einen ermäßigten Tarif.

Unterwegs
Ab 2027 entfällt die physische Vignette und das System wird vollständig digital. Die Kosten liegen zwischen 9,60 € für eine Tagesvignette und 106,80 € für eine Jahresvignette. Auf sechs Autobahnabschnitten fällt

zusätzlich eine Streckenmaut zwischen 7 und 15 € an. Obwohl Österreich keine allgemeinen Umweltzonen hat, gelten auf einigen Autobahnen IG-L-Geschwindigkeitsbeschränkungen zur Reduzierung von Emissionen. Elektroautos sind unter bestimmten Voraussetzungen davon ausgenommen.





Spanien

- Kurtaxe**
Regional/kommunal festgelegt
- Durchschnittlicher Tarif**
0,80–5 € p. P./Nacht
- Umweltzonen**
Niedrigemissionszonen in Großstädten
- Maut oder Vignette**
Bestimmte Mautstrecken
- Eine Kurtaxe ist in Spanien kei-
neswegs selbstverständlich.

Schätzungsweise 87 % der spani-
schen Gemeinden erheben keine
Touristenabgabe.
Barcelona tut dies hingegen und
gehört zu den teuersten Reisezielen
Europas. Gäste auf einem regulären
Campingplatz zahlen hier einschließlich
kommunaler Abgaben bis zu 7 € p. P./
Nacht. Auf regulären Campingplätzen
außerhalb Barcelonas beträgt der Tarif
in Katalonien 0,90 € p. P./Nacht.

Unterwegs
Spanien hat zwar keine allgemeine

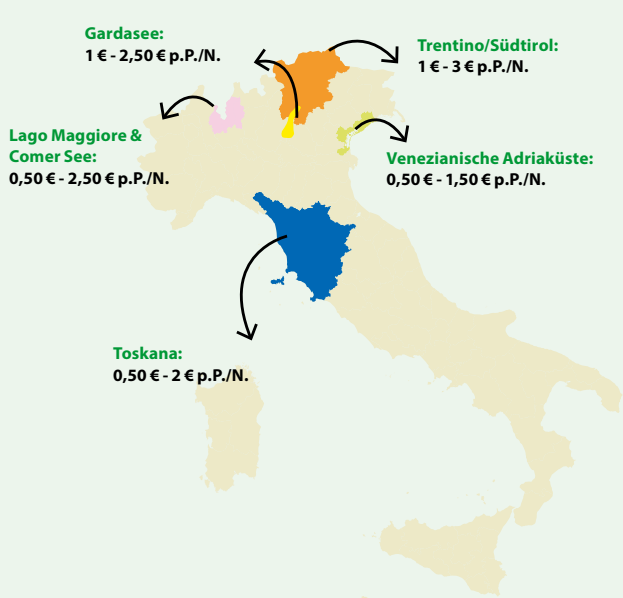
Mautvignette, auf einigen Strecken
werden jedoch Mautgebühren erhoben.
Große spanische Städte verfügen über
Niedrigemissionszonen.

Die praktische Umsetzung und die
Vorschriften unterscheiden sich je nach
Stadt. Die deutsche Umweltplakette
und die französische Crit’Air-Plakette
werden für Touristen anerkannt.
In Barcelona gelten andere Regeln
und eine Registrierungspflicht.
Ausländische Plaketten werden dort
nicht anerkannt.

Italien

- Kurtaxe**
Von der jeweiligen Gemeinde
festgelegt
- Durchschnittlicher Tarif**
0,50–2,50 € p. P./Nacht
- Umweltzonen**
Nicht relevant, jedoch ZTL-Zonen
- Maut oder Vignette**
Ja, Mautstraßen
- Gäste in Hotels und
Mietunterkünften werden stärker
belastet als Campinggäste. Kinder
bis einschließlich 14 Jahre sind
meist befreit, außerdem gilt
häufig eine maximale Anzahl
steuerepflichtiger Nächte.
Einige touristische
Sehenswürdigkeiten erheben
zusätzliche Eintrittsgebühren.
Tagesgäste zahlen in Venedig
5 € Eintritt – ausgenommen
sind Personen, die in Venedig
übernachten. Der Besuch des
abgesperrten Besucherbereichs
am Trevi-Brunnen kostet 2 €, für
die Casa di Giulietta in Verona
zahlen Touristen 5–12 €.

Unterwegs
Pkw zahlen durchschnittlich
0,07 € pro Kilometer Maut.
Pkw-Wohnwagen-Gespanne und
Wohnmobile über 3.500 kg zahlen
mehr. Seit Juni 2026 können
Autofahrer unter bestimmten
Voraussetzungen Mautgebühren
zurückerstattet bekommen,
beispielsweise bei erheblichen
Verzögerungen durch Baustellen
oder Staus.
Historische Stadtzentren unter
anderem in Rom und Florenz
verfügen über ZTL-Zonen, die
ohne Genehmigung nicht oder nur
eingeschränkt befahren werden
dürfen. Besonders Mailand hat
strenge Umweltzonen.

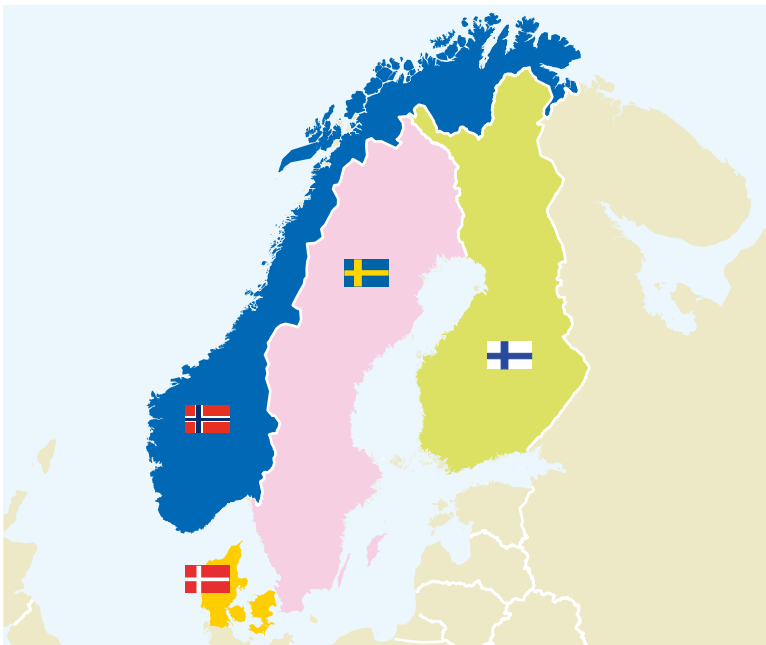


Nordeuropa

- Kurtaxe**
Weniger verbreitet, in Norwegen
und Finnland für 2027 geplant
- Durchschnittlicher Tarif:** nicht
relevant
- Umweltzonen:** nicht relevant
- Maut oder Vignette:** nicht
relevant
- Schweden, Dänemark und
Finnland erheben 2026 keine
allgemeine Kurtaxe. Finnland
arbeitet an der Einführung
eines Systems ab 2027. In
Norwegen wurde 2026 ein
Gesetz verabschiedet, das

touristischen Gemeinden ab
2027 die Einführung einer
Übernachtungsabgabe ermög-
licht. Campingplätze sind davon
ausgenommen.

Unterwegs
Nordeuropäische Autobahnen
sind grundsätzlich kostenlos,
abgesehen von einigen Brücken
und Tunneln. In Norwegen wird
Maut automatisch und elektro-
nisch erhoben. Eine (E-)Vignette
oder Umweltplakette ist nicht
erforderlich. In den schwedischen
Städten Stockholm und Göteborg
wird die Citymaut automa-
tisch anhand des Kennzeichens
erhoben.



Osteuropa



- Kurtaxe**
Große Unterschiede in
Kroatien, Slowenien, Ungarn
und Tschechien. In Polen nicht
relevant.
- Durchschnittlicher Tarif**
1–3,50 € (gesamtes Osteuropa)
- Umweltzonen:** nicht relevant
- Maut oder Vignette:** ja
- Obwohl Polen keine allgemeine
Kurtaxe erhebt, gibt es in touristi-
schen Regionen lokale Abgaben.

In Ungarn unterscheiden sich die
Tarife je nach Ort erheblich.

Unterwegs
In Slowenien, Ungarn,
Tschechien und der Slowakei
sind (E-)Vignetten vorgeschrie-
ben. In Slowenien liegen die
Kosten zwischen 16 € für eine
Wochenvignette und 117,50
€ für eine Jahresvignette.
Für Wohnmobile und hohe
Fahrzeuge gelten höhere Tarife.
In Tschechien und der Slowakei
liegen die Kosten zwischen 8
€ für eine Tagesvignette und

17 € für eine 30-Tage-Vignette.
Ungarn ist mit 16 € für eine
Tagesvignette und 31,70 € für eine
Monatsvignette teurer.

Kroatien und Polen erheben
streckenabhängige Maut.
In Polen betrifft dies einige
Autobahnen. Kroatien arbeitet
an einem vollständig elektro-
nischen System. Tschechien
plant eine Erweiterung des
Mautnetzes. Umweltzonen spielen
in Osteuropa keine allgemei-
ne Rolle, lokal können jedoch
Verkehrsbeschränkungen gelten.

Welche Zusatzkosten entstehen für Camper?

Anhand von drei Rechenbeispielen hat ACSI untersucht, was all diese Vorschriften für den Geldbeutel von Campern bedeuten. Drei europäische Familien mit jeweils zwei Erwachsenen und zwei Kindern im Alter von 11 und 14 Jahren reisen mit exakt demselben Pkw-Wohnwagen-Gespann mit einem Durchschnittsverbrauch von ca. 11 l/100km. Alle verbringen in der Hauptsaison 14 Nächte auf einem vergleichbaren Familiencampingplatz. Welche Kosten entstehen auf dem Weg zum Reiseziel? Wie viel zahlen sie zusätzlich zu den Übernachtungskosten für Kurtaxe, Kraftstoff (Stand: 13.08.2026), Maut und Vignetten? Und welche Verkehrsbeschränkungen wie Umweltzonen begegnen ihnen?

Route 1: Niederlande - Italien



Familie 1 fährt von Utrecht (NL) zum Camping Lido am Gardasee (IT). Hin- und Rückfahrt umfassen etwa 2.300 Kilometer.

Route 2: Deutschland - Spanien



Familie 2 fährt von Hamburg (DE) zum Camping Las Dunas an der Costa Brava (ES). Hin- und Rückfahrt umfassen etwa 3.260 Kilometer.

Route 3: Frankreich - Kroatien



Familie 3 fährt von Paris (FR) zum Camping Bijela Uvala in Istrien (HR). Hin- und Rückfahrt umfassen etwa 3.000 Kilometer.

Kosten

- **Kurtaxe:** 40 €. Auf Camping Lido werden maximal zehn Nächte mit 1 € p. P./Nacht berechnet. Kinder unter vier Jahren sind befreit.
- **Kraftstoff:** ca. 480–540 € für Hin- und Rückfahrt.
- **Maut:** ca. 70–90 € für Hin- und Rückfahrt. Auf der österreichischen A13 kostet die Brennermaut 2026 pro Strecke 12,50 €, also 25 € für Hin- und Rückfahrt. Anschließend fällt auf der italienischen A22 in Richtung Gardasee Maut an. Ein Pkw-Wohnwagen-Gespann fällt aufgrund der Anzahl der Achsen in eine höhere Mautklasse als ein Pkw ohne Anhänger.
- **Vignetten:** 25,60–32 € für Österreich, abhängig von der gewählten Vignette (zweimal zehn Tage oder einmal zwei Monate).
- **Umweltzonen:** auf dieser Route in der Regel vermeidbar, eine entsprechende Plakette kann für eventuelle Abstecher jedoch praktisch sein. Kosten: 10 € (optional).

Gesamt: ca. 616 - 662 €

Kosten

- **Kurtaxe:** 13,86 €. Für die beiden Erwachsenen werden maximal sieben Nächte mit 0,99 € p. P./Nacht berechnet. Kinder unter 18 Jahren sind befreit.
- **Kraftstoff:** ca. 650–700 € für Hin- und Rückfahrt.
- **Maut:** ca. 180–220 € für Hin- und Rückfahrt. In Deutschland fällt für dieses Pkw-Wohnwagen-Gespann keine Maut an. Der größte Teil der Kosten entsteht in Frankreich. Ein Pkw mit Wohnwagen fällt auf französischen Autobahnen normalerweise in Mautklasse 2, sodass die Maut deutlich höher ist als für einen Pkw ohne Anhänger. Für Hin- und Rückfahrt durch Frankreich sind etwa 180–220 € realistisch. Die genaue Summe hängt von der gewählten Route sowie den Auf- und Abfahrten ab.
- **Vignetten:** 0 €. Deutschland, Frankreich und Spanien verlangen auf dieser Route keine Autobahnvignette. In Frankreich wird streckenabhängige Maut gezahlt.
- **Umweltzonen:** Für deutsche Umweltzonen ist eine Umweltplakette erforderlich. Außerdem müssen die französischen Crit'Air-Regeln berücksichtigt werden. Die Plakette kostet mindestens 3,11 €.

Gesamt: ca. 844 - 934 €

Kosten

- **Kurtaxe:** ca. 45,50 €. Camping Bijela Uvala berechnet in der Hauptsaison 1,30 € p. P./Nacht. Das 11-jährige Kind ist befreit, für das 14-jährige Kind gilt in Kroatien üblicherweise eine Ermäßigung von 50 %.
- **Kraftstoff:** ca. 580–620 € für Hin- und Rückfahrt.
- **Maut:** ca. 138 € für Hin- und Rückfahrt. Auf dem ersten Teil der Strecke können in Frankreich Mautgebühren anfallen; Deutschland ist für dieses Gespann mautfrei. In Österreich können zusätzlich zur Vignette Strecken- und Tunnelmaut anfallen. Kroatien erhebt Maut je nach Strecke und Fahrzeugkategorie. Ein Wohnwagen kann dabei zu einer höheren Kategorie führen.
- **Vignetten:** 64 €. Österreich und Slowenien verlangen jeweils eine Vignette – eine Zweimonats- beziehungsweise Monatsvignette – für jeweils 32 €, abhängig von der Fahrzeugklasse. Für den Wohnwagen ist keine separate Vignette erforderlich.
- **Umweltzonen:** 8–15 €. Die Reise beginnt bereits in einer französischen Umweltzone. In Paris müssen daher die Crit'Air-Regeln berücksichtigt werden. Deutsche Umweltzonen lassen sich auf der Durchreise größtenteils vermeiden, wenn man auf den Autobahnen bleibt. Eine Umweltplakette ist dennoch empfehlenswert. Österreich, Slowenien und Kroatien verlangen für dieses reguläre Pkw-Wohnwagen-Gespann keine allgemeine Umweltplakette.

Gesamt: ca. 827 - 867 €

Warum sind die Unterschiede so groß?

Wer bezahlt touristische Einrichtungen und wie viel sollen Besucher zu den Kosten des Tourismus beitragen? Behörden treffen dabei unterschiedliche Entscheidungen. Deshalb unterscheiden sich die Tourismusabgaben erheblich zwischen Ländern, Regionen und sogar Gemeinden.

Was bedeutet die Kurtaxe für Camper?

Ein paar Euro pro Nacht erscheinen wenig, summieren sich bei einem längeren Campingurlaub aber schnell. Zwei Erwachsene zahlen bei 2 € p. P./Nacht für 14 Nächte 56 € zusätzlich. Bei 5 € p. P./Nacht sind es bereits 140 €. Müssen auch Kinder Kurtaxe zahlen, können die Kosten auf bis zu 300 € steigen. Für Camper kann die Kurtaxe daher einen relativ großen Kostenfaktor darstellen. Zusammen mit allen weiteren Zusatzkosten auf und rund um Europas Straßen wird Camping

dadurch deutlich teurer. Für Camper kann die Kurtaxe besonders ins Gewicht fallen, da sie häufig mehrere Nächte am selben Reiseziel verbringen. Eine hohe Kurtaxe bedeutet jedoch nicht automatisch weniger Tourismus.

Beliebte Reiseziele können hohe Tarife verlangen und trotzdem große Besucherzahlen verzeichnen. Die Attraktivität des Reiseziels, die Qualität der Campingplätze, die Erreichbarkeit, das Wetter und der Gesamtpreis des Urlaubs wiegen meist schwerer als eine einzelne Abgabe.

Beeinflusst die Kurtaxe das Reiseverhalten?

Nach Angaben der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) ist die Kurtaxe kein besonders wirksames Mittel, um Touristen fernzuhalten. Es gibt zwar Hinweise darauf, dass die Höhe der Abgabe einen Einfluss hat, die Auswirkungen lassen sich jedoch nicht von Faktoren wie Übernachtungspreisen, Transportkosten und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen trennen.

Ein wesentlicher Nachteil ist die Vielzahl unterschiedlicher Vorschriften. Tarife, Altersgrenzen, die maximale Anzahl steuerpflichtiger Nächte und Berechnungsmethoden unterscheiden sich je nach Reiseziel und sorgen bei Touristen für Verwirrung. Zusammen mit Maut, Vignetten und Umweltzonen erschwert dies eine genaue Berechnung der gesamten Urlaubskosten im Voraus.

Auch für Campingplätze entsteht zusätzlicher Verwaltungsaufwand: Gäste registrieren, Ausnahmen prüfen, die Abgabe einziehen und

an die Behörden abführen. Länder ohne Kurtaxe entscheiden sich teilweise bewusst dafür, diesen Aufwand zu vermeiden. Die Kurtaxe kann Campern jedoch auch zugutekommen, wenn die Einnahmen beispielsweise in Radwege, Wanderwege, Strände, öffentliche Toiletten, Naturschutz und öffentliche Verkehrsmittel investiert werden. Diese Einrichtungen werden von Campern häufig genutzt. Laut OECD erhöht Transparenz darüber, wofür die Einnahmen verwendet werden, außerdem die Akzeptanz.

Innovation als Motor der

Europäische Campingplätze und Campingunternehmen haben Chance auf einen ACSI Innovation Award

Die Campingbranche ist ständig in Bewegung. Neue Technologien, gesellschaftliche Entwicklungen und eine stetig wachsende Zahl an Campern sorgen dafür, dass Unternehmen sich kontinuierlich weiterentwickeln müssen. Um diesen Innovationen eine Plattform zu bieten, hat ACSI im vergangenen Jahr die ACSI Innovation Awards ins Leben gerufen. Damals waren sie noch auf die Benelux-Länder und Österreich beschränkt. Ab diesem Jahr haben auch Campingplätze und Campingunternehmen aus anderen Teilen Europas die Chance auf diese Auszeichnung.

Europäische Bühne

ACSI-Direktor Ramon van Reine blickt zufrieden auf die erste Ausgabe zurück und sieht die Ausweitung auf den Rest Europas als logischen nächsten Schritt. „Indem wir die ACSI Innovation Awards im vergangenen Jahr nur in den Benelux-Ländern und Österreich vergeben haben, konnten wir einschätzen, ob genügend Interesse besteht und die Qualität der Einreichungen hoch genug ist. Beides war eindeutig der Fall. Wir haben gesehen, dass es in der Branche viele innovative Ideen gibt. Deshalb gehen wir in diesem Jahr den nächsten Schritt.“

Laut Van Reine passt die Erweiterung gut zu der Rolle, die ACSI seit mehr als sechzig Jahren in der Branche spielt. „Wir inspizieren jedes Jahr mehr als 10.000 Campingplätze und inspirieren über unsere Kanäle Millionen von Campern aus ganz Europa. Gleichzeitig stehen wir täglich mit Campingplatzbetreibern und Menschen aus der Branche in Kontakt. Dadurch wissen wir wie kaum ein anderer, welche Entwicklungen aktuell eine Rolle spielen und die Branche voranbringen.“

Mit den ACSI Innovation Awards werden diese Entwicklungen für andere Unternehmen und Campingplatzbetreiber sichtbar gemacht. „So erhalten

diese Ideen und Konzepte die Plattform, die sie verdienen, und bieten gleichzeitig Inspiration für andere.“

Keine Publikumsabstimmung

Bei den ACSI Innovation Awards handelt es sich ausdrücklich nicht um einen Publikumspreis. Van Reine erklärt, dass man sich bewusst für eine Fachjury entschieden hat, anstatt das Publikum abstimmen zu lassen. „Alle Einreichungen werden von einer unabhängigen Fachjury aus Spezialisten innerhalb von ACSI bewertet. Sie können die Innovationen fundiert beurteilen, objektiv miteinander vergleichen und schließlich entscheiden, wer gewinnt.“ Die Jury achtet dabei unter anderem auf Originalität, praktische Anwendbarkeit, Nachhaltigkeit, technische Innovation und den Mehrwert für die Campingbranche.

Innovationen jeder Art und Größe

Innovative Ideen und Konzepte können in vier Kategorien eingereicht werden (siehe Kasten). „Im vergangenen Jahr liefen die Anmeldungen zunächst langsam an, aber am Ende haben wir viele Einreichungen erhalten“, erklärt Van Reine. Dabei betont er, dass eine Innovation nicht unbedingt groß oder kostspielig sein muss. „Vor allem ist wichtig, dass eine Innovation Wirkung zeigt. Manchmal steckt die Erneuerung gerade in einer cleveren Anpassung, die den

Aufenthalt der Gäste angenehmer macht oder die Betriebsabläufe effizienter gestaltet.“

Nicht nur für Campingplätze

Neben Campingplätzen können auch andere Unternehmen aus der Campingbranche teilnehmen. „Auch ihre Produkte und Dienstleistungen können einen wichtigen Beitrag zur Weiterentwicklung der Branche leisten“, erklärt Van Reine. „Ein Beispiel dafür ist Henk Pen Campers & Caravans, ein führendes Wohnmobil und Wohnwagenunternehmen mit Sitz im niederländischen Groenlo. Ein Videobericht ist über den QR Code auf der gegenüberliegenden Seite abrufbar. Im vergangenen Jahr erhielt das Unternehmen einen ACSI Innovation Award, weil es Campern am neuen Firmenstandort ein völlig neues Campingenerlebnis bietet.“

Unternehmen wie Henk Pen gehen umfassend auf die Wünsche von Campern ein und machen den Einstieg ins Camping dadurch einfacher und attraktiver. „Das wirkt sich positiv auf die Zahl der Campingbegeisterten und letztlich auch auf die Zahl der Gäste auf Campingplätzen aus. Davon profitieren alle.“

Neue innovative Ideen

Van Reine ist gespannt, welche Innovationen in diesem Jahr eingereicht werden. „Natürlich stehen wir in engem Kontakt mit der Branche und wissen daher weitgehend, was aktuell passiert. Trotzdem gibt es jedes Jahr wieder Initiativen, die auch für uns neu sind. Ich hoffe, dass uns die Einreichungen auch in diesem Jahr wieder überraschen werden“, schließt er ab.



Der Anmeldeprozess im Überblick

Campingplätze und Campingunternehmen können ihre innovative Idee oder ihr Konzept selbst anmelden. Scannen Sie den QR-Code unten oder besuchen Sie **www.acsi.eu/innovationawards** und füllen Sie das Anmeldeformular aus



Wie funktioniert es?

Schritt 1: Campingplätze und Campingunternehmen können ihre Innovation über das Formular auf **www.acsi.eu/innovationawards** anmelden. Eine Anmeldung ist bis einschließlich 31. Dezember 2026 möglich.

Schritt 2: Die ACSI-Fachjury bewertet alle Einreichungen und bestimmt den Gewinner. Eine Publikumsabstimmung findet also nicht statt.

Schritt 3: Im Frühjahr 2027 werden die Gewinner bekannt gegeben.

Was bringt ein Gewinn?

Einen ACSI Innovation Award zu gewinnen, ist eine besondere Auszeichnung. Die Gewinner erhalten einen Award aus Kristall und eine gerahmte Urkunde. Darüber hinaus profitieren sie von folgenden Vorteilen:

- Zusätzliche Sichtbarkeit und bessere Auffindbarkeit auf den ACSI-Websites und in den ACSI-Apps
- Zusätzliche Medienaufmerksamkeit, unter anderem im ACSI Handelsblatt und im ACSI FreeLife Magazin
- Aktive (Online-)Werbung durch ACSI
- Mehr Vertrauen bei Campern

Was ist innovativ?

Innovationen gibt es in allen Arten und Größen. Deshalb gibt es vier verschiedene Kategorien.

Gästeerlebnis und Komfort: zum Beispiel intelligente Apps, die Gästen auf Grundlage ihrer Vorlieben persönliche Tipps geben, oder interaktive Spielbereiche mit Augmented Reality.

Nachhaltigkeit: Beispiele sind Unterkünfte aus wiederverwendeten oder natürlichen Materialien, Systeme zur Aufbereitung und Wiederverwendung von Duschwasser oder begrünte Dächer, die zur Kühlung beitragen und Energie erzeugen.

Technologie: zum Beispiel vollständig kontaktloses Einchecken mit Gesichtserkennung, KI-gesteuerte Buchungssysteme, die Stoßzeiten vorhersagen, interaktive 3D-Lagepläne oder intelligente Sensoren, die den Energie- und Wasserverbrauch automatisch messen.

Dienstleistungen und Betriebsführung: zum Beispiel digitale Planungstools, die Dienstpläne automatisch optimieren, Echtzeit-Feedbacksysteme, mit denen direkt auf die Wünsche der Gäste reagiert werden kann, oder Datenanalysen, die strategische Entscheidungen unterstützen.



Eigentümer Georg Giner und Marketingmitarbeiterin Lara Weintraut nehmen den ACSI Innovation Award für den Campingplatz Ferienparadies Natterer See entgegen.

Campingbranche



Die Gewinner 2026

Im März 2026 wurden die ersten fünf ACSI Innovation Awards an Campingplätze und Campingunternehmen verliehen, die die Branche mit innovativen Konzepten vorangebracht haben.

Camping Ferienparadies Natterer See | Österreich

Der Secret Koi Garden hebt Glamping auf ein neues Niveau. Dieses exklusive Glampingkonzept verbindet Naturerlebnis und Luxus auf durchdachte Weise. Das Ergebnis ist ein Resort innerhalb des Campingplatzes – inspiriert von einem japanischen Koigarten –, in dem sich die Gäste vollkommen zurückziehen können.



Marveld Recreatie | Niederlande

Mit dem Indoor-Freizeitpark Bommelwereld entstand ein einzigartiger Themenpark, der das ganze Jahr über für ein umfassendes Urlaubserlebnis sorgt. Mehr als zwanzig Attraktionen lassen die Besucher in die Abenteuer von Olivier B. Bommel und Tom Poes eintauchen.



Sehen Sie sich die Videoreportage an



Camping De Lilse Bergen | Belgien

Der Campingplatz zeichnet sich im Bereich Nachhaltigkeit durch Investitionen in grüne Energie, Grauwasserrückgewinnung und größere Regenwasserspeicher aus. Mithilfe von Aquathermie werden das Duschwasser und die beiden großen Sanitärgebäude beheizt.



Vakantiepark Eiland van Maurik | Niederlande

Mit der Realisierung des Family Entertainment Centers MAUK ist der Ferienpark das ganze Jahr über sowohl für Camper als auch für Tagesgäste attraktiv. Es dient als zentraler Treffpunkt, an dem Gastronomie und Unterhaltung Hand in Hand gehen.



Sehen Sie sich die Videoreportage an

Henk Pen Campers & Caravans | Niederlande

Dieses führende Wohnmobil- und Caravanunternehmen hat ein neues Firmengebäude eröffnet, das Campingerlebnis 2.0 bietet. Verkauf, Wartung, Reparatur und Unterstellung werden mit einer einzigartigen Erlebniswelt kombiniert.



Sehen Sie sich die Videoreportage an

Kostenloses Werbematerial, um selbst Stimmen zu sammeln

ACSI Awards 2027: Die Abstimmung hat begonnen

Das sind die Kategorien der ACSI Awards 2027



- | | | | |
|--|--|--|---|
| | Bester Campingplatz | | Bester Campingplatz zum Wandern |
| | Bester Campingplatz in der Kategorie Klein & Fein | | Bester Campingplatz zum Radfahren |
| | Schönster Campingplatz für Kinder | | Bestes Campingplatz-Restaurant |
| | Hundefreundlichster Campingplatz | | Beste Wohnmobilstellplätze |
| | Bestes Campingplatz-Schwimmbad | | Campingplatz mit den besten Sanitäranlagen |
| | Campingplatz mit der schönsten Lage | | |



Falkensteiner Camping Grubhof gewann 2025 einen ACSI Award in der Kategorie „Beste Wohnmobilstellplätze“ in Österreich und erhielt 2026 eine Ehrenpreis.

Ab dem 15. September sind die Abstimmungen für die ACSI Awards 2027 eröffnet. Bereits zum sechsten Mal können Camper aus ganz Europa für ihre Lieblingscampingplätze stimmen. Im vergangenen Jahr wurden rund 100.000 Stimmen abgegeben. Damit haben sich die ACSI Awards zu einer festen Größe in der Campingbranche entwickelt. Eine Nominierung oder ein Gewinn bringt Campingplätzen nicht nur die Anerkennung ihrer Gäste, sondern auch zusätzliche Sichtbarkeit über die Websites, Apps und weitere Kommunikationskanäle von ACSI.

Bis einschließlich 15. Januar 2027 können Camper aus ganz Europa für ihren Lieblingscampingplatz stimmen. In neun Kategorien kann abgestimmt werden, darunter „Campingplatz mit der schönsten Lage“, „Bestes Campingplatz-Restaurant“ und „Hundefreundlichster Campingplatz“. Darüber hinaus werden die Auszeichnungen „Bester Campingplatz“ und „Bester Campingplatz in der Kategorie Klein & Fein“ vergeben.

Zusätzliche Sichtbarkeit auf den ACSI-Kanälen
Ein ACSI Award ist mehr als nur eine schöne Anerkennung. Da

die Camper selbst die Gewinner bestimmen, ist der Award ein starkes Qualitätssiegel. Die Gewinner erhalten zusätzliche Aufmerksamkeit auf den Websites und in den Apps von ACSI und werden unter anderem im ACSI FreeLife Magazin und im ACSI Zeit vorgestellt. Auch in Newslettern, Blogs und auf den Social-Media-Kanälen von ACSI werden sie zusätzlich präsentiert.

Camper können bei der Abstimmung außerdem direkt eine Bewertung für den Campingplatz abgeben, für den sie gestimmt haben. Dadurch erhalten Campingplätze nicht nur zusätzliche Bewertungen,

sondern erhöhen auch ihre Online-Sichtbarkeit.

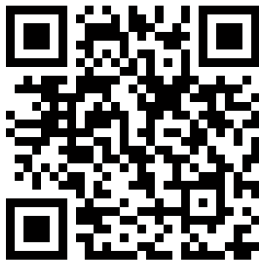
Award und gerahmte Urkunde
Die Gewinner erhalten einen ACSI Award aus Kristall, ein Schild für die Rezeption und eine gerahmte Urkunde. Diese können einen prominenten Platz an der Rezeption oder am Eingang des Campingplatzes erhalten. Campingplätze, die nur knapp nicht genügend Stimmen erhalten haben, können mit einer Ehrenpreis ausgezeichnet werden. Auch diese besteht aus einem Schild für die Rezeption und einer gerahmten Urkunde.

Kostenloses Werbematerial, um Stimmen zu sammeln

Während des Abstimmungszeitraums werden die ACSI Awards über die Kanäle von ACSI umfassend beworben. Campingplätze können ihre Gewinnchancen erhöhen, indem sie auch selbst aktiv Stimmen sammeln.

Dafür stellt ACSI kostenloses Werbematerial zur Verfügung, darunter Banner für Websites und Social Media, ein Poster für die Rezeption sowie fertige Texte für die eigene Kommunikation.

Scannen Sie den QR-Code oder besuchen Sie **www.acsi.eu/promo** und beginnen Sie direkt mit dem Sammeln von Stimmen.



Rückblick: Gewinner der ACSI Awards 2026

Auch 2026 wurden die ACSI Awards feierlich verliehen. Beim Camping Gipfel in Graz, beim Congrès de C mpings de Catalunya in La Seu d'Urgell und beim Camp Day Denmark überreichte ACSI-Direktor Ramon van Reine den anwesenden Gewinnern die Awards persönlich. Die übrigen Preisträger erhielten ihren Award aus Kristall und ihre Urkunde von einem ACSI-Inspekteur. Darüber hinaus wurden verschiedene Campingplätze mit einer Ehrenpreis ausgezeichnet.



1. ACSI-Direktor Ramon van Reine überreichte beim Camping Gipfel in Graz die ACSI Awards. | 2. Lake Shkodra Resort wurde zum „Besten Campingplatz“ Albaniens gewählt. | 3. Camping De Kleine Wolf gewann einen ACSI Award in der Kategorie „Bester Campingplatz“ in den Niederlanden. | 4. Für seinen Beitrag zur Campingbranche erhielt Bernd Pfandl einen ACSI Personality Award. | 5. Killarney Fleck Caravan Park wurde zum „Besten Campingplatz“ Irlands gewählt. | 6. Die Auszeichnung „Bester Campingplatz zum Wandern“ in Deutschland ging an Camping Braunlage. | 7. Camping Anderegg wurde zum „Hundefreundlichsten Campingplatz“ Belgiens gewählt. | 8. Kur & Feriencamping Holmernhof Dreiquellenbad erhielt die Auszeichnung „Bestes Campingplatz-Restaurant“ in Deutschland. | 9. Inspekteur Winkelhuijzen überreicht den ACSI Award an Recreatiepark TerSpegelt. | 10. Der italienische Campingplatz Camping La Quercia wurde zum „Schönsten Campingplatz für Kinder“ gewählt. | 11. Beim Congrès de C mpings de Catalunya wurden die spanischen Gewinner bekannt gegeben. | 12. Die dänischen Gewinner erhielten beim Camp Day Denmark ihre ACSI Awards aus den Händen von Ramon van Reine.

Neue Trends auf europäischen

Jährlich erhobene Campingplatzdaten als zuverlässige Informationsquelle

Durch die jährliche Inspektion von mehr als 10.000 europäischen Campingplätzen verfügt ACSI über einen aktuellen und zuverlässigen Datenbestand, der neue Trends und Entwicklungen in der Campingbranche frühzeitig sichtbar macht. Welche Einrichtungen sind auf Campingplätzen im Kommen? Welche verschwinden? Und wie reagieren Campingplätze auf die veränderten Wünsche der Camper? Die Inspektionsdaten zeigen, dass Campingplatzbetreiber umfangreich in Komfort, Nachhaltigkeit und Sicherheit investieren. Gleichzeitig trauen sie sich immer häufiger, sich gezielt auf eine bestimmte Zielgruppe zu konzentrieren und ihre Einrichtungen bestmöglich darauf abzustimmen. ACSI erkennt sechs Trends.

1. Adults-only-Camping auf dem Vormarsch

Die Zahl der europäischen Campingplätze, die sich ausschließlich an erwachsene Camper richten, ist in den vergangenen fünf Jahren um 41 % gestiegen.

Während viele Campingplätze in Einrichtungen für die ganze Familie investieren – Spielplätze, Wasserspielplätze und Familienduschen –, gehen andere bewusst einen ganz anderen Weg. Sie setzen auf Ruhe und Komfort und bieten Campern einen Urlaub ohne spielende, weinende und laut rufende Kinder.

Noch eine kleine Nische
Obwohl die Zahl noch relativ gering ist, befindet sich Adults-only-Camping eindeutig

im Aufwind. Mit insgesamt 90 Standorten handelt es sich derzeit noch um eine Nische. Der Anstieg ist jedoch deutlich und wird sich laut ACSI in den kommenden Jahren fortsetzen. Die meisten Adults-only-Campingplätze befinden sich derzeit im Vereinigten Königreich (40 Campingplätze) und in den Niederlanden (23 Campingplätze).

Entscheidung für eine bestimmte Zielgruppe
Laut ACSI spiegelt der Aufstieg des Adults-only-Campings eine Entwicklung wider, bei der Campingplätze zunehmend den Mut haben, sich klarer zu positionieren. „Die Vorstellung, dass ein Campingplatz für alle Arten von Campern geeignet sein muss,

wird immer häufiger fallen gelassen. Das ist auch etwas einfacher geworden, weil die Gesamtzahl der Camper seit Jahren steigt“, erklärt ACSI-Direktor Ramon van Reine.

Dadurch entscheiden sich Betreiber häufiger für eine bestimmte Zielgruppe. „Beim Adults-only-Camping geht es um Menschen, die im Urlaub gerne einmal keine Kinder um sich haben möchten. Am anderen Ende des Spektrums sehen wir aber auch viele Campingplätze, die gezielt in ein qualitativ hochwertiges Angebot für Familien investieren. Es funktioniert also in beide Richtungen.“

Campingplätze richten sich immer häufiger gezielt an eine bestimmte Zielgruppe.



Adults-only-Camper genießen einen ruhigen Urlaub ohne Kinderlärm.



Aktivurlaub bleibt beliebt.

2. Sportangebot wird moderner

Campingplätze gehen bei ihrem Sportangebot mit der Zeit. Padel, SUP, Mountainbike-Strecken und Pumptracks sind im Kommen und auch Live-Sport auf der Großleinwand wird immer häufiger angeboten.

Besonders deutlich zeigt sich die Popularität von Padel. Innerhalb von fünf Jahren hat sich die Zahl der Campingplätze mit Padel-Plätzen auf mehr als 400 verdreifacht. Dies geht offenbar zulasten der klassischen Tennisplätze, deren Zahl um 16 % auf knapp 1.700 gesunken ist.

SUP, Mountainbike und Fitness
Auch die Zahl der Campingplätze, die SUP-Ausrüstung vermieten, ist stark gestiegen: von 306 im Jahr 2021 auf 1.057 im Jahr 2026. Gleiches gilt für Campingplätze, die Zugang zu einer Mountainbike-Strecke bieten: 2026 sind es mehr als 3.000. Dass Camper auch im Urlaub fit bleiben und etwas für ihren Körper tun möchten, zeigt sich außerdem an der Zahl der Campingplätze mit Fitnessgeräten im Innen- oder Außenbereich. Diese stieg von 832 im Jahr 2021 auf 1.131 in diesem Jahr.

Sport auf der Großleinwand
Wie Tennis scheinen auch Squash sowie Pony- und Reiten an Beliebtheit zu verlieren. So ist die Zahl der Campingplätze, auf denen Pony- oder Reiten angeboten wird, um ein Viertel gesunken. Für passive Sportfans gibt es dagegen gute Nachrichten: Auf immerhin 854 Campingplätzen können beispielsweise die Fußball-WM, die Tour de France oder die Formel 1 auf einer Großleinwand verfolgt werden.

Padel, Mountainbiken, SUP und Fitness sind bei Campern beliebt.

3. Mehr Ladestationen für Elektroautos

Die Inspektionsdaten von ACSI zeigen, dass inzwischen jeder fünfte europäische Campingplatz über Ladestationen für Elektroautos verfügt.

Die Zahl der Campingplätze mit Lademöglichkeiten hat sich innerhalb von nur zweieinhalb Jahren (2023–2025) nahezu verdreifacht. Damit reagiert die Branche auf die rasante Zunahme der Elektromobilität unter Campern. Gegenüber 2025 ist die Zahl der Campingplätze mit Lademöglichkeiten um weitere 15 % gestiegen.

Inzwischen verfügt jeder fünfte Campingplatz über Lademöglichkeiten.

Niederländische Campingplätze sind bei der Elektrifizierung führend, gefolgt von Luxemburg, Norwegen, Belgien und Kroatien. Betrachtet man die absoluten Zahlen, liegt Frankreich an der Spitze. Gleichzeitig untersagen immer mehr Campingplätze ausdrücklich, Elektrofahrzeuge über den Stromanschluss am Stellplatz aufzuladen.



Elektromobilität wird auch unter Campern immer beliebter. Entsprechend wächst die Zahl der Ladestationen auf Campingplätzen rasant.

Campingplätzen



Die Dienstleistungen werden zunehmend digitalisiert.

5. Reservieren wird notwendig

Immer mehr Campingplätze raten davon ab, ohne Reservierung anzureisen. Inzwischen empfehlen rund 80 % der Campingplätze, in der Hochsaison im Voraus zu reservieren.

Die ohnehin geringe Zahl der Campingplätze, auf denen keine Reservierung möglich ist, ist in den vergangenen Jahren weiter gesunken.

Moderne Online-Buchungssysteme und die

Anbindung an Plattformen wie ACSI camping.info Booking erleichtern es Campingplätzen heute, Online-Buchungen zu erhalten. Außerdem erwarten Camper inzwischen, dass sie ihren Stellplatz online reservieren können.

80 % der Campingplätze empfehlen, in der Hochsaison im Voraus zu reservieren.

4. Schwimmbadregeln weiterhin weit verbreitet

Auf Campingplätzen in Europa gelten nach wie vor zahlreiche Schwimmbadregeln. So sind eng anliegende Badehosen und Badekappen auf vielen Campingplätzen weiterhin Pflicht. Vor allem für Camper aus Nordeuropa ist das manchmal gewöhnungsbedürftig.

Auf vielen italienischen Campingplätzen ist

beispielsweise eine Badekappe im Schwimmbad vorgeschrieben, während Männer auf zahlreichen französischen Campingplätzen nur mit eng anliegender Badehose ins Wasser dürfen (beides +10 % gegenüber 2025).

Hygiene ist wichtig
Hintergrund dieser Regeln ist die Hygiene, erklärt Van Reine. „Auf diese Weise wird versucht, Haare und Hautschuppen aus dem Wasser fernzuhalten. Campingplätze können

bei den örtlichen Behörden übrigens eine Befreiung von der Badekappspflicht beantragen, wenn sie nachweisen können, dass sie das Schwimmbadwasser auf andere Weise sauber halten.“

Die Inspektionsdaten unterstreichen, dass sich lokale Vorschriften nach wie vor deutlich unterscheiden und es daher ratsam ist, die Regeln im Voraus zu prüfen.



Dass Schwimmbäder nur mit Badekappe oder eng anliegender Badehose betreten werden dürfen, kommt häufiger vor, als Camper manchmal denken.

6. Auch im Winter geöffnet

Camping ist längst nicht mehr nur eine Angelegenheit für die Sommermonate. Viele Campingplätze sind auch im Winter geöffnet.

Campingplätze investieren zunehmend in Einrichtungen, die Wintercamping attraktiver machen, beispielsweise Erlebnisbäder (+13 % gegenüber 2021), Saunen und private Sanitäranlagen (+16 % gegenüber 2025). Damit reagiert die Branche sowohl auf die wachsende Nachfrage

Campingplätze richten sich zunehmend auf Gäste außerhalb der traditionellen Hochsaison aus.

von Überwinterern als auch auf eine neue Generation von Campern, die außerhalb der Hochsaison unterwegs ist. Gleichzeitig verlängern die Campingplätze so ihre Saison und können ihre Einnahmen gleichmäßiger über das Jahr verteilen.



Camping ist längst nicht mehr nur eine Sommeraktivität. Auch Wintercamping erfreut sich zunehmender Beliebtheit.

Zahl der Campingbegeisterten steigt weiter

ACSI-Direktor Ramon van Reine sieht mehrere Anzeichen dafür, dass die Zahl der Camper weiterhin wächst

„In vielen Ländern steigt die Zahl der Übernachtungen auf Campingplätzen weiter. Die Niederlande verzeichneten 2025 beispielsweise erneut ein Rekordjahr mit 5,6 Millionen Gästen (+8,6 %) und 26,8 Millionen Übernachtungen.“ Auch andernorts gibt es positive Signale. „Der Verkauf

von Campingfahrzeugen und Campingausrüstung läuft in vielen Ländern weiterhin gut und wir sehen, dass Camper häufiger und länger Urlaub machen. Und das nicht mehr nur in der Hochsaison, sondern über das ganze Jahr verteilt. Dadurch werden Campingplätze weniger abhängig von den Monaten Juli und August. Sollte es in diesem Zeitraum einmal Rückschläge geben, bleibt oft noch genügend Zeit, diese auszugleichen. Für die kommenden Jahre stehen eigentlich alle Zeichen auf Grün.“



Die Zahl der Campingbegeisterten wächst weiter. Dadurch sind viele Campingplätze sowohl in der Hauptsaison als auch in der Nebensaison gut ausgelastet.

Öfter neue Gesichter

ACSI-Inspektoren wechseln künftig alle vier Jahre ihr Inspektionsgebiet

Ab der Inspektionssaison 2027 gibt es eine wichtige Änderung bei der Art und Weise, wie ACSI seine Inspektoren zur Erfassung von Campingplatzinformationen einsetzt. Ab dann kann ein Inspektor höchstens vier Jahre lang dasselbe Inspektionsgebiet betreuen. Für einige Campingplätze ist dieser Wechsel nichts Neues, andere werden dadurch künftig häufiger neue Gesichter sehen. ACSI trifft diese Entscheidung nicht aufgrund von Qualität oder Leistung, sondern um besser auf die schnellen Entwicklungen in der digitalen Welt reagieren zu können. Für diese Anpassung gibt es mehrere Gründe.

1. Aufstieg der KI

Der rasante Aufstieg und die noch schnellere Weiterentwicklung der KI spielen dabei eine wichtige Rolle. Aktuelle, zuverlässige und einzigartige Informationen werden online immer wichtiger.

Jahrelang lag der Schwerpunkt bei digitalen Inhalten und der Online-Sichtbarkeit vor allem auf der Suchmaschinenoptimierung (SEO). Mit gut geschriebenen Texten auf Basis wichtiger Suchbegriffe konnten Webseiten weit oben in den Google-Suchergebnissen erscheinen. Von dort klickten Besucher auf eine Website weiter. Für ACSI war eine hohe Platzierung bei Google deshalb der wichtigste Weg, Besucher auf die eigenen Websites zu bringen.

Inzwischen gibt es andere Möglichkeiten, online Antworten auf Fragen zu bekommen. Google hat selbst einen KI-Modus eingeführt, mit dem Nutzer direkt Antworten erhalten. Außerdem verwenden immer mehr Camper Tools wie ChatGPT, Gemini oder Perplexity, um Campingplätze und Campingziele zu finden. Die Zahl der Besucher, die über große

Kanäle wie Google oder Meta auf eine Website gelangen, wird daher voraussichtlich abnehmen.

Gleichzeitig eröffnen KI-Tools neue Möglichkeiten, Besucher zu gewinnen. Sie greifen auf zahlreiche Quellen zurück und suchen dabei vor allem nach Quellen, die innerhalb eines Fachgebiets als Autorität gelten, einzigartige und vertiefende Inhalte bieten und von Nutzern positiv bewertet werden.

2. Ein frischer Blick

Für ACSI besteht die Herausforderung darin, als Quelle für KI-Antworten wahrgenommen zu werden. Einzigartige und wertvolle Inhalte sind dabei eine der Voraussetzungen. Indem ACSI-Inspektoren alle vier Jahre einem neuen Inspektionsgebiet zugeordnet werden, entsteht automatisch ein frischer Blick auf Campingplätze und Regionen.

Mit diesen neuen, einzigartigen Informationen kann ACSI die Inhalte weiter anreichern. Das wiederum trägt dazu bei, dass Campingplätze über ACSI besser gefunden werden. So entsteht ein kontinuierlicher Prozess, der zu

präziseren Daten und besseren Inhalten führt. Genau das braucht ACSI, um im KI-Zeitalter relevant zu bleiben.

3. Autorität weiter ausbauen

Mit mehr als sechzig Jahren Erfahrung in der Campingbranche und einem Team von rund 400 Inspektoren, das jedes Jahr mehr als 10.000 Campingplätze besucht, ist ACSI eine Autorität rund um das Thema Camping. Viele Menschen wissen das bereits. Entscheidend ist jedoch, dass auch KI-Tools dies erkennen und weiterhin erkennen. Deshalb ist es wichtig, Campingplatzinformationen kontinuierlich zu ergänzen und zu verbessern.

Die Inspektoren sind die Augen und Ohren von ACSI. Sie liefern der Organisation einzigartige Informationen, die dafür sorgen, dass die von ACSI erstellten Inhalte einen echten Mehrwert für Camper bieten. Durch den Wechsel der Inspektionsgebiete alle vier Jahre stellt ACSI sicher, dass das Wissen und die Erfahrung der Inspektoren optimal eingesetzt werden.

Was bedeutet das für Campingplätze?

Der Wechsel der Inspektionsgebiete und die Tatsache, dass alle vier Jahre neue Gesichter zu Besuch kommen, ändern nichts am persönlichen Charakter der Campingplatzinspektion.

Davon ist ACSI-Geschäftsführer Ramon van Reine überzeugt. „Bei der Auswahl der Inspektoren berücksichtigen wir wie bisher ihre Vorlieben und Sprachkenntnisse. Auf diese Weise treffen wir weiterhin sorgfältig durchdachte Entscheidungen und sorgen für die bestmögliche Kombination aus Campingplatz und Inspektor.“

Darüber hinaus werden alle Inspektoren intensiv vom dreiköpfigen ACSI-Team Campinginspektionen begleitet. „Das Team hilft ihnen bei Fragen oder wenn sie einen Gesprächspartner zum Austausch brauchen.

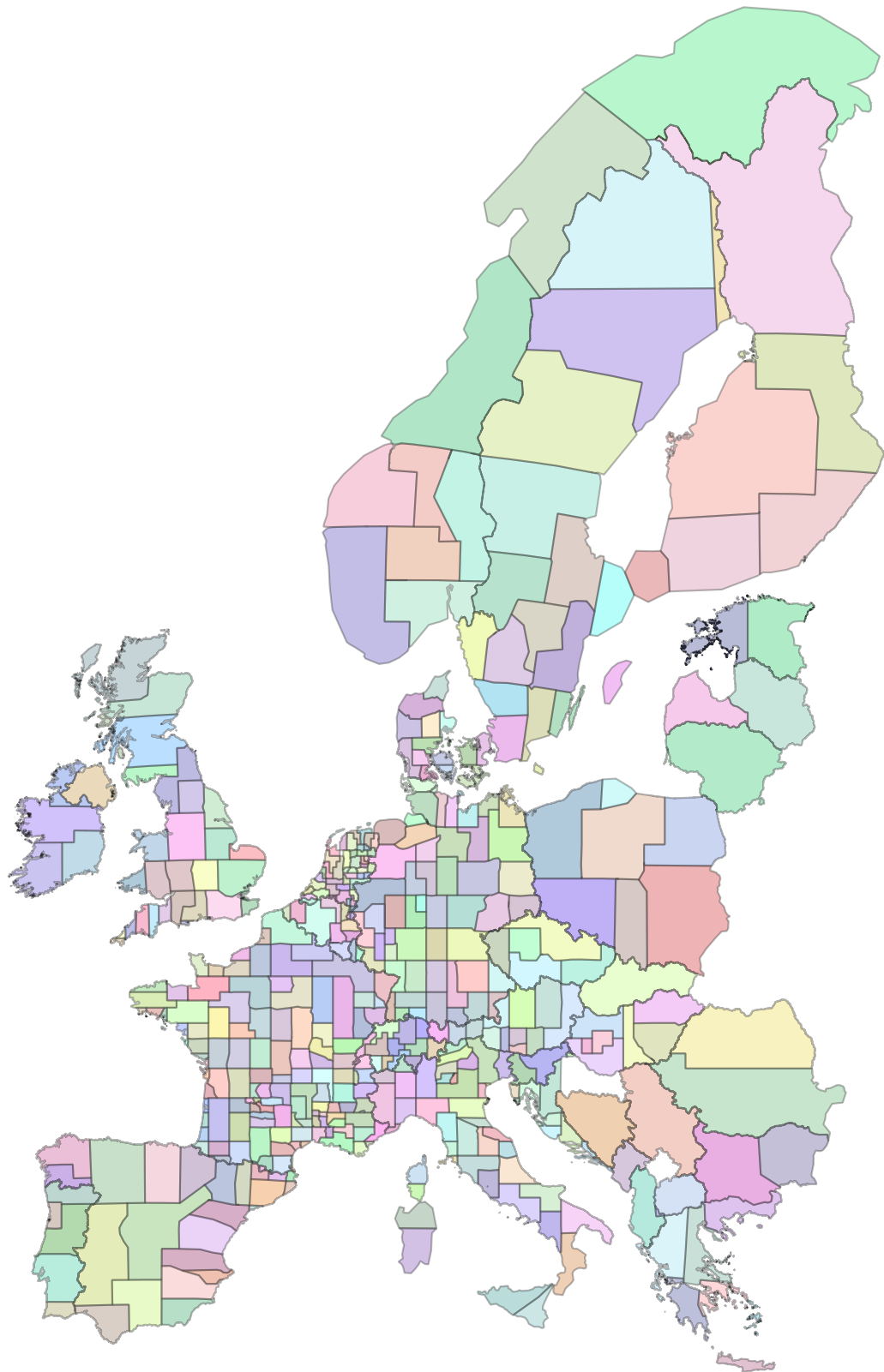
Außerdem ist es für den kontinuierlichen Schulungs- und Weiterbildungsprozess verantwortlich.“

Eine weitere Aufgabe des Teams Campinginspektionen ist die Einteilung der Gebiete. Dabei handelt es sich um einen sorgfältigen Prozess. „Der Wechsel des Inspektionsgebiets bedeutet nicht, dass wir den Inspektoren wahllos Gebiete zuweisen. Wir prüfen genau, welche Regionen zu einem Inspektor passen. Sprachkenntnisse sind dabei zum Beispiel ein wichtiger Faktor.“

Auf diese Weise bleibt die Qualität hoch und vor dem Campingplatztor stehen stets gut vorbereitete Inspektoren. „Jeder Inspektor ist dadurch ein professioneller Ansprechpartner für den Campingplatzinhaber. Auch dann, wenn er zuvor Inspektionen in einem anderen Gebiet durchgeführt hat.“



Das komplette ACSI-Team Campinginspektionen beendet die Saison im September mit einem geselligen Wochenende, bei dem auch eine Auswertung stattfindet.



Wechsel des Inspektionsgebiets

Die jährliche Campingplatzinspektion ist ein wichtiger Geschäftsprozess bei ACSI. Das Team aus 400 Inspektoren – häufig Ehepaare –, das diese Aufgabe übernimmt, wird von ACSI sorgfältig ausgewählt und geschult. Campingplätze, die die Inspektion bestehen, werden kostenlos auf den Websites sowie in den Apps und Campingführern von ACSI aufgeführt.

Um die jährlichen Campingplatzinspektionen zu strukturieren, wurde Europa in verschiedene Inspektionsgebiete unterteilt. Je nach Campingplatzdichte sind diese Gebiete größer oder kleiner. An den spanischen Küsten oder am italienischen Gardasee liegen beispielsweise viele Campingplätze auf engem Raum, während Campingplätze in weniger touristischen Regionen – etwa in Nordeuropa – deutlich weiter auseinanderliegen. Insgesamt gibt es 420 Inspektionsgebiete.

Team Campinginspektionen
Die Inspektoren werden vom Team Campinginspektionen betreut. Bei der Zuweisung eines Inspektionsgebiets werden mehrere Faktoren berücksichtigt, darunter Sprachkenntnisse, Erfahrung in der Region und die Vorlieben der Inspektoren. Dasselbe gilt, wenn vier Jahre später ein neues Inspektionsgebiet zugewiesen wird.

Seit 2026 ist die Zahl der Inspektionsgebiete erneut gestiegen. ACSI inspiziert inzwischen auch einige Campingplätze in Bulgarien, Serbien und Nordmazedonien. Anhand von 250 Ausstattungsmerkmalen nehmen die Inspektoren die besuchten Campingplätze genau unter die Lupe. Die von ihnen erhobenen Informationen bilden die Grundlage für die Geschäftstätigkeit von ACSI. Sie sorgen für aktuelle und zuverlässige Informationen, die als Grundlage für Campingführer, Websites und Apps dienen.



Lisan Lommen, Florian van Beem und Verona Theloosen bilden das Team Campinginspektionen.

Damit die jährlichen Campingplatzinspektionen reibungslos verlaufen, hat ACSI Europa in 420 Inspektionsgebiete unterteilt.

Jährliche ACSI-Campingplatzinspektionen bleiben kostenlos

Im Mai 2026 gab PiNCAMP, eine Kooperation von ANWB, ADAC und TCS, bekannt, künftig Gebühren für Campingplatzinspektionen zu erheben. Dies führte bei einigen Campingplätzen zu Verwirrung hinsichtlich der ACSI-Inspektionen. Diese bleiben jedoch vollständig kostenlos.

Laut PiNCAMP ist der Kurswechsel aufgrund steigender Kosten und sinkender Werbeeinnahmen notwendig. Die Gebühren für eine Inspektion liegen zwischen 149 € und 299 €. Campingplätze, die von einem PiNCAMP-Inspektor besucht werden möchten, müssen sich anmelden. Die Campingplatzinspektionen finden alle drei Jahre statt und führen zu einer Sterneklassifizierung sowie einem Inspektionsbericht.

Entscheidet sich ein Campingplatz dagegen, die Gebühr zu zahlen,

wird er auf den Kanälen der angeschlossenen Partner ohne Klassifizierung dargestellt.

ACSI bleibt einzigartig
Auch ACSI hat mit steigenden Kosten zu tun. Dennoch bleiben die jährlichen Campingplatzinspektionen vollständig kostenlos. Die jährliche Inspektion von mehr als 10.000 Campingplätzen ist ein so wichtiger Bestandteil der Geschäftstätigkeit von ACSI, dass sich daran nichts ändert.

Gerade angesichts der zunehmenden Bedeutung aktueller und zuverlässiger Campingplatzinformationen legt ACSI großen Wert auf die jährlichen Inspektionen. So können Camper darauf vertrauen, dass die von ihnen genutzten Informationen sorgfältig geprüft wurden.



400 ACSI-Inspektoren inspizieren jedes Jahr persönlich 10.000 Campingplätze in ganz Europa.

ACSI erweitert seinen Horizont: jetzt auch Inspektionen in Bulgarien, Serbien und Nordmazedonien

Die Zahl der von ACSI inspizierten Campingplätze ist seit diesem Sommer weiter gestiegen. Nachdem 2024 Albanien, Montenegro und Bosnien-Herzegowina in die Liste der Inspektionsländer aufgenommen wurden, besuchten Inspektoren 2026 erstmals Campingplätze in Bulgarien, Serbien und Nordmazedonien. Insgesamt wurden 82 Campingplätze von vier verschiedenen Inspektoren besucht. Zwei Inspektoren teilten sich 46 Campingplätze in Bulgarien, ein Inspektor besuchte 10 Campingplätze in Nordmazedonien und ein weiterer reiste im Auftrag von ACSI durch Serbien, wo er 26 Campingplätze inspizierte. Sie berichten von ihren ersten Erfahrungen in diesen „neuen“ Campingländern.

Bulgarien

Das Inspektorenpaar Hillie Hooiveld und Jan Haijer besuchte in dieser Saison erstmals Bulgarien. Sie inspizierten 25 Campingplätze im Westen des Landes.

„Wir haben schnell gesehen, dass Camping in der bulgarischen Kultur verankert ist. In der Hauptsaison sieht man viele Großeltern mit ihren Enkeln auf Campingplätzen, während die Eltern arbeiten. Außerdem trafen wir viele Camper, die auf der Durchreise nach Griechenland oder in die Türkei waren.“

Unterschiede deutlich sichtbar
Im Vergleich zu den klassischen europäischen Campingländern fielen Hillie und Jan einige Unterschiede auf. „Die meisten neuen Campingplätze ähneln eher Wohnmobilstellplätzen mit klar abgegrenzten Stellflächen. Campingwiesen gibt es zwar, aber nicht besonders viele. Ein Rezeptionsgebäude spielt eine untergeordnete Rolle: Der Betreiber ist häufig hauptsächlich telefonisch erreichbar.“

Noch etwas fiel ihnen auf. „Aufgrund der Hitze in der Hauptsaison sind die

Sommermonate in Bulgarien eigentlich die Nebensaison.“

Kleine Campingplätze im Westen

Im Westen Bulgariens traf das Inspektorenpaar vor allem auf kleinere Campingplätze. „Die meisten haben weniger als hundert Stellplätze. Vom Niveau her müssen sie sich aber keineswegs hinter Campingplätzen in bekannteren Campingländern verstecken.“

Besonders die entspannte Atmosphäre und die Gastfreundschaft fielen

ihnen auf. Zudem möchten viele Campingplätze gerne modernisieren. „Derzeit gibt es noch wenige Einrichtungen für Menschen mit eingeschränkter Mobilität, und viele Campingplätze sind noch nicht an die Kanalisation angeschlossen. Auch am Straßennetz wird noch intensiv gearbeitet.“

Die Übernachtungspreise liegen relativ hoch: häufig etwa doppelt so hoch wie für einen Campingaufenthalt in Rumänien. „Dafür sind Lebensmittel und Kraftstoff günstiger.“

Mehr Tourismus am Schwarzen Meer

Die Inspektoren René und Carla Joosse besuchten den Osten Bulgariens. Sie inspizierten 21 Campingplätze, darunter einige an der Schwarzmeerküste. „Gerade dort gibt es viele Dauercamper. Viele bulgarische, polnische, slowakische und deutsche Camper sind im Land unterwegs, meist mit Wohnmobil oder Wohnwagen. Die Infrastruktur entspricht vielleicht noch nicht überall dem, was wir in Westeuropa gewohnt sind, aber die Natur ist wunderschön!“



Die Inspektoren, die Bulgarien zum ersten Mal besuchten, waren von der Natur beeindruckt.



Die Campingplatzinhaber freuten sich sehr über den Besuch der ACSI-Inspektoren.



Die meisten neuen Campingplätze ähneln Wohnmobilstellplätzen mit klar abgegrenzten Stellflächen.

Serbien



Neben der Campingplatzinspektion blieb Gerben Post (rechts) ausreichend Zeit, mit den Eigentümern über ihren Campingplatz, ihre Pläne und die Entwicklung des Campings in Serbien zu sprechen.

Inspektor Gerben Post besuchte in diesem Sommer im Auftrag von ACSI 26 Campingplätze in Serbien. Er erlebte ein Campingland im

Aufbruch und Campingplätze mit großen Ambitionen für die weitere Entwicklung.

„Viele Camper denken bei Serbien nicht sofort an ein Urlaubsland. Mich haben die Natur, die Weite und die Gastfreundschaft überrascht.

Die Campingkultur ist klein und persönlich. Viele Campingplätze sind Familienbetriebe, bei denen der Eigentümer selbst vor Ort ist und sich intensiv um seine Gäste kümmert. Gastfreundschaft spielt oft eine größere Rolle als luxuriöse Einrichtungen.“

Ein Land voller Entdeckungen

Vor allem die Ruhe und Weite beeindruckten Post. „Massentourismus gibt es in Serbien kaum. Große Ferienparks sieht man fast nirgendwo. Camper haben häufig das Gefühl, noch etwas wirklich Neues zu entdecken. Hier trifft man vor allem erfahrene Wohnmobilreisende und abenteuerlustige Urlauber, die gerne abseits der bekannten Wege unterwegs sind. Serbien ist ideal für Menschen, die Natur, Kultur und Ruhe mögen.“

Post erlebte Serbien außerdem als ein Land, das sich gut mit Wohnmobil oder Wohnwagen bereisen lässt. „Die Entfernungen zwischen den wichtigsten Zielen sind überschaubar und die Infrastruktur ist gut verfügbar.“

Serbische Gastfreundschaft

Während der Inspektionen wurde Post deutlich, dass viele Campingplätze in den vergangenen Jahren in ihre Ausstattung investiert haben. Besonders

die Sanitäranlagen sind häufig besser als erwartet. „Serbien gilt oft als günstiges Urlaubsland, aber dieses Bild stimmt inzwischen nicht mehr ganz. Die Preise sind in den letzten Jahren wie im restlichen Europa gestiegen. Trotzdem bleibt Serbien als Reiseziel insgesamt preislich attraktiv.“

„Serbien ist ein zugängliches Land, in dem Camper sich schnell wohlfühlen“, stellt Post fest. „Viele Reisende kommen für ein paar Tage und bleiben am Ende länger als geplant. Das sagt viel über die Anziehungskraft des Landes aus. Die serbische Gastfreundschaft wird von fast allen als einer der Höhepunkte der Reise genannt.“

Ambitionen zu wachsen

Neben der außergewöhnlichen Gastfreundschaft fiel Post auf, dass viele Campingplatzinhaber ihren Platz weiterentwickeln und Serbien gemeinsam stärker als Campingziel positionieren möchten. „Sie sind überzeugt, dies gemeinsam mit ACSI erreichen zu können, und sind bereit, in ihre Campingplätze zu investieren. Das ist schön zu sehen.“

Potenzial sieht Post beispielsweise bei der Online-Sichtbarkeit und Buchbarkeit. „Das sind natürlich genau die Bereiche, in denen ACSI helfen kann!“

Nordmazedonien

Die Inspektoren Leo Kok und Carine Peeters besuchten in dieser Inspektionssaison zehn Campingplätze in Nordmazedonien. Ihnen fiel auf, dass Nordmazedonier traditionell keine Camper sind.

„Die Campingplätze in Nordmazedonien sind ideal für Camper, die gerne ‚back to basic‘ reisen. Sie sind einfach gehalten und bestehen hauptsächlich aus Stellplätzen mit Wasseranschluss, mit oder ohne Strom, sowie einem Sanitärgebäude.“

Begrüßungsgetränk
Was dem Inspektorenpaar besonders auffiel, war die Gastfreundschaft der Campingplatzinhaber. „Ankommende Gäste werden standardmäßig mit Kaffee oder einem Begrüßungsgetränk empfangen. Und eigentlich wird überall sofort Hilfe angeboten.“

Türkische Einflüsse
Laut Leo und Carine lässt sich das Balkanland gut mit Wohnmobil oder Wohnwagen bereisen, auch

wenn die Straßen schmal sind und sich häufig in einem anderen Zustand befinden, als sie es aus Westeuropa gewohnt sind. „Die Entfernungen zwischen den Zielen sind aber kurz und unterwegs gibt es ausreichend Einrichtungen. Man taucht in eine völlig andere Kultur ein. Gemüse und Obst kauft man zum Beispiel auf dem Basar und Brot beim Bäcker. Viele türkische Einflüsse sind deutlich sichtbar.“

Die Flagge hissen

Bei ihrem ersten Besuch auf Camping Rino am Ohridsee wurden sie von der begeisterten Begrüßung angenehm überrascht. „Der Campingplatz freute sich sehr darüber, dass wir ihn für eine Aufnahme in die ACSI-Campingführer besuchten. So sehr, dass sofort die ACSI-Flagge gehisst und das ACSI-Schild am Eingangstor angebracht wurde.“



Auf Camping Rino am Ohridsee wurde die ACSI-Flagge sofort gehisst.

ACSI Foundation: der Gesellschaft etwas zurückgeben



Die beiden modernen Hospitalschiffe von Mercy Ships legen in Regionen Afrikas an, in denen spezialisierte medizinische Versorgung dringend benötigt wird.

Seit mehr als sechzig Jahren dreht sich bei ACSI alles um Camper, Campingplätze und die Leidenschaft fürs Campen. Doch für ACSI endet das Engagement nicht am Campingplatztor. Über die ACSI Foundation werden bereits seit vielen Jahren im Hintergrund gesellschaftliche Initiativen unterstützt. Von lokalen Vereinen und Kulturprojekten bis hin zu medizinischer Hilfe und Katastrophenhilfe. Mercy Ships ist die jüngste Hilfsorganisation, die von der ACSI Foundation unterstützt wird. Damit trägt ACSI zur Mission von Mercy Ships bei, Menschen in Afrika den Zugang zu der medizinischen Versorgung zu ermöglichen, die sie benötigen.

Verantwortungsvolles Unternehmertum mit gesellschaftlicher Wirkung
Um das gesellschaftliche Engagement von ACSI dauerhaft zu verankern, wurde die ACSI Foundation gegründet. Über diese Stiftung unterstützt ACSI verschiedenste Hilfsorganisationen und Projekte – von lokalen Initiativen bis hin zu internationalen Projekten.

Die ACSI Foundation unterstützt Sportvereine und gesellschaftliche Organisationen und fördert Initiativen in den Bereichen Kunst, Kultur und medizinische Hilfe. Auch bei großen Katastrophen wird Unterstützung geleistet. So wurde unter anderem Giro 555 unterstützt, um Opfern humanitärer Notlagen zu helfen. Darüber hinaus beteiligt sich ACSI regelmäßig an lokalen Projekten, die einen positiven Beitrag zur Gesellschaft leisten.

Gesellschaftliche Verantwortung ist fest in der Unternehmensführung von ACSI verankert. So wurden die Gäste der Feier zum sechzigjährigen Jubiläum gebeten, anstelle eines Geschenks Geld für verschiedene wohltätige Zwecke zu spenden. Auf diese Weise trägt ACSI nicht nur zu schönen Urlaubserinnerungen bei, sondern auch zu gesellschaftlichen Initiativen mit langfristiger Wirkung. Die Zusammenarbeit mit Mercy Ships ist das jüngste Beispiel dafür.

Medizinische Hilfe, die Leben verändert
Eine einfache Operation am Grauen Star, die Behandlung einer schweren Verbrennung oder die Entfernung eines Tumors kann das Leben eines Menschen grundlegend verändern. Für Menschen in westlichen Ländern sind solche Behandlungen meist gut erreichbar. In vielen Teilen Afrikas ist das jedoch keineswegs selbstverständlich. Ein Mangel an medizinischen Einrichtungen und spezialisierter Versorgung führt dazu, dass gut behandelbare Erkrankungen häufig unbehandelt bleiben – mit erheblichen Folgen für die Gesundheit, den Alltag und die Zukunft der Betroffenen.

Mercy Ships macht diese medizinische Versorgung zugänglich. Die internationale Hilfsorganisation fährt mit zwei modernen Hospitalschiffen in Länder, in denen der Bedarf an chirurgischer Versorgung besonders groß ist. An Bord arbeiten Tausende Freiwillige aus Dutzenden Ländern zusammen. Chirurgen, Pflegekräfte, Anästhesisten, Techniker, Köche und viele weitere Fachkräfte engagieren sich unentgeltlich, um Patienten kostenlos zu behandeln.

Hilfe für heute und für die Zukunft
Die Unterstützung geht über Operationen hinaus. Mercy Ships investiert auch in die Zukunft des Gesundheitswesens, indem lokale Ärzte, Pflegekräfte und andere medizinische Fachkräfte ausgebildet werden. Darüber hinaus arbeitet die Organisation mit Krankenhäusern und Behörden zusammen, um medizinisches Wissen und medizinische Einrichtungen nachhaltig zu stärken. So bleibt die Wirkung bestehen, auch nachdem das Schiff wieder abgelegt hat. Gerade diese Kombination aus unmittelbarer Hilfe und nachhaltiger Entwicklung spricht ACSI an. Mercy Ships tut genau das: Leben verändern und zugleich die lokale Gesundheitsversorgung stärken.

Für Mercy Ships ist die Zusammenarbeit mit ACSI mehr als nur eine finanzielle Unterstützung. Bereits beim ersten Kennenlernen wurde schnell deutlich, dass beide Organisationen dieselben Werte teilen: langfristige Beziehungen aufzubauen und für andere etwas bewirken zu wollen. Inzwischen ist ACSI nicht nur Spender von Mercy Ships Niederlande, sondern auch Mitglied des Mercy Ships Business Network, einem Netzwerk von mehr als 230 Unternehmen, die die Mission von Mercy Ships unterstützen.

Die Spenden von ACSI werden als freie Zuwendungen eingesetzt. Dadurch kann Mercy Ships das Geld dort verwenden, wo es gerade am dringendsten benötigt wird, beispielsweise für die Wartung der Hospitalschiffe, medizinisches Material oder lebensverändernde Operationen.

Eine neue Zukunft für Theogette

Zehn Jahre lang lebte Theogette aus Madagaskar mit einem wachsenden Tumor im Gesicht. Was mit starken Zahnschmerzen begann, veränderte nach und nach ihr gesamtes Leben.

Dorfbewohner hielten sie für ansteckend und wandten sich von ihr ab. Sogar ihr Mann verließ sie. Dennoch arbeitete sie als alleinerziehende Mutter von drei Kindern weiterhin auf den Reisfeldern, um ihre Familie zu ernähren.

Über ihren Cousin erfuhr Theogette von Mercy Ships. Er wusste, dass sie an Bord der Africa Mercy kostenlos operiert werden konnte. Nach einer

dreitägigen Reise mit Kanu, Fähre und Auto erreichte sie das HOPE Center, wo Freiwillige sie auf die Operation vorbereiteten.

Der Eingriff war erfolgreich. Zum ersten Mal seit zehn Jahren konnte Theogette ohne Tumor nach Hause zurückkehren. Sie blickt wieder zuversichtlich in die Zukunft und hofft, erneut auf den Feldern arbeiten, für ihre Kinder sorgen und ohne Scham Teil ihrer Gemeinschaft sein zu können.

Die Geschichte von Theogette zeigt, was eine einzige Operation bewirken kann: nicht nur die Wiederherstellung der Gesundheit, sondern auch von Würde, Zukunft und Hoffnung.



Die ACSI Foundation unterstützt

Auch diese nationalen und internationalen Hilfsorganisationen und Initiativen werden unterstützt:

- Lokale Kulturprojekte und (Sport-)Vereine
- Medizinische Initiativen: Stichting Beter Lopen, Stichting CAP
- Hilfsorganisationen & Giro 555: War Child, Save the Children

ACSI camping.info Booking weiter auf Wachstumskurs

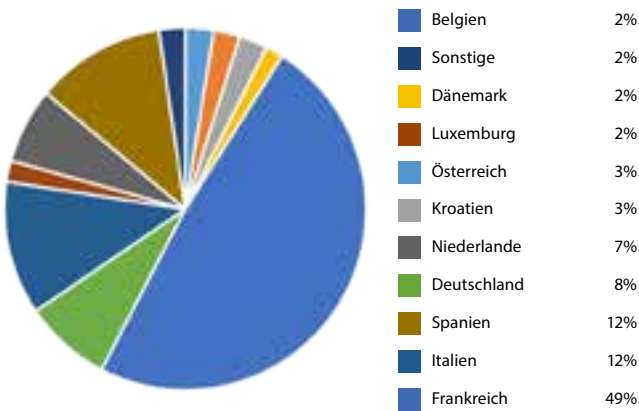
Auf Tausenden von Campingplätzen, die ACSI angeschlossen sind, können Camper direkt einen Stellplatz oder eine Unterkunft buchen. Ein Service, den Urlauber im Jahr 2026 erwarten und der Campingplätzen viele Vorteile bietet. Die Buchungsplattform erreicht jährlich Millionen Camper, vor allem aus den großen Campingmärkten Nordeuropas. ACSI hat die Zahlen für den Zeitraum August 2025 bis Juli 2026 analysiert und daraus wertvolle Tipps für Campingplätze abgeleitet. So zeigt sich beispielsweise, dass es sich lohnt, buchbare Angebote frühzeitig verfügbar zu machen.

Beliebteste Reiseziele

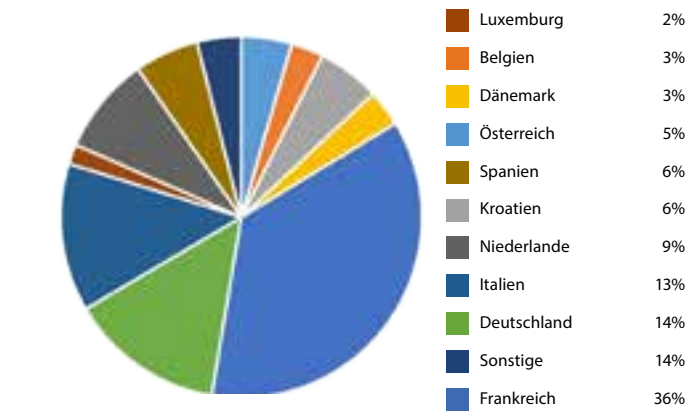
Die nebenstehenden Diagramme zeigen den Anteil der einzelnen Urlaubsländer an der Gesamtzahl der Buchungen. Dabei wird zwischen allen Buchungen (1), Buchungen mit CampingCard ACSI (CCA) (2) und Buchungen ohne CampingCard ACSI (3) unterschieden. Dabei fallen einige Unterschiede auf.

Betrachtet man ausschließlich Buchungen mit CampingCard ACSI (2), ist der Anteil der Buchungen nach Spanien und Frankreich deutlich größer. Dies könnte mit der großen Zahl an Überwinterern und der Beliebtheit dieser Länder als ganzjährige Campingreiseziele zusammenhängen. Bei Buchungen ohne CampingCard ACSI (3) verteilen sich die Buchungen stärker auf verschiedene Länder. Länder wie Deutschland und Kroatien haben hier einen fast doppelt so großen Anteil wie bei der Gesamtzahl der Buchungen (1).

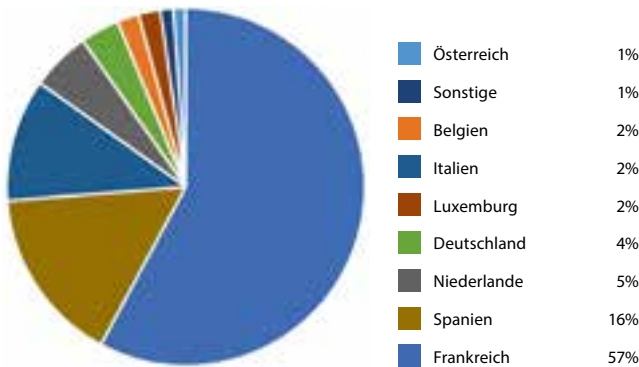
1. Anzahl der Buchungen nach Reiseziel | Alle Buchungen



3. Anteil der Buchungen nach Reiseziel | Ohne CCA



2. Anteil der Buchungen nach Reiseziel | Nur CCA



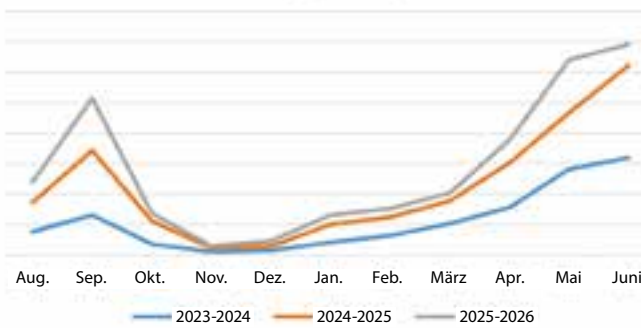
Anteil von CampingCard ACSI wächst

Die Zahl der Buchungen, bei denen Camper CampingCard ACSI nutzen, steigt weiter.

Der Schwerpunkt liegt vor allem auf relativ kurzen Aufenthalten im Frühjahr und Herbst. Besonders im April ist die Zahl der Buchungen deutlich

gestiegen. Auffällig ist, dass dabei sowohl Aufenthalte im April selbst als auch Aufenthalte zu einem späteren Zeitpunkt im Jahr gebucht werden. Für Campingplätze lohnt es sich daher, buchbare Angebote bereits im März oder April online verfügbar zu haben.

Anzahl der Buchungen mit CampingCard ACSI pro Monat



Tipps für Campingplätze

- ✓ Jeder Campingplatz kann sich ACSI camping.info Booking anschließen und über die ACSI-Websites und -Apps online buchbar werden. Die Teilnahme ist ohne Fixkosten möglich. Campingplätze zahlen lediglich eine geringe Provision pro Buchung.
- ✓ Durch die wachsende Beliebtheit von CampingCard ACSI bietet die Teilnahme eine große Chance auf zusätzliche Buchungen in der Nebensaison.
- ✓ Von Dezember bis März werden viele Buchungen mehr als 60 Tage im Voraus getätigt. Es lohnt sich daher, buchbare Angebote rechtzeitig online zu stellen.
- ✓ In den Sommermonaten wird relativ häufig

kurzfristig gebucht. Für Campingplätze kann es sich daher lohnen, auch später in der Saison noch buchbare Angebote online zu stellen.

- ✓ Bei der Anbindung an PMS-Systeme gibt es immer mehr Möglichkeiten. Für weitere Informationen können Sie gerne Kontakt mit uns aufnehmen.

Mehr erfahren?
QR-Code scannen



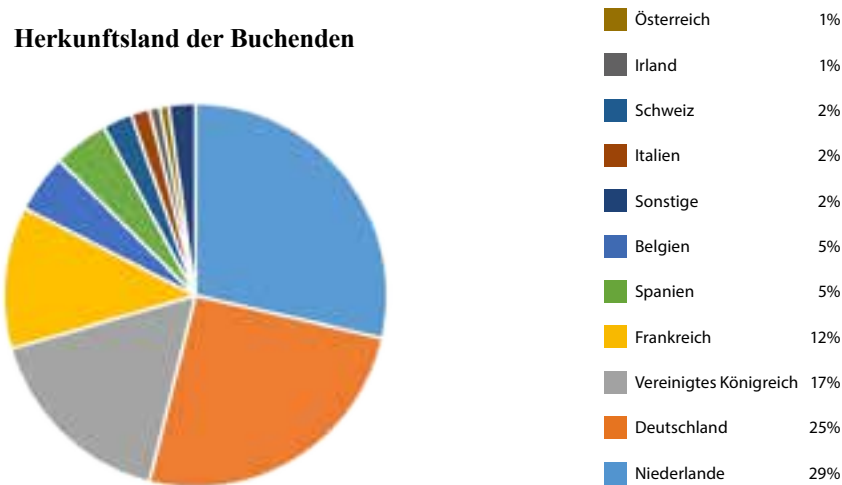
Woher kommen die Buchenden?

Betrachtet man die Herkunftsländer der Personen, die über die Plattform buchen, kommt die Mehrheit aus den

Niederlanden, Deutschland, dem Vereinigten Königreich und Frankreich. Auffällig ist, dass

sogar Buchungen aus Australien, Südkorea und den Vereinigten Staaten eingehen.

Herkunftsland der Buchenden



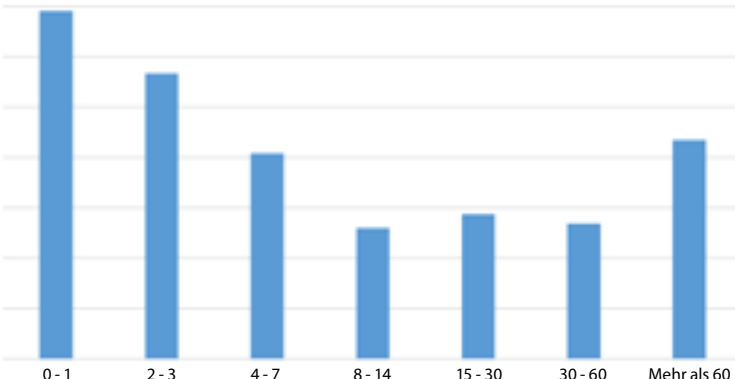
Wie lange im Voraus wird gebucht?

Die Zahlen zeigen, dass sich ACSI camping.info Booking sowohl für kurz- als auch für langfristige Buchungen bewährt.

Für Campingplätze ist es daher auch später in der Saison, beispielsweise mitten im Sommer, durchaus sinnvoll, buchbare Angebote online zu stellen.

60 % der Buchungen werden 0 bis 7 Tage vor der Anreise getätigt. Außerdem zeigt sich, dass von Dezember bis März viele Buchungen 60 Tage oder mehr im Voraus erfolgen. Es lohnt sich daher auch, Angebote für das folgende Jahr bereits im November oder Dezember online zu stellen und so Frühbucher anzusprechen.

Wie viele Tage im Voraus wird gebucht?



Guter Start für ACSI Broker Services



ACSI Broker Services bietet seit Anfang 2026 spezialisierte Unterstützung beim Kauf und Verkauf von Campingplätzen und Ferienparks.

ACSI Broker Services ist seit Anfang 2026 vielversprechend gestartet. Der Service bietet spezialisierte Unterstützung beim Kauf und Verkauf von Campingplätzen und Ferienparks in ganz Europa. Inzwischen laufen mehrere Verkaufs- und Suchprozesse und auch die erste internationale Transaktion wurde bereits erfolgreich abgeschlossen: der Verkauf eines großen italienischen Campingplatzes an eine französische Ferienparkgruppe.

Eine wichtige Entwicklung auf dem Markt ist das wachsende Interesse professioneller europäischer Käufer. Sie suchen nicht nur nach Campingplätzen, die öffentlich zum Verkauf stehen, sondern wenden sich auch an ACSI Broker Services, um geeignete Campingplätze oder Ferienparks zu finden. Dabei achten sie unter anderem auf Lage, Größe, das Verhältnis zwischen Stellplätzen und Mietunterkünften, den Betrieb und das Entwicklungspotenzial.

ACSI Broker Services ist daher auf beiden Seiten des Marktes tätig. Einerseits unterstützt der Service Campingplätze, die aktiv einen Käufer suchen. Andererseits arbeitet ACSI Broker Services für Auftraggeber, die einen Campingplatz erwerben möchten. Auf Grundlage konkreter Suchkriterien werden dabei auch Campingplätze und Ferienparks berücksichtigt, die noch nicht öffentlich zum Verkauf stehen.

Immer mehr Campingplätze werden über eine solche gezielte Suche nach einem Käufer verkauft und nicht über ein öffentliches Verkaufsangebot. Für

Campingplatzbetreiber bietet dies die Möglichkeit, das Interesse am Markt auszuloten, ohne selbst einen Verkauf angekündigt zu haben.

Viele professionelle Käufer interessieren sich vor allem für größere Campingplätze, häufig mit mehr als 250 Stellplätzen, in touristisch attraktiven Lagen. Auch Campingplätze mit guten Möglichkeiten zur Erweiterung, für neue Mietunterkünfte oder zur weiteren Professionalisierung können interessant sein.

Internationaler Markt
Die Campingplatzdaten von ACSI, das umfangreiche Inspektorennetzwerk und die langjährigen Beziehungen zu verschiedenen Akteuren innerhalb der Campingbranche ermöglichen es ACSI Broker Services, auf einem zunehmend internationalen Markt zu agieren.

So kann beispielsweise ein niederländischer oder italienischer Campingplatz für eine französische oder deutsche Ferienparkgruppe interessant sein. Die erste abgeschlossene Transaktion – ein großer italienischer Campingplatz, der von einem französischen Unternehmen übernommen wurde – ist dafür ein konkretes Beispiel.

Viele Kontaktfanfragen
Das Interesse ist nicht nur bei professionellen Käufern groß. Auch bei Campingplatzbetreibern ist dies deutlich zu spüren. Mehr als hundert Eigentümer aus den Benelux-Ländern, Skandinavien, Deutschland, Italien, Spanien, Portugal und dem Vereinigten Königreich haben Interesse an

einem Gespräch mit ACSI Broker Services bekundet. Nicht alle möchten ihren Campingplatz direkt verkaufen. Viele Gespräche dienen zunächst der Orientierung und drehen sich beispielsweise um den Unternehmenswert, die Nachfolge, potenzielle Käufer oder die Möglichkeiten eines späteren Verkaufs.

Gerade für Eigentümer, die noch keine konkreten Verkaufspläne haben, kann ein erstes Gespräch wertvoll sein. Ein möglicher Verkauf beginnt schließlich häufig schon Jahre bevor tatsächlich nach einem Käufer gesucht wird. Kenntnisse über den Markt, den Wert des Unternehmens und die Art von Käufern, die Interesse haben könnten, helfen dabei, langfristig fundiertere Entscheidungen zu treffen.

Einen Verkauf diskret ausloten
Vertraulichkeit und Diskretion spielen dabei eine wichtige Rolle.

Ein Campingplatz hat oft eine lange Geschichte und ist nicht selten das Lebenswerk mehrerer Generationen einer Familie. Damit muss sorgfältig und respektvoll umgegangen werden. Ein möglicher Verkauf betrifft häufig weit mehr Personen als nur den Eigentümer.

Über einen sogenannten Secret Sale kann diskret geprüft werden, ob ernsthaftes Interesse besteht. Der Campingplatz wird dabei nicht öffentlich zum Verkauf angeboten, sondern ausschließlich sorgfältig ausgewählten und qualifizierten Käufern vorgestellt.

Vom Interesse zum Verkauf
Entsteht konkretes Interesse, begleitet ACSI Broker Services den weiteren Prozess. Dabei

werden unter anderem das Unternehmen, die finanzielle Entwicklung, die Lage und die Entwicklungsmöglichkeiten betrachtet. Auf Wunsch unterstützt ACSI Broker Services auch bei den Verhandlungen, der Due-Diligence-Prüfung und dem Abschluss der Transaktion.

Die ersten Monate zeigen, dass auf beiden Seiten des Marktes Bedarf an einem spezialisierten Partner besteht, der Campingplatzbetreiber und professionelle Käufer aus verschiedenen europäischen Ländern miteinander verbindet. ACSI Broker Services übernimmt diese Rolle und begleitet den Prozess von der ersten Orientierung bis zum Verkauf.

Ist Ihr Campingplatz für einen Käufer interessant?

ACSI Broker Services ist für viele unterschiedliche europäische Campingplätze und Ferienparks interessant. Das große Netzwerk aus Investoren und Entwicklern erhöht die Chancen auf einen erfolgreichen Verkauf deutlich. Auf Käuferseite besteht unter anderem Interesse an:

- 1. Größeren Campingplätzen**
Häufig ab etwa 250 Stellplätzen.
- 2. Touristisch attraktiven Lagen**
Zum Beispiel an der Küste, an einem See oder in einer

- etablierten Tourismusregion.
- 3. Entwicklungspotenzial**
Etwa Möglichkeiten zur Erweiterung, für zusätzliche Mietunterkünfte oder zur Verbesserung der Einrichtungen.
- 4. Einem attraktiven Mix**
Ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Stellplätzen und Mietunterkünften.
- 5. Unabhängigen und familiengeführten Campingplätzen**
Mit einem soliden Betrieb und Möglichkeiten für weiteres Wachstum.
Ihr Campingplatz muss nicht

öffentlich zum Verkauf stehen. Über einen Secret Sale kann ACSI Broker Services vertraulich prüfen, ob Ihr Campingplatz zu einem der aktuellen Suchprofile passt.

Möchten Sie mehr über die Möglichkeiten für Ihren Campingplatz erfahren oder ein erstes vertrauliches Orientierungsgespräch führen? Besuchen Sie unsere Website oder kontaktieren Sie uns über die unten angegebene E-Mail-Adresse.
W: www.acsi-campingforsale.com
E: info@acsi-brokerservices.eu

Neues Dashboard sorgt für mehr Transparenz

Hinter den Kulissen arbeitet ACSI kontinuierlich an der Weiterentwicklung seiner digitalen Produkte. Ein wichtiger Schritt dabei ist das neue Dashboard im ACSI Campsite Portal. Inspektoren erhalten damit Einblick in die Leistungen eines Campingplatzes und können Campingplätzen besser zeigen, welche Reichweite und Ergebnisse ihre Zusammenarbeit mit ACSI erzielt. Langfristig wird das Dashboard auch für die Campingplätze selbst zugänglich sein.

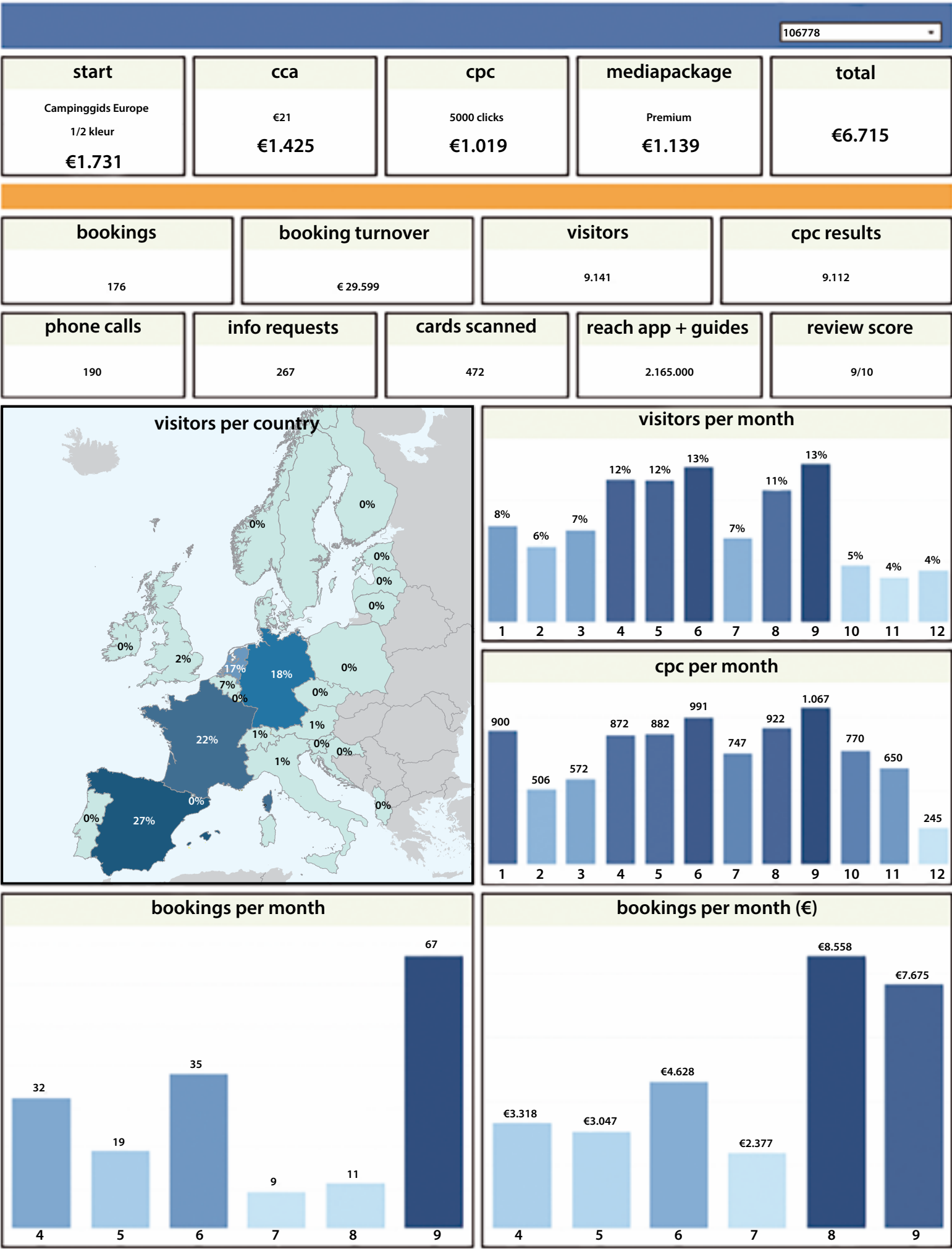
Der Ausgangspunkt bei der Entwicklung dieses Dashboards war einfach: mehr Transparenz über die Investitionen eines Campingplatzes zu schaffen und konkret zu zeigen, welche Ergebnisse damit erzielt werden.

Oben im Dashboard ist beispielsweise zu sehen, welche Promotion ein Campingplatz gebucht hat. Anschließend werden die Ergebnisse übersichtlich dargestellt, darunter die Zahl der Besucher über die ACSI-Websites und -Apps, die Ergebnisse über ACSI camping.info Booking und die Anzahl der CPC-Klicks.

Von der Reichweite bis zum Gästekontakt
Auch andere Kontaktpunkte mit potenziellen Gästen werden sichtbar gemacht. So können Campingplätze sehen, wie viele Anrufe aus der App heraus beim Campingplatz eingegangen sind und wie viele Informationsanfragen gestellt wurden. Diese Anfragen führen in 80 % der Fälle zu einer Buchung und sind daher für einen Campingplatz besonders wertvoll. Darüber hinaus enthält das Dashboard unter anderem Informationen zur Anzahl der gescannten CampingCard ACSI-Rabattkarten, zur Reichweite der ACSI-Führer und -Apps sowie zur Bewertung des Campingplatzes.

Einblick in die Herkunft der Besucher
Die Daten lassen sich zudem weiter aufschlüsseln. So ist beispielsweise ersichtlich, aus welchen Ländern die Besucher der Websites und Apps kommen und wie sich die Zahl der CPC-Klicks pro Monat entwickelt. Dadurch entsteht nicht nur ein Gesamtbild der Ergebnisse, sondern auch ein besserer Einblick darin, woher Reichweite und Interesse kommen.

Dashboard für Inspektoren, später auch für Campingplätze
Mit dieser Entwicklung möchte ACSI die Ergebnisse von Promotion und Zusammenarbeit noch transparenter machen und Gespräche mit Campingplatzbetreibern über ihre Investitionen und deren Ertrag weiter unterstützen. Zunächst ist das Dashboard ausschließlich für ACSI-Inspektoren zugänglich. Sie können die Informationen selbstverständlich mit den Campingplätzen in ihrem Inspektionsgebiet teilen. Langfristig wird das Dashboard auch für Campingplatzbetreiber direkt zugänglich sein.



Das neue Dashboard im ACSI Campsite Portal bietet mehr Einblick in die Ergebnisse, die ein Campingplatz durch Promotion bei ACSI erzielt.

Campingplätze mit



Balatontourist Camping & Bungalows Füred, Ungarn

„Ost und West machten gemeinsam Urlaub am Balaton“

Balatontourist Camping & Bungalows Füred, Teil der Campingplatzkette Balatontourist, feiert sein 75-jähriges Bestehen. Head of Marketing Csilla Gyarmati erzählt von 75 Jahren Campinggeschichte am Balaton. Wie sah Camping in Ungarn früher aus und wie veränderte sich der Campingmarkt nach dem Fall der Berliner Mauer? Gemeinsam mit ACSI blickt Gyarmati auch in die Zukunft. Was erwartet das Unternehmen nach diesem Jubiläum?

Wann begann Camping in Ungarn und welcher war der erste Campingplatz von Balatontourist?

„Camping am Balaton begann 1958. Damals wurden zwei Campingplätze eröffnet: einer auf der Halbinsel Tihany und einer in Balatonfüred. Ein Jahr später folgte am Südufer in Balatonföldvár der dritte Campingplatz.“

„Anfangs übernachteten die Gäste hauptsächlich in Mietzelten, da viele ungarische Familien noch keine eigene Campingausrüstung besaßen. Die Nachfrage war sehr groß und die Campingplätze waren äußerst beliebt. Deshalb kamen Jahr für Jahr neue Campingplätze hinzu. 1964 wurde Ungarn Mitglied der FICC. Dank dieser

Mitgliedschaft fand 1966 in Balatonfüred das 27. FICC-Rallye mit 7.000 Teilnehmern statt. Fast 6.000 von ihnen kamen aus dem Westen. Dies war der Moment, in dem Ungarn und die Campingplätze rund um den Balaton international auf der touristischen Landkarte sichtbar wurden.“

Welchen Einfluss hatte der Fall der Berliner Mauer auf das Camping am Balaton?

„Über Jahrzehnte waren Ungarn, der Balaton und die Campingplätze in der Region ein wichtiger Treffpunkt für Familien und Freunde aus Ost- und Westdeutschland, die voneinander getrennt lebten. Hier konnten sie sich jedes Jahr treffen und gemeinsam Zeit verbringen.“

„Rund um den See hörte man überall Deutsch. Aber auch viele Touristen aus den Niederlanden, Österreich, Polen und der ehemaligen Tschechoslowakei kamen an den Balaton. Ost und West machten hier gemeinsam Urlaub.“

„Nach dem Fall der Mauer änderte sich die Situation. Ungarn verlor als Treffpunkt an Bedeutung, weil die Menschen einander frei besuchen und sich überall treffen konnten. Auch für die Einwohner der ehemaligen sozialistischen Länder öffnete sich eine neue Welt. Viele entschieden sich selbstverständlich für Reiseziele, die zuvor für sie unerreichbar gewesen waren.“

„Dadurch ging die Zahl der Camper vorübergehend zurück.

Doch schon bald wurden die Campingplätze am Balaton wiederentdeckt. Viele Menschen blickten nostalgisch auf die Urlaube zurück, die sie vor dem Mauerfall am See verbracht hatten. Sie kehrten an die Orte zurück, mit denen sie schöne Erinnerungen und Erlebnisse verbanden.“

Balatontourist feiert in diesem Jahr sein 75-jähriges Bestehen. Wie viele Campingplätze gehören zur Gruppe?

„In den vergangenen 75 Jahren war die Organisation in verschiedenen Bereichen tätig, darunter Reisebüros, Motels und Hotels. In der Anfangszeit übernahm die Organisation zudem gesellschaftliche Aufgaben.“

„Ab den 1980er-Jahren wurde der Betrieb von Campingplätzen zur wichtigsten Tätigkeit. Wie bereits erwähnt, war Balatontourist jedoch schon Ende der 1950er-Jahre an der Eröffnung der ersten Campingplätze am Balaton beteiligt. Heute umfasst die Kette vier Campingplätze, darunter einen FKK-Campingplatz.“

Wie sieht der heutige Campingmarkt in Ungarn aus?

„In Ungarn gibt es rund 300 Campingplätze. Das Angebot reicht von kleinen Familiencampingplätzen bis zu größeren Campingplatzketten mit mehreren Standorten und jeweils Hunderten Stellplätzen, Bungalows und Mobilheimen.“

„Nach der Corona-Pandemie ist Camping bei den Ungarn deutlich beliebter geworden. Davon haben die ungarischen Campingplätze profitiert. Gleichzeitig stellt die starke Saisonalität, insbesondere rund um den Balaton, eine große Herausforderung dar. Ziel ist es, die Abhängigkeit von der Hauptsaison zu verringern.“

„Die Branche hat sich in den vergangenen Jahren schnell entwickelt und stark modernisiert. So wurden neue, moderne Mobilheime aufgestellt. Dadurch ist es heute auch ohne eigene Campingausrüstung möglich,

einen komfortablen Urlaub zu verbringen und gleichzeitig naturnah zu übernachten.“

Warum bleibt der Balaton als Urlaubsziel so attraktiv?

„Der Balaton ist der größte Warmwassersee Mitteleuropas. Die abwechslungsreiche Landschaft, das besondere Klima, die Sehenswürdigkeiten, das kulturelle Erbe, die Sportmöglichkeiten an Land und auf dem Wasser, die Gastronomie, die berühmten Weinregionen und die bekannte ungarische Gastfreundschaft machen den Balaton für ganz unterschiedliche Urlauber attraktiv.“

„Ganz gleich, ob man vor allem entspannen und zur Ruhe kommen oder einen aktiven Urlaub mit vielen Ausflügen und Aktivitäten verbringen möchte. Und egal, ob man mit oder ohne Kinder reist: Am Balaton gibt es für jeden den passenden Ort und den richtigen Zeitpunkt für einen Urlaub.“

Was bringt die Zukunft?

„Balatontourist hat sich in den vergangenen Jahrzehnten für die Entwicklung und Modernisierung von Campingplätzen in Ungarn und rund um den Balaton eingesetzt. Das wird die Organisation auch in Zukunft tun. In diesem Zusammenhang freuen wir uns sehr, die Eröffnung eines neuen Campingplatzes ankündigen zu können. Unser Team liebt Herausforderungen. Deshalb möchten wir unsere Erfahrung mit Campingplätzen und Camping diesmal nicht am Balaton einsetzen, sondern an einem anderen See. Er liegt in der Nähe einer Großstadt und mitten in einer wunderschönen, unberührten Naturlandschaft.“

„Darüber hinaus arbeiten wir weiter intensiv an der Entwicklung und Modernisierung unserer Campingplätze am Balaton. So möchten wir dafür sorgen, dass Camper die besondere Atmosphäre eines Urlaubs am Balaton jedes Jahr unter noch schöneren, besseren und moderneren Bedingungen erleben können.“



bewegter Geschichte



Esterel Caravaning, Frankreich

„Luxus bedeutet nichts ohne Seele“

In diesem Jahr wählten Camper Esterel Caravaning in Agay Saint Raphaël zum besten Campingplatz Frankreichs. Der ACSI Award war die Krönung des 50 jährigen Jubiläums des Campingplatzes. Gemeinsam mit Aurore Laroche, die Esterel Caravaning seit 1995 leitet und Eigentümerin ist, blickt ACSI auf die bewegte Geschichte dieses Fünf Sterne Resorts an der Côte d’Azur zurück.

Wie hat vor fünfzig Jahren alles angefangen?

„Es begann mit dem, was ich gerne eine wunderbare Art von Wahnsinn nenne. 1974 kauften meine Eltern, Jean und Jacqueline Laroche, beide von Beruf Anwälte, zwölf Hektar Land im Esterel Massiv. Drei kahle, felsige Hügel. Mein Vater entwarf alles selbst, von den Straßen und Stellplätzen bis zu den Gebäuden. Sie verkauften ihre Wohnung in Paris, um drei Kilometer Kanalisation zu finanzieren. Sie wollten etwas

bieten, das damals einzigartig war: Stellplätze mit privaten Sanitäranlagen. Bereits 1976 gab es davon achtzehn! Damals verfügte der Campingplatz über 495 Stellplätze, zwei beheizte Schwimmbäder, ein Restaurant, eine Bar, Tennis und Squashplätze sowie 30.000 neu gepflanzte Bäume.

Was ist der größte Unterschied zwischen dem Betrieb eines Campingplatzes damals und heute?

„Unser Beruf hat sich

vollkommen verändert und ist in mancher Hinsicht doch gleich geblieben. Meine Eltern bauten den Campingplatz auf, während meine Generation ihn professionalisiert hat. Wir arbeiten das ganze Jahr für eine sechsmonatige Saison, kommunizieren in vier Sprachen und beschäftigen uns mit Bereichen wie Marketing, Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Doch das Wesentliche ist gleich geblieben: Gäste herzlich willkommen zu heißen und dafür zu sorgen, dass sie sich hier einige Wochen lang wohler fühlen als irgendwo sonst auf der Welt.“

Was ist Ihre Philosophie und was können Gäste erwarten?

„Gäste finden hier ein Wasserparadies mit fünf Schwimmbädern, Wasserrutschen, Wellnesseinrichtungen, professioneller Animation, großzügigen Stellplätzen und einem Restaurant, das bereits mehrfach einen ACSI Award gewonnen hat. Meine Philosophie ist einfach: Luxus bedeutet nichts ohne Seele. Am meisten in Erinnerung bleiben der persönliche Empfang an der Rezeption, der Duft der Pinien und der Blick auf die roten Felsen des Esterel Massivs. Manche kamen erstmals als Kinder hierher und kehren heute mit ihren eigenen Kindern und Enkeln zurück.“

Wie viele Menschen arbeiten bei Esterel und wie stellen Sie sicher, dass genügend Personal vorhanden ist?

„Wir beschäftigen das ganze Jahr über rund zehn feste Mitarbeiter, in der Hochsaison steigt die Zahl auf etwa siebzig. Personal zu finden, ist zu einer der größten Herausforderungen in unserem Beruf geworden, besonders an

der Côte d’Azur, wo Unterkünfte knapp und teuer sind. Viele Saisonkräfte wohnen deshalb auf dem Gelände und zahlreiche kehren jeden Sommer zurück. Wenn sich ein Team wohlfühlt, merken das auch die Gäste. Fähigkeiten lassen sich erlernen, aber ein echtes Lächeln an einem geschäftigen Augustabend nicht.“

Was sind die wichtigsten Veränderungen der letzten Zeit auf dem Campingplatz?

„Die größte Veränderung betrifft unsere Energieversorgung. So wird beispielsweise die Beleuchtung auf dem Campingplatz mit Solarenergie betrieben. Außerdem investieren wir weiterhin in Komfort, mit Mobilheimen mit privatem Spa oder Schwimmbad, Stellplätzen von fast 200 m² mit eigenem Bad und eigener Küche sowie privaten Parzellen von bis zu 1.000 m².“

Wie bewahren Sie das Gleichgewicht zwischen Stellplätzen und Mietunterkünften?

„Camping steckt in unserem Namen, unserer Geschichte und unserer Identität. Ein Campingplatz ohne traditionelle Camper verliert seine Seele. Von unseren 495 Stellplätzen sind 164 weiterhin für Wohnwagen und Wohnmobile reserviert. Rund die Hälfte davon verfügt über private Sanitäranlagen. Viele unserer treuesten Gäste sind Wohnwagencamper aus den Niederlanden und Deutschland. Für sie wird es hier immer einen schönen Stellplatz geben.“

Immer mehr Campingplätze werden von großen Campingplatzgruppen

übernommen. Bleibt Esterel ein Familienunternehmen?

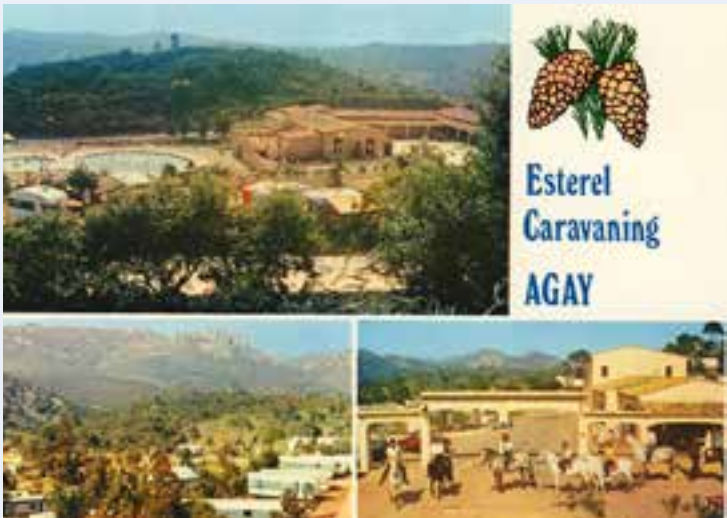
„Auf jeden Fall. Unabhängigkeit hat nichts mit Nostalgie zu tun, sie ist unser größter strategischer Vorteil. Während ein Investor vielleicht eine höhere Rendite pro Hektar anstrebt, entscheiden wir uns stattdessen für Platz, Grün und Qualität. Inzwischen ist die dritte Generation im Unternehmen tätig. Ich arbeite eng mit meinen Söhnen Jean und Matisse zusammen und mein Enkel Joseph kennt den Campingplatz bereits wie seine Westentasche.“

Wie begann Ihre Zusammenarbeit mit ACSI?

„Unsere Beziehung zu ACSI reicht mehr als 30 Jahre zurück. Ich schätze die unabhängigen Bewertungen der ACSI Inspektoren sehr. Manche Kollegen betrachten sie als Einschränkung, ich hingegen sehe sie als Geschenk, das dazu anregt, immer wieder das Beste zu geben. Wenn Gäste uns über ACSI entdecken, ist es für uns Ehrensache, dafür zu sorgen, dass die Realität ihre Erwartungen übertrifft.“

Welche Pläne haben Sie für die Zukunft?

„Zum Abschluss unserer Jubiläumssaison arbeite ich an einem Buch über fünfzig Jahre Esterel Caravaning. Einige Erinnerungen, die Gäste mit uns geteilt haben, haben mich zu Tränen gerührt. Außerdem werden wir weiter in Innovation und Nachhaltigkeit investieren, damit im Jahr 2076 noch jemand aus meiner Familie mit demselben Stolz über Esterel Caravaning spricht.“



Impressum

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

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

Redaktion: Laura ten Barge, Lisette van Bommel, Julia Koenen, Berrit de Lange, Marieke Krämer, Bianca van Steenberg

Anzeigenverkauf: ACSI-Vertriebsabteilung | **Bildredaktion:** Erik Spikmans | **Gestaltung:** Esther Baks, Marloes Buijs, Peter Dellepoort, Rein Driessens, Mariëlle Rouwenhorst-Küper

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



2027 mehr Camper erreichen?

Werben Sie bei ACSI und steigern Sie die Sichtbarkeit Ihres Campingplatzes

Erreichen Sie Millionen europäische Camper über den ACSI-Campingführer, die Website und die App



Interesse?

Wenden Sie sich an Ihren Ansprechpartner
oder scannen Sie den QR-Code, um mehr über die Werbemöglichkeiten zu erfahren



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