

DIE ACSI ZEIT

von ACSI dem Campingspezialisten: Frühjahr 2017



ACSI

SINCE 1965

Ausgabe Frühjahr 2017

Die ACSI Zeit erscheint vom führenden Campingspezialisten Europas.

In dieser neuen Ausgabe lesen Sie über Online Buchungen und weitere Campinginnovationen. Außerdem erfahren Sie etwas über die Bedeutung guter Texte und Fotos auf Webseiten und was Campingplatzbetreiber von Ihrem Platz berichten.

Buchungsportale

Das Internet spielt eine immer größere Rolle bei der Urlaubsbuchung: Inspirationen aufnehmen, Informationen suchen und sofort buchen. Lesen Sie mehr über Online buchen ab Seite

2

Spezielle Zielgruppe

Wie kann sich ein Campingplatz von anderen unterscheiden? Die ACSI Zeit sprach mit drei Inhabern und einem Mitarbeiter einer Campinggruppe, wie sie sich entwickelt haben und wie sie sich an eine spezielle Zielgruppe richten. Lesen Sie mehr darüber ab Seite

10

Sonnige Zeiten in einem unruhigen Europa?

Die Veränderungen und Herausforderungen 2016 in Europa sind in vielen Ländern mit einem Wirtschaftswachstum einhergegangen. In unruhigen Zeiten scheint ausgerechnet der Campingplatz ein attraktiver sicherer Hafen für Familien zu sein.

Vergangenes Jahr fing wegen des schlechten Wetters, Überschwemmungen und Tankstellenblockaden für **Frankreich** zunächst problematisch an. In großen Teilen des Landes erholte sich die Saison dann, aber den Fehlstart konnten viele Regionen nicht mehr aufholen (Quelle: L'OT). Die ersten Vorzeichen für 2017 sind Gott sei Dank gut. Das Baromètre Thélis (bis Jan. 2017) steht auf +15,8% Buchungen vor allem mit niederländischen und deutschen Gästen. Englische Buchungen sind derzeit bei -8%.

2016 machten bis August die Campingplätze in **Deutschland** eine Steigerung von 1,6% zum Rekordjahr davor aus. Der August zeigte auffälligerweise einen Rückgang von 3,3%. Die Niederländer bleiben unter den Touristen auf den deutschen Campingplätzen mit fast

2 Millionen Übernachtungen die wichtigsten Gäste (Quelle: BVCD).

Italien zeigt eine deutliche Steigerung des eingehenden Campingtourismus (+1,4%), laut Nicolcarlo Genovese von der FAITA gut 40% mit 63 Millionen Übernachtungen. Außerdem auch +2,6% Wachstum an italienischen Gästen. Auffallend im Nordosten (Veneto und Trentino-Alto Adige) war die rückläufige Zahl der niederländischen Gäste.

Positive Nachrichten aus **Schweden**. Direktor Lars Isacson vom SCR Svensk Camping meldet ein Wachstum von ca. 2% auf 15,6 Millionen Übernachtungen. Der Verkauf von Caravans und Reisemobile war 2016 in Schweden ebenfalls ausgezeichnet; das beste Jahr seit 2008. Auch die Anzahl der Buchungen für die neue Saison war erneut höher.

In den **Niederlanden** schwankt die

Anzahl der Campingurlaube laut NBTC•NIPO seit Jahren zwischen 2,6 und 2,7 Millionen Urlauben, was für etwas über 19 Millionen Übernachtungen reicht. Auffallend dabei ist, dass die Anzahl ausländischer Gäste, vor allem aus Deutschland, Frankreich und Belgien, zunimmt.

Auch **Kroatien** kann auf ein erfreuliches Jahr zurückblicken. Mit 17,5 Millionen Übernachtungen zeigten die kroatischen Plätze laut Direktor Adriano Palman von der Croatian Camping Association ein Wachstum von 2%. Die wichtigsten Märkte sind Österreich, Italien, Deutschland, die Niederlande und Slowenien.

Spanien hatte 2016 ein Top Campingjahr. Das gab Präsident Berta Cabré von der Campingföderation Tarragona stolz bekannt: 2016 wurde an der Costa Dorada die 8 Millionen Übernachtungsgrenze überschritten, ein Wachstumsrekord um 8%. An der Costa Dorada haben niederländische Gäste einen Marktanteil von 11%, deutsche Camper immerhin 6%, Belgier 3% und Italiener ca. 1%.



Digitale Zukunft

Urlaub buchen, einkaufen, Bankgeschäfte regeln, aber auch Dokumente und Fotos verwalten. Man kann sich kaum vorstellen, was nicht noch alles direkt online geregelt werden kann. Papier scheint langsam der digitalen Welt zu weichen. ACSI macht mit dem Aufkommen des neuen Portals auch die Bearbeitung von Campingdaten einfacher. Auf **Seite 6** lesen Sie mehr über die digitale Zukunft der Campingspektion.

Generationen von Campinginhabern

Campingplätze sind oft Familienbetriebe. Manchmal mit sogar gleich mehreren Generationen. Wie ist das, so eng mit der Familie zusammen zu arbeiten und wie das aus mit dem Generationsunterschied? Auf **Seite 8** lesen Sie mehr über drei erfolgreiche Campingplatzfamilien.

Zum ersten Mal campen

Campen ist für den einen normal, andere haben es noch nie gemacht. Wie ist das beim ersten Mal campen gehen? Auf **Seite 14** lesen Sie den Erfahrungsbericht zweier Campinganfänger.

Eine aktive Campingföderation

Verschiedene Campingföderationen in Europa setzen sich für die Professionalisierung der Branche, Informationsaustausch und Kooperation ein. Campings de Girona ist so ein Beispiel.

Die jährliche Girocamping zieht jedes Jahr viel Publikum. Die Messe hatte auch dieses Jahr die Ausgewogenheit zwischen zwei Fachtagen (2.000 Besucher) und zwei Verbrauchertagen (16.000 Camper). Der Fachaustausch wurde 2017 von einzelnen hochrangigen Offiziellen aus Katalonien besucht und hat einen internationalen Anstrich

bekommen. Drei europäische Regionen (die katalanische Costa Brava, das italienische Cavallino und die niederländische Overijssel) kamen sich einander als Regionen mit der höchsten Dichte von Topplätzen näher, um eventuelle Kooperationen zu besprechen. Auch innerhalb Spaniens arbeitet "Campings de Girona" an der operationellen Kraft.

Auf der Girocamping wurden die Unterschriften für die künftige Zusammenarbeit zwischen den Campingföderationen von Castelló, Valencia, Alicante, Tarragona, Lleida und Girona gesetzt. Sie möchten gerne unter

dem Namen Confederación Española de los Campings del Mediterraneo operieren. Campings de Girona setzt die Region außerdem auf zahlreichen Messen und in den Medien ins rechte Licht. Schon allein diese Bemühungen bescherten den Campingplätzen keine Windeier: die Costa Brava konstatierte ein Wachstum von 15% spanischen und 6% niederländischen Gästen. Der deutsche Markt wuchs um 3%. Nur der französische Markt fiel um 2%, dagegen blieb der englische Markt stabil. Insgesamt wurden laut Ward Wijngaert 8 Millionen Übernachtungen realisiert.



v.l.n.r. Patrick Torrent (Direktor des Katalanischen Verkehrsbüros), Herr Bustamante (Regierungsvertreter Spaniens de Girona), Anna Banús (Vize-Präsidentin der Campingföderation Girona), Miquel Gotanegre (Vorsitzender der Katalanischen Campingföderation und Vorsitzender der Campingföderation Girona), Frau Madrenas (Bürgermeisterin von Girona), Pere Vila (Vorsitzender der Deputaçion de Girona), unbekannt, Ferran Roquer (Katalanischer Regierungsvertreter), Herr Escudero (Vorsitzender des örtlichen Gastronomieverbandes) und Herr Verdaguer (Campingplatzinhaber des Camping Rodas).

Buchungsportale für Campingplätze ein Hype?

Vor ein paar Jahren noch war es normal zu verreisen, ohne vorher groß ein Hotel zu regeln. Vor Ort wurde dann meist über das örtliche Fremdenverkehrsamt eine Unterkunft gesucht. Wer aber fährt heute noch nach Paris, ohne vorher ein Hotel oder Zimmer zu buchen?

Reservieren konnte man früher nur im Reisebüro oder indem man anrief. Der moderne Verbraucher hat sich durch seine Städtereisen inzwischen komplett daran gewöhnt, immer vorher zu reservieren. Dank großer Buchungsportale ist es recht einfach, Übernachtungsangebote inhaltlich zu vergleichen. Kosten vergleichen, Verfügbarkeit checken und sofort zu buchen: wann immer man will und in allen Sprachen.

Aufs Geratewohl zu verreisen bedeutet heute der Blick unterwegs auf das Handy, wo noch Platz ist, dann vorbei fahren oder

gleich buchen. In der Campingbranche steckt das noch etwas in den Kinderschuhen.

Es wird immer Camper geben, die nie buchen oder gerade mal die ersten Nächte reservieren. Der durchschnittliche Verbraucher ist bereits damit vertraut jederzeit zu buchen und macht das auch für seinen Campingurlaub. Mietunterkünfte sind beliebt und die meisten Leute wissen, dass es schlauer ist vorab zu buchen.

Hinzu kommt noch etwas anderes: Der Anspruch den Sommerurlaub als Familienhöhepunkt des Jahres möglichst perfekt zu regeln. Der Konsument will gut vorbereitet sein und braucht dafür viele Infos.

Informationen über Campingplätze zu finden ist kein Problem, aber welche Plätze passen zu einem? Erfahrungen von Freunden sind am wichtigsten, denn die sind meist zuverlässig. Beurteilungen von Unbekannten kön-

nen auch sehr helfen. Dazu ist auch das Markenbewusstsein sehr praktisch: Wenn ein Campingplatz der Markengruppe X nett war, ist die Chance recht groß, dass ein anderer Camping der selben Markengruppe auch gefallen wird. Meist sind es zu viele Infos und dann ist die Orientierung auf Webseiten mit professionellen Beurteilungen sehr hilfreich.

In der Hotelbranche passiert inzwischen ein Großteil der Buchungen über Reservierungsportale. Der Kunde findet eine enorme Übersicht, viele Infos über die Unterbringung und die Zimmer, Besucherkritiken, Preise und Verfügbarkeit. Der wichtigste Unterschied zur Campingbranche dabei ist, dass bei einem Campingurlaub viel Zeit auf dem Platz zugebracht wird, während bei einem Hotelurlaub das Hotel eher zum schlafen genutzt wird. Durchschnittlich dauern Campingferien auch länger als Hotelurlaube und der Campingurlaub ist zudem der

wichtigste Urlaub im Jahr.

Für Buchungsportale mit Campinginformationen und viel Angebot ist folglich reichlich Platz. Mehr als bei einem Hotel wird sich der Verbraucher auch

über die Webseite des Campingplatzes orientieren.

Mit der Abschaffung der Roamingkosten innerhalb der EU zum 1. Juli wird die letzte Hürde alles online zu regeln definitiv fallen.



Internationale Zahlungslösungen bei Online-Buchungen

Innerhalb der EU-Länder gibt es große Unterschiede in der Art und Weise des (online) Zahlungsverkehrs. Da die meisten Campingplätze nur die populärsten Zahlungsmöglichkeiten ihres eigenen Landes anbieten, ist es für ausländische Campinggäste oft schwierig online oder an der Rezeption zu zahlen.

In Südeuropa sind die meisten Bankkarten auch gleichzeitig Kreditkarte (Visa oder MasterCard) und der Verbraucher kann überall mit Kreditkarte zahlen. Banküberweisungen oder automatischer Einzug werden wenig genutzt.

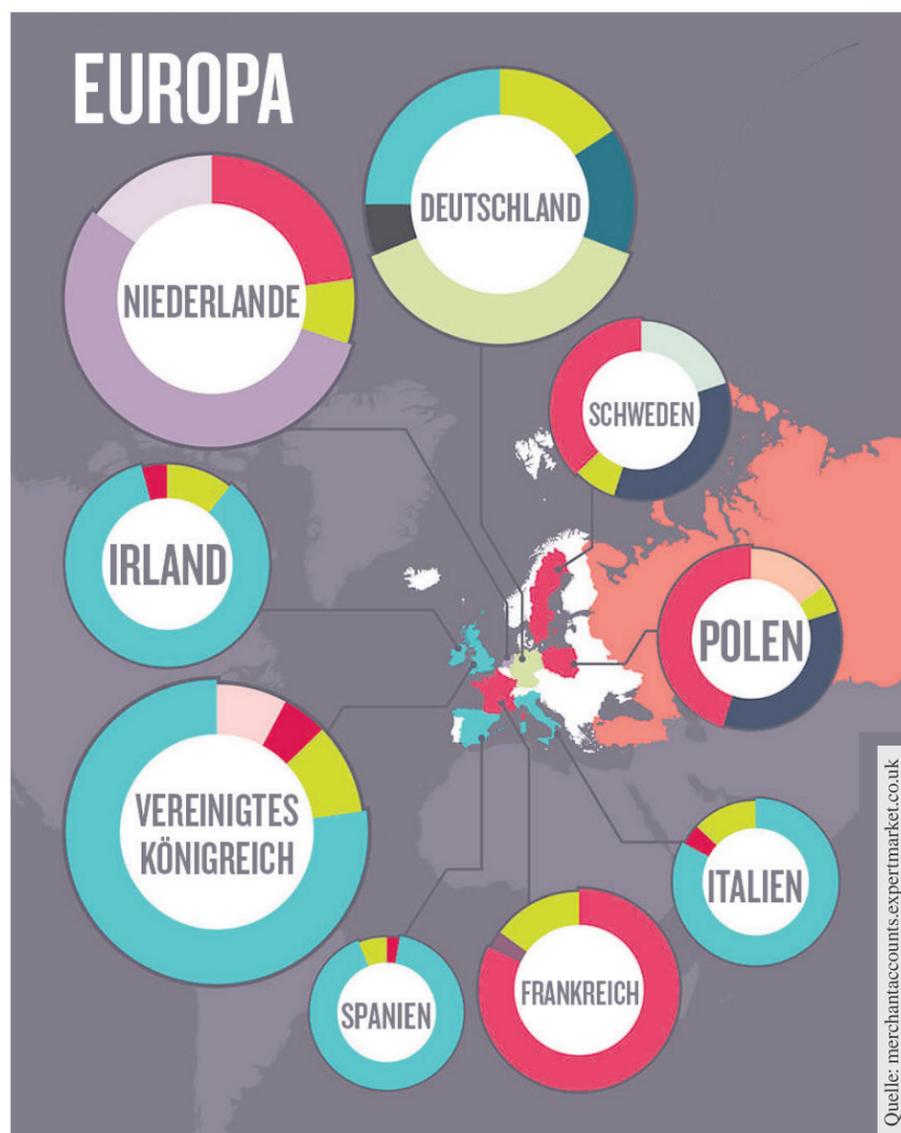
In den Niederlanden und Deutschland sind die Bankkarten nicht unbedingt auch eine Kreditkarte. Der Verbraucher muss eine separate Kreditkarte anfordern und dafür Bezahlen. Das Bezahlen mit Kreditkarte wird in den Niederlanden und Deutschland nicht allgemein akzeptiert und die Verbraucher sind weniger bereit, online mit Kreditkarte zu zahlen. Viele Transaktionen laufen über automatische Inkassos und andere Lastschrift Lösungen. In den Niederlanden ist das vor allem iDEAL (2015 schon 56%), in Deutschland SOFORT und in Belgien Bancontact. Die Übersicht hier zeigt einmal die meist verwendeten Zahlungsmethoden einiger Länder.

Bei der Online-Zahlung von Reservierungen kommt noch hinzu, dass nicht alle Zahlungsmethoden als Echtzeit-Zahlungen

möglich sind. Das gilt vor allem für Banküberweisungen und Inkassos.

Damit jeder Verbraucher seine Campingreservierung bequem bezahlen kann, arbeitet ACSI

Booking mit dem Zahlungsinstitut SysPay zusammen. Über SysPay haben Verbraucher die Möglichkeit mit Visa, MasterCard, iDEAL, Bancontact und SOFORT zu bezahlen.



POLEN	45%	CREDIT CARDS
	35%	ONLINE BANKING
	15%	CASH BASED METHODS
	5%	PAYPAL
SCHWEDEN	37%	CREDIT CARDS
	35%	ONLINE BANKING
	20%	OPEN INVOICE
	8%	PAYPAL
DEUTSCHLAND	38%	ELV
	25%	VISA/MASTERCARD
	16%	PAYPAL
	15%	SOFORT BANK
	6%	GIROPAY
NIEDERLANDE	55%	IDEAL
	23%	CREDIT CARDS
	15%	DIRECT DEBIT
	7%	PAYPAL
IRLAND	85%	VISA/MASTERCARD
	11%	PAYPAL
	4%	AMERICAN EXPRESS
VEREINIGTES KÖNIGREICH	77%	VISA/MASTERCARD
	10%	PAYPAL
	8%	DEBIT CARDS
	5%	AMERICAN EXPRESS
SPANIEN	91%	VISA/MASTERCARD
	6%	PAYPAL
	3%	AMERICAN EXPRESS
FRANKREICH	82%	CREDIT CARDS
	15%	PAYPAL
	3%	DOMESTIC CARTE BLEUE
ITALIEN	83%	VISA/MASTERCARD
	13%	PAYPAL
	4%	AMERICAN EXPRESS

Quelle: merchantaccounts.expertmarket.co.uk

Ihr Campingplatz über ACSI Booking gebucht

Online einen Urlaub buchen wird immer beliebter. Viele Branchen sehen eine Steigerung von Online-Buchungen und Transaktionen. Verbraucher suchen online nach Inspiration und Information für ihren Urlaub und wollen in dem Moment buchen, der ihnen recht ist. Für die Campingbranche gilt das gleiche: Camper wollen nicht nur nach Campingplätzen suchen mit Schwimmbad und Restauration, wollen aber auch wissen, welche Plätze noch verfügbar sind, was sie kosten und ob man sofort reservieren kann. Seit März 2017 wurde deswegen ACSI Booking eingeführt.

ACSI Booking ermöglicht dem Camper direkt über diverse Webseiten von ACSI seinen Campingurlaub zu buchen. Wenn er auf einer der Webseiten Eurocampings.eu, CampingCard.com oder Kleincampingplaetze.de einen passenden Platz gefunden hat, kann er direkt per Touchscreen eine Buchung machen und bezahlen.

Nach dem Filtern auf Verfügbarkeit der Plätze und der Eingabe der Kundendaten, kann der

Camper auf die ihm vertraute Art bezahlen. Beispielsweise über Kreditkarte oder andere Online-Abrechnungsmöglichkeiten. Bei dem Zahlungsverkehr arbeitet ACSI dabei mit Zahlungsinstitut SysPay zusammen.

Um dafür zu sorgen, dass die Angaben auf den verschiedenen Webseiten jederzeit auf dem letzten Stand sind, wird ACSI Booking an das wichtige Tool des Property Management Systems (PMS) gekoppelt. Auf dieser Art wird die Information wie Verfügbarkeit der Stellplätze kontinuierlich aktualisiert. Bei einer neuen Buchung wird das sowohl im PMS des Campings, als auch auf den Webseiten von ACSI aktualisiert. Im Augenblick wird noch fleißig an den unterschiedlichsten Kompatibilitäten der Kopplungen gearbeitet. Die Buchung die der Camper über ACSI Booking macht, betrifft also eine definitive Buchung, die sog. "Fixbuchung".

Campingplätze können über ACSI Booking zusätzliche Reservierungen bekommen, vor allem von Zielgruppen, die sie selber

sogar nur schwierig erreichen können. Die Vorteile dabei sind niedrige Kommissionskosten (Standard 10% Kommission; nur 5% Kommission bei Buchungen über CampingCard.com). ACSI Booking arbeitet nicht mit "tracking cookies". Der Campingplatz zahlt nur dann Kommission, wenn die Reservierung auf einer der ACSI Webseiten gemacht wurde.

Der Camping kann selber angeben, welche Typen von Unterkünften und Stellplätze über die Webseiten vom ACSI zur Verfügung gestellt werden. Er legt selber seine Tarife und Verkaufs- und Stornierungsbedingungen fest.

Wenn ein Camper über ACSI Booking bei dem Campingplatz bucht, bekommt der Campingplatz sofort alle Kundendaten zu sehen. Darüber hinaus kann der Campingplatz direkt nach der Buchung mit dem Kunden Kontakt aufnehmen.

Um sich als Campingplatz bei ACSI Booking anzuschließen, müssen keine Extrakosten geleistet werden. Bedingung ist allerdings eine Werbeanzeige im ACSI Campinggids Europa.

Home / Frankreich - Languedoc-Roussillon - Gard - La Roque-sur-Cèze - Camping La Vallée Verte

Camping La Vallée Verte ****

Frankreich - Languedoc-Roussillon - Gard - La Roque-sur-Cèze | Auf der Karte zeigen

8,0 | 60 Bewertungen betrachten

Camping La Vallée Verte ist ein Camping in La Roque-sur-Cèze, Gard, am im Wald und Fluss/Bäch. Dieser Terrassencamping und Camping mit abfallendem Gelände hat Plätze mit Parzellierung, mit Schallen und plätze mit etwas Schatten. La Vallée Verte liegt nah an einem Sandstrand und einem Kieselstrand. Es besteht die Möglichkeit Zeite, Mobilheime und Bungalows zu mieten. Der Camping verfügt über einen Spielplatz und ein Sportgelände.

Mehr zeigen

www.la-vallee-verte.com

Diesen Campingplatz finden Sie auch im ACSI Campingführer Europa

Auch in der ACSI Camping Europa-App zu finden

Richtpreis 49,50 €

Rabatt in der Nebensaison mit der CampingCard ACSI

Zur Webseite des Campings **Jetzt buchen** Folge dem Camping auf

Bewertungen (60) Einrichtungen Adresse & Route Karte anzeigen Wetter Jetzt buchen Informationsanfrage

Durchschnittliche Bewertung: 8,0

Sanitäranlagen	8,0	Unterkunft	8,0	Schwimmbad	7,7
Personal	8,2	Kinderfreundlichkeit	7,8	Essen und Trinken	8,0
Preis-Leistungsverhältnis	8,0	Unterhaltung	7,9	Umgebung	8,6
Ordnung	8,0	Sporteinrichtungen	7,6		

Filter auf Alle Sprachen

Sortieren nach Reisedatum

Eine Bewertung hinzufügen

Dieser Inspektor besucht jährlich den Camping La Vallée Verte und inspiziert diesen Platz anhand von rund 200 Einrichtungen und weiteren Anhaltspunkten. Der Inspektor ist ein Mitarbeiter von ACSI und arbeitet nicht für den Campingplatz.



Jetzt buchen



Liebe Campingplatzbetreiber und Manager,

Wenn wir den europäischen Politikern Glauben schenken wollen, dann scheint es mit unserem Wohlstand vorbei zu sein und wir treiben auf eine katastrophale Zukunft zu!

Ganz anders scheint es in der Campingbranche zu laufen. Auf einigen Messen kam mir zu Ohren, dass die Reservierungsanteile durchschnittlich dick im Plus sind. Die Stimmung ist optimistisch und die meisten Campingplatzinhaber sehen einer erfolgreichen Saison entgegen.

Trotz dieser erfreulichen Aussichten muss in die Zukunft geschaut werden, denn die Herausforderung besteht darin, mit diesen Entwicklungen Schritt zu halten.

Das Hauptaugenmerk hinsichtlich der Veränderungen muss auf Ihrem zukünftigen Kunden liegen. Wer war und ist Ihr Kunde und wird es demnächst werden!

Zwischen diesen dreien ist ein enorm großer Unterschied und es empfiehlt sich, sich einmal damit zu befassen, in wieweit sich der Kunde verändert hat und verändern wird.

Inzwischen ist der Prozess schon im Gang, dass ein Großteil der Campinggäste keine Camper mehr sind, sondern Gäste von Mietunterkünften. Prozesse wie Reservieren werden zusehends online gemacht und der Stammgast von früher wird langsam eine Seltenheit.

All diese Veränderungen fordern in unserem Markt von Ihnen, aber auch von ACSI, enorm viel strategisches Denken. Denn immer weiter so wie gehabt, ist keine Option.

ACSI entwickelt sich mit dem Markt. Wir tun alles, um Sie genauso wie den Konsumenten optimal zu bedienen. Eine unserer größten Herausforderungen der nächsten Jahre ist ACSI Booking, das dafür sorgen wird, dass tausende Campingplätze über die ACSI-Webseiten und -Apps buchbar werden.

Komfort dient dem Menschen und das muss natürlich nicht nur für den Konsumenten gelten, sondern auch für Sie. Aus diesem Grund sollen die ACSI Buchungen direkt auf Ihren eigenen Datenbestand kommen. Das ist praktisch für den Kunden und bequemer für Sie.

Derzeit wird 2017 ein Start-up-Jahr sein, wobei wir ab 2018 erwarten, weiter wachsen zu können, vielleicht auch mit Ihrem Campingplatz, buchbar innerhalb des ACSI Booking-Moduls.

Ich wünsche Ihnen für dieses Jahr jetzt schon eine erfolgreiche Saison.

Ramon van Reine

CEO ACSI

Campinginnovationen

Die Zukunft bleibt nicht stehen, geht weiter und bleibt interessant

Die ACSI Zeit ist gespannt, was die Campingplätze im Bereich Innovation so vorhaben. ACSI sprach mit den Inhabern des Campingdorfes De Zandstuve über ein Projekt zur Near Field Communication und mit Camping De Wildhoeve über ein Projekt für Jüngere, die Natur entdecken zu lassen. Auch in diesem Marketingsegment werden die Plätze immer innovativer. Neuer Trend Zielgruppen zu erreichen ist der Einsatz von bekannten Reisebloggern und Reiseloggern.

Kleine Wunder entdecken

Camping De Wildhoeve hat im April 2016 das Projekt "Entdecke die kleinen Wunder" für junge Campinggäste ins Leben gerufen. Kinder kriegen bei der Ankunft ein Büchlein mit verschiedenen Aufgaben, die sie während ihres Aufenthaltes ausführen können.

Eine Reihe Aktivitäten sind auch für Erwachsene interessant und können mit der ganzen Familie gemacht werden. Da ist z.B. die Tier-Spurensuche anhand von Holzfiguren der Tiere mit Fragen und Wissenswertem dazu. "Entdecke die kleinen Wunder" kann sowohl offline wie online über eine App auf dem Handy genutzt werden.

Für jede bewältigte Aufgabe kriegen die Kinder einen Stempel. Beim zehnten Stempel werden die Kinder ein "Wildhoeve Waldläufer" mit Urkunde und Kompass.

"Viele Kinder kennen die kleinen Wunder der Natur nicht. Mit diesem Projekt entdecken Sie

selber, was sie interessant finden und gehen auch selber oder mit den Erwachsenen los, um alles zu entdecken", berichten die engagierten Inhaber Karin und René Zweers.

Dieses innovative Projekt von De Wildhoeve ist eine schöne Art mal junge Leuten spielerisch mit der Natur bekannt zu machen. Das Projekt wird von den Gästen enorm gut angenommen.

Near Field Communication

Sogar die Dusche auf dem Campingplatz aktivieren, einfach den Eintritt ins Schwimmbad regeln und kontaktlos in der Gastronomie bezahlen. Im Camperdorf De Zandstuve ist das demnächst möglich. Der Campingplatz ist ständig mit Innovationen beschäftigt. "Wir finden Innovation wichtig, um unsere Gäste weiter zu überraschen und es ihn so angenehm wie möglich zu machen. Nebenbei sorgt Innovation dafür, dass die Mitarbeiter in ihrer Funktion und im Betrieb gefordert bleiben. Wir fordern dabei auch ihr aktives Mitwirken ein", berichtet Inhaberin Mariska Eshuis.

Zur kommenden Saison führt der Platz eine neues Projekt mit Hilfe der Near Field Communication (NFC) Technologie ein. NFC ist die drahtlose Kommunikationsmethode mit der Betriebe und Verbraucher kontaktlos Transaktionen wie Zahlungen verrichten und Daten austauschen können. NFC ermöglicht es Geräte mit einander kommunizieren zu lassen. "Die Idee für das Projekt entstand, als wir das bei Disney gesehen haben und diese Ent-

wicklung auf diesem Gebiet schon länger verfolgt hatten", erläutert Eshuis.

"Wir haben beschlossen NFC für die Aktivierung des Duschsystems zu nutzen, für die Waschmaschinen und Trockner, beim Eintritt ins Schwimmbad und als Zahlungsmittel in der Gastronomie", erzählt Eshuis. Vorteil für die Gäste: keine Papierkärtchen mehr und dass sie kontaktlos auch an der Rezeption bezahlen können. Die Gäste haben Einblick in ihre Ausgaben und brauchen kein Bargeld mehr.

Eshuis zählt einige Vorteile für den Campingplatz auf: "Wir können viele Daten generieren. Zum Beispiel wie viel Wasser verbraucht wird, wie oft die Gäste das Schwimmbad nutzen und wie ihr Ausgabenverhalten aussieht." "Die Sicherheit ist über das eigen Einloggen gewährleistet, um die Karte zu verwalten. Beim Ver-

lassen kann die Karte einfach geblockt werden", so Eshuis.

Influencer Marketing

Auf der Suche nach Ferienzwecken oder geeigneten Campingplätzen lassen sich die Verbraucher immer mehr von den Geschichten anderer inspirieren. Auffällig auch, dass sich der Verbraucher nicht nur von der Familie oder Freunden inspirieren lässt, sondern zunehmend auch von Unbekannten. Das sieht man an der riesigen Welle von Bloggern und Vloggern (Videoblogger). Vlogger mit vielen Followern haben großen sozialen Einfluss und werden als vertrauenswürdig angesehen. Immer mehr Betriebe aber auch Campingplätze schalten daher sog. Influencer ein, um ihre Leistungen/Dienste zu promoten. Influencer testen beispielsweise Plätze, erzählen ihre Geschichte und transportieren Erfahrungen und Emotionen direkt zum Verbraucher. Aus Untersuchungen

geht hervor, dass das für den Verbraucher glaubwürdiger kommt und mehr beeindruckt als eine normale Werbung. Mit einem YouTube-Filmchen oder Blogartikel kann viel Medienaufmerksamkeit kreiert werden.

Um Influencer Marketing als effektives Marketinginstrument zu nutzen, ist es wichtig einen Influencer zu finden, der aktiv in Ihrer Branche ist, gut zur Marke passt und die Follower hat, die zu Ihrer Zielgruppe gehören.

Eine Beispielübersicht von Camperblogs und -vlogs in verschiedenen Sprachen:

Englisch:

www.campingwithstyle.co.uk
www.beyondthetent.com

Niederländisch:

www.ilovekamperen.nl
www.kampeermeneer.nl
www.suncamp.nl/blog
www.zomerjobs.nl/blog/onze-bloggers/vloggers/

Deutsch:

www.kurze.info
www.taklyontour.de
www.bravebird.de

Dänisch:

www.campingferie.dk

Italienisch:

www.campingfreedom.com/it/Blog
www.ilcampeggiodeibambini.it/come-scegliere-la-tenda-da-campeggio/



Camping De Wildhoeve

Dem idealen Camperlebnis einen Schritt näher dran

Camper wollen den perfekten Urlaub. Wäre da nicht eine kleine Unannehmlichkeit im Urlaub zu erledigen: den Fäkalientank der Toilette leeren. Campingplatzbetreiber tragen natürlich gerne zum optimalen Urlaubserlebnis bei. Wäre es nicht phantastisch, wenn der Fäkalientank der Gäste automatisch geleert und gespült werden könnte? Ab jetzt können Campingplätze den Komfort und Service der Thetford-Maschine anbieten.

Die Thetford Maschine wurde entwickelt um dem Campinggast noch mehr Komfort zu bieten. Diese revolutionäre Innovation sorgt für mehr Komfort und Hygiene auf dem Campingplatz. Außerdem entsprechen die Campingplätze mit der Thetford Maschine dem steigenden Bedarf an Luxus und Benutzerkomfort.

Die Thetford-Maschine ist ein vollautomatisches Gerät, das alle Fäkalientankmodelle automatisch leert und spült. Außerdem ermög-

licht es die Maschine den Gästen, in einem Programm die Zugabe einer Dosis des Thetford-Toilettenzusatzes Premium Aqua Kem Blue zu wählen.

Thetford lässt die Campingplatzbetreiber gerne diese neue Lösung ohne großartige Investitionen nutzen. Die Thetford Maschine ist inzwischen schon auf Plätzen in den Niederlanden, Deutschland und Spanien zu finden. Nähere Infos: www.thetford-europe.com



Der Vorteil für Gäste und Campingplatzbetreiber auf einen Blick:

Vorteile für den Campinggast:

- Hygiene
- Komfortabel
- Einfache Anwendung
- Schnell und sicher
- Nachfüllung mit Thetford-Toilettenzusatz Aqua Kem Blue (optionell)

Vorteile für den Campingplatz:

- Zusätzlicher Service für Ihre Gäste
- Hygienische und saubere Servicebereiche
- Kontrollierter Wasserverbrauch
- Ihr Campingplatz hebt sich von der Konkurrenz ab
- Unterstützung durch Thetford bei der Werbung

Erlebnis und Luxus bei Glamping Unterkünften

Urlaub auf dem Campingplatz mit viel Privatsphäre, Komfort und Naturerfahrung, so typisieren Campingplatzinhaber ihre neuesten Glamping Unterkünfte. Die ACSI Zeit sprach mit drei Campingplatzbetreibern über ihre ganz besonderen Mietobjekte. Eins steht laut allen Inhabern ganz weit vorne: auf Qualität fokussieren ist am wichtigsten.

“Bei CosyCamp in der französischen Auvergne steht der gesamte Campingplatz im Zeichen des Naturschutzes und einer kleineren Konzeptionierung”, erzählt Richard Masson. CosyCamp hat diverse interessante Unterkünfte, von der Baumhütte bis zum Robinson-Zelt, aber auch besondere Spielplätze und einen botanischen Garten, wo die Gäste selber Gemüse und Kräuter pflücken können. “Unsere Gäste kommen, weil wir aufrichtig Respekt vor

bietet u.a. “Schlaffässer” an, Lodge-Zelte und “Wood-Lodges”. “Die Nachfrage ist enorm und unsere Gäste sind äußerst begeistert. Vor allem die Safari-Lodges sind sehr beliebt”, so Giner.

Auf La Ballena Alegre an der Costa Brava in Spanien wurden neue moderne Bungalows gebaut oder sind im Bau. Toni Castellar: “Wir streben bei unseren neuen Unterkünften immer nach modernem Design und neuester Technologie zum Wasser- und Energiesparen. Das ganze Jahr über gibt es eine große Nachfrage nach unseren selbst gebauten Unterkünften. Unsere neuen Bungalows werden von alten und neuen Gästen begeistert aufgenommen.”

Vom Caravan zum Luxusbungalow

“Wir haben den Eindruck, dass viele unserer Glamping-Camper

und den erwünschten Komfort.” Dazu Castellar: “Wir haben Unterkünfte in verschiedenen Preisklassen, von günstig bis sehr luxuriös. Die Gäste, die einen durchschnittlichen Bungalow mieten, sind vergleichbar mit denen, die mit dem eigenen Caravan oder Reisemobil kommen. Manche mit einem großen Budget sind vom Wohnwagen oder Reisemobil auf einen schicken Bungalow umgestiegen.” Auch bei CosyCamp ist die Zielgruppe gemischt. “Manche unserer Gäste campen zunächst mit dem eigenen Zelt oder Wohnwagen, kommen aber später noch mal zurück, um eine Unterkunft zu mieten”, so Masson.

Die Campingplätze promoten ihren Unterkünfte über unterschiedliche Kanäle. Georg Giner berichtet: “Wir promoten unsere Glamping Unterkünfte über Spezialveranstalter, Glamping Magazine, Kataloge und Online-Plattformen. Wir bewerben die Unterkünfte auch bei dem lokalen Publikum für Kurzurlaube.” Castellar will dagegen gar nicht mehr mit Reiseveranstaltern arbeiten. “Wir promoten unsere Unterkünfte über unsere Webseite, Magazine und Spezialführer.” Auch Masson



Ferienparadies Natterer See, Österreich

erreicht neue Gäste vor allem über, auf Glamping spezialisierte Kanäle.

Qualität entscheidet!

Alle drei Inhaber gehen aktiv auf die Interessen ihrer Gäste ein. Castellar: “Wir fokussieren auf Komfort und Qualität und probieren uns immer auf neue Trends und die Gästefrage einzustellen. Für dieses Jahr ist ein Bungalow mit 75 m² und zusätzlicher Außendusche geplant und Platz um die Sportausrüstung aufzustellen. Viele unserer Kunden gehen nämlich Windsurfen, Kiten oder Radfahren.” Giner weiter: “Im derzeitigen Trend

stehen Komfort, Privatsphäre und Individualität im Vordergrund. Hinzu kommt die Lokation als Schlüsselposition für den Standort der Mietunterkünfte.”

Der wichtigste Tipp für Campingplatzbetreiber, die in Glamping Unterkünfte investieren wollen lautet: Qualität entscheidet und zieh das auch konsequent durch! Masson: “Du kannst passionierte Glamper nicht in eine Safari-Lodge zwischen zwei Standard-Mobilheimen unterbringen. Dann kriegst du unzufriedene Gäste und schlechte Rezensionen. Wenn du deinen Platz erneuern willst, dann richtig!”



CosyCamp, Frankreich

der Natur haben und der Platz autofrei ist”, so Masson. “Sie sind von den Unterkünften total begeistert, vor allem über die Baumhütten und Safari-Lodges.”

Auf dem Ferienparadies Natterer See in Tirol hat Georg Giner den ersten Glampingpark Österreichs verwirklicht. Das Campingsort

ehemalige Tourcamper sind, die jetzt mehr Luxus, aber auch die Einrichtungen eines Campingplatzes haben wollen”, so Giner. Er stellt auch eine neue Zielgruppe von Gästen fest, die nie campen wollten, weil sie das nicht komfortabel genug fanden. “Die Glamping Unterkünfte bieten diesen Gästen Naturerfahrung



La Ballena Alegre Costa Brava, Spanien

Suncamp holidays gewinnt Glamping XL Award



Der Reiseveranstalter Suncamp holidays, der zu ACSI gehört, darf sich dieses Jahr “Kids Ferienanbieter des Jahres” in der Kategorie Glamping XL nennen. Kinder (und deren Eltern) haben abgestimmt und fanden die Luxus SunLodges von Suncamp holidays das schönste Glampingangebot für Kinder.

Bei der Kinderumfrage von Kids Vakantiegids, einem niederländischen Urlaubsanbieter der jedes Jahr die Wahl zur kinderfreundlichsten Reiseorganisation veranstaltet, hatten rund 8.000 Familien abgestimmt. Van den drei nominierten der Kategorie Glamping XL bekam Suncamp holidays die meisten Stimmen.

Bei der Festveranstaltung am 11. Januar diesen Jahres auf der Vakantiebeurs in Utrecht nahm Direktor Ramon van Reine die Auszeichnung aus den Händen von Frank Oostdam, Direktor der niederländischen Branchenvereinigung ANVR, entgegen.

Suncamp holidays entwickelt die SunLodges, Abenteuer Lodgezelle und Komfort Mobilheime in einem hohen Ausstattungsniveau und stellt sie auf ausgesuchten Campingplätzen in populären Tourismusregionen auf. Dabei soll die ganze Familie in den Genuss eines Glampingurlaubs in einer großen, komfortablen und stilvollen Unterbringung kommen.

Masterclass: die Bedeutung des richtigen

Ein gute Geschichte: Von der Darbietung zur Buchung



“Ein langer Text auf der Webseite? Das liest doch niemand!” Eine schwer zu widerlegende Aussage. Menschen lesen nun mal weniger Buchstaben auf dem Bildschirm, als vom Papier. Und doch ist eine gute Story über den Platz in richtige Worten gefasst und guter Aufmerksamkeit sehr wichtig. ACSI erklärt warum.

Als erstes: die Leute lesen immer mehr online. Webseiten sind immer “lesbarer” geworden (vor allem auf Smartphones und Tablets) und Texte passen sich immer besser den Bedürfnissen der Besucher an. Dazu zählt die zunehmende Gewöhnung vom Bildschirm zu lesen und schon hat man die Erklärung für die

gestiegene durchschnittliche Lesedauer auf Webseiten.

10 Sekunden

Letztlich dreht es sich generell um die ersten zehn Sekunden auf einer Webseite. Bleibt der Besucher oder nicht? Die Seite muss gleich die Infos liefern, nach denen der Besucher sucht. Sie muss obendrein visuell attraktiv sein und auf die ein oder andere Art die Aufmerksamkeit packen. Zehn Sekunden sind kurz. Man kann aber in dieser Zeitspanne recht viel lesen und anschauen.

Ist der Text auch nett, informativ und interessant genug? Dann ist die Chance auf eine Verweildauer von 30 Sekunden auf der Webseite schon höher. Und Untersuchungen haben gezeigt, dass der Besu-

Also:

1. Passen Sie die Information der Erwartung des Besuchers (und Google!) an.
2. Packen Sie die Aufmerksamkeit mit einer guten Abbildung und einer klaren, interessanten Überschrift und einem einladenden ersten Satz.
3. Für Struktur sorgen: Menschen lieben Scannen, daher Zwischenüberschriften verwenden, Aufzählungszeichen und Leerzeichen.
4. Losschreiben. Vorher schon den wichtigsten Punkt überlegen. Schon jetzt Synonyme und verwandte Begriffe aussuchen und die dann auch in den Text einarbeiten.
5. Ehrlich bleiben. Reelle Erwartungen wecken und das Einmalige betonen.

cher nach dieser halben Minute sogar noch weitere Minuten auf der Webseite verweilt. Das Interesse ist geweckt und die Chance auf eine Buchung hat sich erhöht.

SEO

Es gibt aber noch einen weiteren wichtigen Grund, eine Webseite mit guten informativen Texten zu versehen. Google als größte

Online-Suchmaschine der Welt belohnt Webseiten mit hervorstechenden Texten mit einem höheren Platz in den Suchergebnissen. Wenn sich der mühsam eingegebene Text dem Suchauftrag gut anpasst – und entspricht dem was Google wichtig findet – zieht das mehr Besuch auf die Webseite. Google “beobachtet” nämlich ständig Millionen Webseiten und hat sämtliche Algorithmen zusammengestellt, womit der Text nach Wertigkeit eingeschätzt werden kann. Diese Algorithmen geben sie nicht einfach so preis, aber mit testen und ausprobieren ist es möglich, dahinter zu kommen, was wichtig ist. Das bezeichnen wir als Optimieren: das Feilen am Text, um die höchste Position in den Suchergebnissen zu erreichen. In unserer Planskizze stehen einige Tipps.

In den Fingern

Gut. Soweit die Theorie. Wie aber kommt ein guter Text auf den Schirm? Eins vorweg: Schreiben ist eine Kunst. Aber auch ein Talent. Und man kann es bis zu einem gewissen Grad lernen. Liegt Ihnen nicht? Dann fragen Sie jemanden, der es in den Fingern hat. Das muss kein professioneller Schreiber sein, aber schon jemand, der ein Gefühl für Worte, den Satzbau hat und weiß wie die Botschaft rübergebracht werden muss.

Das wichtigste ist: einfach mal

probieren. Verwenden Sie nicht zu lange Sätze, keine schwierigen Wörter und kommen Sie auf den Punkt. Dass ein Campingplatz in einer “prächtigen Natur” liegt, glaubt der Leser schon (und sieht das auch auf den Bildern, wenn es gut ist). Was aber ist so prächtig daran? Was macht ihn einmalig oder unterscheidet ihn? Diese Information weckt Interesse und Begeisterung. Schreiben Sie so, dass der Leser das Gefühl hat, selber auf dem Campingplatz zu stehen. Denn Vorstellungskraft ist die allerbeste Verkaufstechnik.



Camping Njivice (Kroatien)

Die digitale Zukunft

In den letzten Jahren wurde die Internetnutzung immer wichtiger. Einkaufen, Urlaub buchen, Bankgeschäfte regeln, Versicherungen abschließen und auch Dokumente und Fotos verwalten: Das Internet spielt hierbei ein immer größere Rolle. Arbeiten, die früher viel Zeit in Anspruch nahmen, können nun mit einem Tastendruck erledigt werden. Das Paper weicht langsam der digitalen Welt.

Alle Campingplätze in den ACSI-Führern werden jedes Jahr von den 312 Inspektoren besucht. Für die Inspektion bekommen sie für den jeweiligen Campingplatz eine Mappe mit, die alle Infos betreffenden Platzes enthält. Anhand der Inspektionsunterlagen geht der Inspektor alle Campinginformationen durch, ob sie noch aktuell sind und notiert gegebenenfalls Änderungen. Nach der Rückkehr reicht er sie wieder in der ACSI-Verlagsredaktion ein und die ganzen Campinginformationen

werden dann dort nachbearbeitet.

Campinginformationen und Werbeverträge

Im heutigen digitalen Zeitalter und dem Aufkommen von ACSI Booking ist es wichtig, dass ein Camper in jedem Moment über die neusten Informationen verfügen kann. Im ersten Schritt hat ACSI daher mit der Digitalisierung der Inspektionsarbeit angefangen. Anstelle der Papiermappe mit den Campinginfos, gehen die Inspektoren künftig mit einem digitalen “Portal” auf die

Reise. Indem er sich einloggt, kann er Ihre Campinginformation digital einsehen und gegebenenfalls die Änderungen eintragen. Außerdem können auch die Verträge für die Promotion digital ausgefüllt und gegebenenfalls der Kontaktverlauf zwischen dem ACSI-Verlag und Ihrem Campingplatz eingesehen werden. Nach Ablauf der Inspektion kann der Inspektor die Campinginformation digital sofort an den ACSI-Verlag weiterschicken und die Datenbearbeitung kann direkt beginnen.



Mitarbeiter in India

ACSI möchte, dass Sie als Campingplatzinhaber in Zukunft die Informationen ebenfalls einsehen und Änderungen direkt durchgeben können. Über diese Möglichkeiten werden Sie auf jeden Fall auf dem Laufenden gehalten.

Anzeigenmaterial und Fotos

In diesen Portal wird man auch das vorhandene Fotomaterial inklusive der Campingplatz-Anzeige betrachten können. Ab diesem Sommer können Sie sogar selber über dieses Portal Ihr Fotomaterial und die Werbeanzeige hochladen. Der Vorteil davon ist, dass Sie als Campingplatzinhaber sehen können, welches Material ACSI für die Campingführer und die Webseiten verwendet. Außerdem kann man in dem Portal gleich angeben, für welches Produkt das Material sein soll. So sind Sie sicher, dass das richtige Foto für den in Frage kommenden Führer eingestellt wird. Mit diesem Portal muss das Material nicht mehr per E-Mail eingereicht werden.

Campingplatzbesuch

Trotz Digitalisierung der Campingplatzdaten wird der Inspektor immer noch jedes Jahr bei allen Plätzen vorbeischaun. Die jährliche Campinginspektion sorgt dafür, dass Qualität und Zuverlässigkeit der Daten in den Campingführern und den Webseiten von ACSI gewährleistet bleiben. Neben den richtigen Campingplatzdaten ist es nämlich auch wichtig zu begutachten, wie der Platz vor Ort aussieht und dass gerade der persönliche Kontakt mit dem Inhaber gewahrt bleibt.

Für die Entwicklung des Portals hat ACSI jetzt 10 Mitarbeiter in Indien. Dabei ist sehr wichtig, dass bei der Digitalisierung keine Campinginformationen verloren gehen. In der Übergangsphase wird daher ein Teil der Inspektoren auch noch die Papierversion der Campingdaten verwenden. Ab 2018 werden dann alle Inspektoren das Portal voll verwenden.

Textes und der Fotos auf Ihrer Webseite

Campingplatzfotos unter der Lupe

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte, ganz sicher auf einer Webseite. Da will der Besucher binnen Sekunden einen Eindruck vom Campingplatz haben. Je deutlicher und besser die Information, je größer die Chance, dass er auf der Seite verweilt – und eine Buchung macht! Gute Platzfotos haben darauf einen enormen Einfluss.

Wichtig ist, dass Sie als Campingplatzbetreiber zeigen, worin sich Ihr Platz von anderen unterscheidet. Die Kunst liegt darin, das

auch online perfekt rüber zu bringen. Abbildungen, die den Platz gut repräsentieren, spielen dabei eine wesentliche Rolle. Menschen sind visuell fixiert: anstatt alles zu lesen, überfliegen sie die Webseite. Und ein Bild fällt dann mehr auf als ein Text. Fotos sorgen obendrein auch dafür, dass sich der Besucher schon auf Ihrem Campingplatz sieht. Wenn den Besucher kein positives Gefühl überkommt von dem was er sieht, ist er auf seiner Suchtour ganz schnell weg zu einem anderen Campingplatz.

Sichtbar mehr Möglichkeiten

Immer mehr Campingplätze sehen die Notwendigkeit richtig guter Fotos ein. Da sind noch viele Möglichkeiten. ACSI denkt da gerne mit und teilt ein paar Tipps von seinen Spezialisten Raymond ten Barge (Online Marketing) und Bobo Freeke (Bildredakteur). Entsprechen Ihre Fotos dem schon? Falls nicht, dann können Sie hier gleich loslegen! So sorgen Sie für noch mehr Gäste, nicht nur auf Ihrer Homepage, sondern auch auf Ihrem Campingplatz.

Klick und fertig?

Gute Fotografie ist eine gute Investition. Es kostet etwas Zeit, steht aber im ordentlichen Verhältnis zu dem, was es an Extra dem Campinggast bringt. Selbst einen Profifotografen einzuschalten ist eine gute Möglichkeit. Zu teuer? Dann selber ran ans Werk mit den folgenden Tipps.

- Überlegen Sie, wo das Bildmaterial eingesetzt wird. Ist es ein Allgemeindruck, der auf eine Suchmaschinen- wie Eurocampings.eu unter anderen Campingplätzen erscheinen soll? Oder wollen Sie auf Ihrer Homepage nur zeigen, wie der neue Sanitärbaubau aussieht?

- Behalten Sie beim fotografieren das Ziel im Hinterkopf: Sie wollen Camper dazu bringen, Ihren Campingplatz zu besuchen. Und zu einem Campingplatz passt ein positives Ambiente und ein gutes Feeling. Frische Farben und sonni-

ges Wetter machen das Foto lebendiger und attraktiver.

- Worin liegen die Vorteile Ihres Campingplatzes? Worauf sind sie stolz? Was macht Ihren Standort einmalig?

- Schlüpfen Sie in die Rolle des Gastes. So werden Sie schnell erfahren, warum er so einen schönen Urlaub auf Ihrem Platz hat.

- nehmen Sie Menschen auf das Foto, die Ihrer Zielgruppe entsprechen. Wenn sich jemand darauf erkennt, fühlt er sich sogar als Mitwirkender.

Allgemeine Tipps

- Unterschiedliche Blickwinkel. Gehen Sie auch mal in die Knie, rüber auf die andere Seite vom Spielplatz oder Restaurant. Das liefert zweifellos überraschende Ergebnisse!

- Sorgen Sie für eine hohe Auflösung. Eine zu niedrige Auflösung führt nämlich zu einem unscharfen Bild. Achten Sie auch darauf nicht zu "schwere" Fotos auf die Webseite zu laden. Wichtig: wenn das Laden zu lange dauert, ist der Besucher schneller weg, als das Bild fertig ist. Besprechen Sie das mit Ihrem Webdesigner.

- Nehmen Sie öfter die Kamera mit. Organisieren Sie regelmäßig einen schönen Event auf Ihrem Platz? Zum Beispiel eine Wandertour

oder Pizza backen? Spontaner können ihre Bilder nicht werden. Sorgen Sie dafür, dass die Leute auf der Vorderseite stehen.

- Passen Sie beim Einstellen auf die Webseite auf, dass so viel Menschen wie Möglich auf einen Aktionsknopf schauen, z.B. "Camping buchen" oder "Prospekt anfordern". Tipp: ein Foto spiegeln geht auch, wenn damit ein guter Blickwinkel erreicht wird.

- Auf's Licht achten. Licht von der Seite einfallend sorgt dafür, dass alles belichtet wird und auch Schatten auf dem Foto zu sehen ist. Halten Sie als Fotograf das Licht im Rücken, dann haben Sie weniger Problem mit Schatten und alles ist gut sichtbar. Dennoch können dadurch wenig Details auf dem Foto sichtbar sein. Experimentieren Sie ruhig! Regen oder dicht bewölkt? Machen Sie sich keine Mühe, das werden nicht ihre besten Fotos.

- Schießen Sie ruhig drauf los und geben sich nicht so schnell zufrieden. Den ersten Eindruck beim Camper machen Sie immer genau nur einmal.

- Nehmen Sie einen Fotografen? Dann vereinbaren Sie, alle Bildrechte frei verwenden zu dürfen. Fotografieren Sie selbst? Fragen Sie immer bei den Gästen auf dem Bild nach Erlaubnis.



Kurz vorgestellt

Der Campingspezialist ACSI entwickelt sich unentwegt weiter, um mit guten Leistungen und Service sowohl Camper als auch Campingplatzbetreiber zu dienen. Um die erforderlichen Schritte zu vollziehen und das hohe Niveau halten zu können, hat ACSI einige neue Mitarbeiter eingestellt.

Für den Wachstumsmarkt Italien begrüßen wir zwei erfahrene leitenden Angestellte: **Sandra Huizenga** und **Gianluca Sartori**, seit vielen Jahren in der Campingbranche aktiv. Von ihren Standorten Bardolino am Gardasee respektive Jeselo aus, befassen sie sich offline wie online mit sämtlichen kommerziellen Aktivitäten bezüglich aller ACSI-Leistungen für den italienischen Markt. Sie pflegen die Kontakte zu den Campingplätzen, Tourismus-Regionalbüros, der Italienischen Camping Föderation und weiten sie soweit möglich aus.

Hans Pijnenburg ist der Produktmanager von ACSI Booking, dem neuen Online Buchungssystem, bei dem der Camper bequem in Echtzeit einen Campingplatz buchen können. Er überwacht die Entwicklung von ACSI Booking und achtet dabei vor allem auf das reibungslose Zusammenspiel aller Beteiligten.

Aus Erfahrung weiß er worum es geht, wie die Campingplatz dazu stehen und was der Camper davon erwartet.

Cornel Straver ist der neue Contentmanager Digital & Print. Cornel hatte bei Alan Rogers, The Caravan Club und dem ANWB große Erfahrung in

Sales- und Marketingfunktionen gesammelt. Bei ACSI ist er für die Entwicklung Produkt-Markt Kombination zuständig, der Digitalisierung des Verlagsprozesses und der umfassenden Unterstützung der Direktion.

Um den Camper aus ganz Europa eine noch bessere Dienstleistung

anzubieten, hat ACSI sein **Customer Contact Center** um eine Außenstelle in Rotterdam erweitert.

Zusammengefasst helfen all diese Mitarbeiter die Ambitionen von ACSI umzusetzen, nämlich das Zusammenbringen von Camper und Campingplatz.



Sandra Huizenga



Gianluca Sartori



Hans Pijnenburg



Cornel Straver

All in the family

Campingplätze sind häufig Familienbetriebe. Oft sind gleich drei Generationen am Werk. Wie ist das, so eng zusammen mit der Familie zu arbeiten und wie sieht's aus mit dem Generationsunterschied? Drei erfolgreiche Campingfamilien kommen zu Wort.

Im Dialog

Versteckt zwischen den Gipfeln der Dolomiten auf 1.500 m liegt der Caravan Park Sexten. Dieser luxuriöse Campingplatz mit u.a. drei Restaurants und einem Spa & Wellness Bereich, ist von Anfang an seit 1977 in den Händen der Familie Happacher. Jozef war der erste und vor zwei Jahren übernahm sein Enkel Andreas diesen großen Platz von seinem Vater Hans.

Was gut ist, muss vor allem so bleiben. Das ist das Motto des neuen Inhabers. "Der Caravan Park Sexten hat einen guten Namen und da will ich gerne weiter dran arbeiten. Ich bin erst seit 2 Jahren Campingplatzinhaber. Es wird sich was verändern, aber allenfalls kleine Verbesserungen."

Erfahrung sammeln

Andreas zog es nach seiner Studienzeit raus. Auf seiner zweijährigen Rundreise durch Australien setzte sich Andreas' Karrierepuzzle langsam zusammen. Campingplatzinhaber konnte er sich schon vorstellen. "Ich habe Hotelmanagement studiert und in Australien einen Marketingkurs belegt. Ich arbeite auch gerne in der Küche. Darum bin ich 2009 zurück nach Italien, um

mich der Herausforderung zu stellen." Andreas wurde nicht gleich ins tiefe Wasser gestoßen. Erst nach ein paar Jahren Erfahrung an der Rezeption und im Marketing kam er schrittweise rein. 2015 war der Moment gekommen seinen Vater abzulösen. Derzeit gefällt es Andreas als Campingplatzinhaber des Caravan Park Sexten ausgezeichnet. Der gute Ruf von Sexten macht die Arbeit sicher nicht leichter. Die Latte liegt für Andreas hoch. "Nicht einfach, ständig etwas noch zu verbessern."

Den Campingplatz pachten

Übrigens ist Sexten noch immer Eigentum der zweiten Generation Happacher. Andreas sorgt für den Tagesablauf und hat den Platz von seinem Vater gepachtet. Es kommt ihm gerade recht, dass ihn sein Vater noch zwei Tage die Woche unterstützt. Besonders dann, wenn man bedenkt, dass auf dem Caravan Park Sexten fast hundert Leute arbeiten. In den nächsten drei Jahren übernimmt Andreas wahrscheinlich ganz. Hans: "Bis dahin helfe ich Andreas soweit wie nötig. Ich habe diesen Camping schon seit meinem 22ten übernommen. Ich weiß also genau worauf man alles achten muss."

Mehr Glamping

Andreas ist froh über die Hilfe hinter den Kulissen. "Mein Vater hat gute Arbeit geleistet, indem er den Platz tipp topp nach vorne gebracht hat. Dieses Niveau will ich gerne halten. Es ist toll gemeinsam mit dem Vater zu beraten. Daneben will ich das Servicelevel erhöhen. Unsere Gäste sind im Urlaub immer mehr auf der Suche nach unterschiedlichen Beschäftigungen. Da möchten wir uns gerne drauf einstellen. Zum Beispiel werden wir uns

mehr an Glamping (Form des Luxuscampings) orientieren."

Der Caravan Park Sexten ist ganzjährig in Betrieb und darin liegt gerade die wichtigste Herausforderungen. Durch die exponierte Lage zwischen den Dolomitengipfeln ist der Campingplatz in Südtirol nicht immer gut erreichbar. Hans: "Auf diesem Gebiet kann unser Service noch besser werden." Wie genau, ist noch nicht klar. Aber da finden Vater und Sohn schon eine Lösung.



Hans (55) und Andreas (33) Happacher

Camping:

Caravan Park Sexten (Sexten, Italien)

Anzahl der Tourplätze:

268 (80-250 m²)

Gesamtfläche:

6 Hektar

Geöffnet:

ganzjährig

Einrichtungen:

u.a. verschiedene Restaurants und Schwimmbäder, eine Sauna und ein Fitnessraum



Antonio (61) und Alejandro Gimenez (31)

Camping:

Playa Montroig Camping Resort (Mont-Roig, Spanien)

Anzahl der Tourplätze:

1200 (80-110 m²)

Gesamtfläche:

35 Hektar

Geöffnet:

31.03.2017 bis 29.10.2017

Einrichtungen

u.a. verschiedene Restaurants und Schwimmbäder, eine Tauchschule und Tennisplätze.

Freiheit sich zu entfalten

An der berühmten Costa Dorada befinden sich zahlreich Campingplätze. Playa Montroig ist mit 1200 Tourplätzen eins der erfolgreichsten Campingresorts. Wer hätte das gedacht als Antonios Vater 1962 ein Stück Land von 3 Ha kaufte? Antonio: "Mein Vater jedenfalls nicht. Er kaufte das Land, um Apartments zu bauen. Da sich aber die Baugenehmigung verzögerte, fing er mit dem Camping an." Als dann nach einem Jahr die Genehmigung endlich kam, war sie überflüssig. "Der Campingplatz lief so gut, dass mein Vater hierin die Zukunft sah. Letztlich konn-

te er noch 3 Hektar angrenzendes Land von einem Freund übernehmen."

Sein eigener Weg

Die 6 Hektar die der Platz einst hatte, machen etwa gerade mal 20% der heutigen Fläche aus. Zwischen 1962 und 1980 war es Antonios Vater Francisco, der am Steuer des Campings stand. Antonios Bruder war schon in den Platz einbezogen, er selber eigentlich nicht. Er sah eine andere Zukunft für sich. "1980 war ich fertig mit meiner Hotelmanagement Ausbildung. Der Tourismus hat mich immer

angesprochen. Hatte aber einen starken Drang, doch meinen eigenen Weg zu gehen. Als mein Vater mich dann bat, auf dem Campingplatz zu arbeiten, musste ich schon überlegen. Schließlich haben wir uns geeinigt." Sofort legte er im raschen Tempo auf dem Camping los. "In 5 Jahren wurden unglaublich viele Einrichtungen aus dem Boden gestampft. Dank meiner Ausbildung hatte ich viele Ideen und wusste die auch umzusetzen. Die komplette Infrastruktur wurde beispielsweise neu angelegt." Sein Vater ließ ihm schnell freien Lauf. "Ansonsten hätte es gekracht, weil jeder andere Vorstellungen hatte."

In 5 Jahren geschult

Vor 6 Jahren ist Alejandro, Antonios Sohn, in den Betrieb eingetreten. Früher lebte er mit der Familie und drei Kindern in Barcelona und verbrachte den Sommer auf dem Campingplatz. Obwohl er als Kind eine schöne Zeit auf dem Campingplatz hatte, wollte er nicht unbedingt auch dort arbeiten. "Aber nach meinem Business-Management Studium dachte ich anders darüber. Ich liebe es mit Mensch zu arbeiten. Außerdem ist es schön, um den Urlaub der Leute bedienen zu dürfen. Urlaub ist immer

ein besonderer Moment im Leben der Leute." Deswegen fing er an. Die ersten 5 Jahre schulte ihn sein Vater bis zum Manager des Campingplatzes. Antonio: "Ich hab ihm alle Facetten des Campingfaches beigebracht und die unterschiedlichsten Jobs auf dem Platz machen lassen. Damit er auch sein Personal versteht, weiß worauf es ankommt und was auf dem Platz los ist."

Hilfe bei Bedarf

Alejandro ist darüber froh, wie es gelaufen ist. "Ich habe sehr viel von meinem Vater gelernt." Jetzt ist er schon ein Jahr "fertig" mit der Schulung und Generalmanager des Campingplatzes. Das bedeutet, dass er jetzt in der Praxis die Leitung inne hat. Und gibt es dann Antonio gar nicht mehr? "Ich bin schon noch ein paar Tage die Woche da. Trete aber bewusst kürzer. Ich glaube, die neue Generation braucht Raum und Freiheit um sich zu entfalten. Die letzten 5 Jahre habe ich so viel von ihm gesehen, dass ich ihm in allem was er tut voll und ganz vertraue. Außerdem stehe ich jeder Zeit mit Rat und Tat und bei größeren Projekten zur Verfügung. Wenn er mich braucht, bin ich da."



Für und durch die Familie



Per (62) und Liesel (61) Thiele,
Jennifer Tegenthoff (37) und
Svenja Thiele-Naujok (32)

Camping:

Südsee-Camp (Wietzendorf, Deutschland)

Anzahl der Tourplätze:

726 (80-135 m²)

Gesamtfläche:
80 Hektar

Geöffnet:
ganzjährig

Einrichtungen:
u.a. verschiedene Restaurants und
Schwimmbäder, ein Kletterparcours
und umfangreiche Animation

Zwischen Hamburg und Hannover an der Lüneburger Heide findet man das Südsee-Camp. Der Platz ist seit 1970 in den Händen der Familie Thiele. Gottfried und sein Sohn Per kauften den Campingplatz damals gemeinsam. Eigentlich dank Gottfrieds Frau, die eine Zeitungsannonce des gerade in Konkurs gegangenen Campings gesehen hatte. Per: "Wir waren als begeisterte Camper sofort Feuer und Flamme den Platz zu übernehmen. Wir dachten einen Campingplatz so nebenher laufen zu lassen, wär ja nicht schlecht. War aber doch mehr Arbeit als gedacht!" Daher gab Gottfried 1977 seinen Job auf und trat hauptberuflich ins Campingleben ein.

Architekt oder Campingplatzbetreiber

Drei Jahre später bat er Per ebenfalls seine Stelle zu kündigen und in den Betrieb zu kommen. Vor die Wahl gestellt: Entweder Du machst mit oder ich muss den Camping dichtmachen. "Ich hatte Architektur studiert und einen anstrengenden Job, indem ich mich echt beweisen musste. Einer der abends früher nach Hause ging, flog als erster raus. Ich stand am Wendepunkt meines Lebens. Wollte ich dieses hef-

tige Berufsleben? Oder mein eigener Chef sein. Ich entschied mir für letzteres und trat in den Betrieb ein."

Per's Töchter Jennifer und Svenja wuchsen schon ein bisschen auf dem Campingplatz auf. Svenja: "Wir wohnten zwar nicht auf dem Platz, waren aber unheimlich oft da. Eine fantastische Jugend mit einem riesigen Spielplatz."

Ultimative Tester

Kein Wunder also, dass Jennifer schon von Kind an in den Campingbetrieb wollte. Daher ist sie auch ganz bewusst auf die Höhere Hotelfachschule gegangen. Als sie vor 10 Jahren zusammen mit ihrem Mann in den Betrieb kam, ging sie als erstes die Animation und Veranstaltungen an. Während ihrer Ausbildung konnte sie viel Erfahrung darüber sammeln. Vor allem bei Robinson (Anm.: große Luxus-Resortkette). Mit ihren Ideen breitete sie Animation und Veranstaltungen aus und professionalisierte sie. Ihr Mann ist für den technischen Dienst auf dem Platz zuständig. Die Kinder des Paares, ebenfalls zwei Mädchen, sind jetzt auch wieder viel auf dem Campingplatz. Svenja: "Die sind die ultimativen Tester für neue Kindereinrichtungen."

Kleine spiel

Svenja hatte nicht direkt geplant in den Familienbetrieb zu gehen. Sie lacht: "Ich habe nicht International Business studiert, um Campingplatzbetreiberin zu werden. Aber je weiter ich in meinem Studium kam wurde mir klar, dass ich immer ein kleines Mädchen in einem großen Betrieb sein würde. Mir war klar, dass ich genau das nicht wollte."

Daher entschloss sich Svenja vor 7 Jahren in den Betrieb zu gehen. Seitdem ist sie für das Marketing verantwortlich. "Ich habe das Buchungssystem über das Internet entwickelt, ebenso die Social Media Kanäle. Darum hatte sich bis dato eigentlich noch niemand gekümmert."

Qualitätspersonal

Derzeit sind Vater Per und Mutter Liesel auch noch immer im Betrieb aktiv. Liesel ist für das Personal verantwortlich. Und da muss man so einiges auf so einem so großen Campingplatz beachten. Svenja: "Unser Nachteil ist, dass wir weit ab von großen Städten liegen. Daher ist es schwer, qualitativ gutes Personal zu finden. Wir bieten den Leuten lieber eine Festanstellung an, damit es attraktiv ist bei uns zu arbeiten und die Qualität garantiert bleibt". Per ist für den Caravan handel verantwortlich, der zum Campingplatz gehört. Per: "Im Jahr verkaufen wir über 200 Wohnwagen. Das Betriebsgebäude wurde kürzlich komplett renoviert. Da steckt auch viel Zeit und Energie drin."

Gesunde Diskussion

Zu fünft sind sie Anteilshaber. Als Familie arbeiten sie gut zusammen. Svenja: "Dennoch gibt es schon mal die eine oder andere konstruktive Diskussion, wenn man mal sich nicht über irgendwas einig ist. Klappt aber immer, und wir können uns immer noch in die Augen schauen. Meiner Meinung sagt das alles. Längst nicht jede Familie kann das von sich behaupten. Mit meiner Familie habe ich da Glück gehabt."

Es ist dann auch kein Zufall, dass der Fokus des Südsee-Camps auf der Erholung der gesamten Familie liegt. Für jedes Familienmitglied gibt's genug zu tun, versichert Svenja. "Wenn die Kinder abends von all den Aktivitäten müde sind und die Eltern ausspannen können, haben wir unser Ziel erreicht."

Fokus auf Qualität

Was die Zukunft bringt, weiß Familie Thiele nicht. Per: "Wir haben kein Datum festgemacht, an dem meine Frau und ich aus dem Betrieb gehen. Schauen wir mal, wie das läuft. Solange wir noch Spaß haben, arbeiten wir einfach weiter. Meine Frau würde sich sonst ohne Arbeit doch langweilen." Dennoch hat die Familie einen klaren Plan für die Zukunft des Campingplatzes. Per: "Die letzten 10 Jahre ist der Platz sehr stark gewachsen. Inzwischen reden wir von 80 Hektar. Im Augenblick will ich nicht weiter in die Kapazität expandieren, sondern der Fokus liegt auf Qualität."



“Schrittweise verändern”

Rien van der Vorst (68) hat als ACSI-Inspektor einige Generationen an sich vorbei ziehen sehen. Zusammen mit seiner Frau Jeanne geht der pensionierte Wirtschaftslehrer schon 36 Jahre auf Campingspektion nach Frankreich. Seit 20 Jahren besteht sein Gebiet aus dem Gard, dem Hérault und der Provence.

Campingplätze, die das Ruder umlegen, das sieht Rien vor allem schrittweise passieren. "Wenn sich auf dem Platz etwas verändert, dann meist noch vor der tatsächlichen Übernahme der neuen Generation. Die Kinder sind meist schon vor der Übernahme auf dem Platz aktiv, daher sieht man eher eine allmähliche Veränderung."

Mehr wagen

Es gibt schon Ausnahmen bei Plätzen, die das Ruder doch rigoros umlegen. Camping Bon Port zwischen Lunel und La Grande-Motte zum Beispiel. "Bon Port wurde vor etwa 10 Jahren vom Sohn und der Tochter übernommen. Nach der Übernahme wurde gleich das Schwimmbad in eine große Badelandschaft verändert. Die neuen Campingplatzinhaber trauen sich mehr. Vor der Übernahme änderte sich nicht viel. Die letzten Jahr gibt es immer was neues. Vom Spielparadies und neuen Rezeption bis zur Renovierung der Sanitäreanlagen." Rien zeigt auch das Beispiel von Camping Le Mas de Rey im Gard auf. Le Mas de Rey ist seit 1990 in den Händen des französisch-niederländisch Ehepaars Gilbert Maire und Frau José. Vor 5 Jahren übernahm Sohn François den Campingplatz. Seine Handschrift war schnell erkennbar. 2014 bekam Le Mas de Rey zusätzliches Gelände hinzu, ein Naturareal extra für Zeltcamper. "Dieser Zusatzplatz ist sehr attraktiv. Man findet große Plätze mit rund 250 m² und Rezeption und Sanitär passen zum Waldumfeld."

Klar zur Übernahme

Bei Camping Beau Rivage im Herzen der Cevennen hatte Rien mit neuen Platzbetreibern zu tun. 1996 übernahmen Vera Sikkes und John Huisman den Campingplatz von einem Franzosen. Inzwischen warten Laura und Rosa schon drauf ihre Eltern abzulösen. Laura wohnt hundert Meter von Beau Rivage und ist ganztags auf dem Platz beschäftigt. Wann genau die jüngste Generation den Campingplatz übernehmen wird, ist noch nicht raus. Rien erwartet hier keine große Wende. "Beau Rivage ist ein gut laufender Platz, der an einem Teil des Gardon liegt, auf den viele Niederländer kommen. Ich denke, das wird auch so bleiben. Kinder werden natürlich von ihren Eltern geformt. Wenn sich was verändert, dann fast nie auf einen Schlag, sondern eher schrittweise."



Der Campingplatz wählt

Luxus für Familien und Sportler

Yolanda Tiñena und Xavier Blasi sind Macher. Neben dem Betrieb des Camping & Resort Sangulí an der spanischen Costa Dorada fingen sie 1996 an, den Cambrils Park damals voll auf Luxuscampen auszurichten. 2012 legten sie noch eins drauf: ein gigantischer Sportkomplex mit acht Fußballplätzen öffnete die Pforten. Warum eine Sportanlage zusätzlich zu einem Campingplatz und Resort? Und wie gingen sie vor? Wir sprachen mit Xavier: "Kontinuierliche Aufmerksamkeit ist von großer Bedeutung, um das Ergebnis zu erreichen die wir im Auge haben."

Camping & Resort Sangulí, Cambrils Park und Complex Esportiu Futbol Salou. Wie fing alles an?

"Vor etwa 45 Jahren fing unser Familienbetrieb an. Meine Eltern starteten in 1972 mit dem Campingplatz Sangulí, auf einem Stück Land von etwa 2 Ha und 200 Stellplätzen. Sie haben ihr Leben vollkommen auf dieses Projekt ausgerichtet, um einen Erfolg daraus werden zu lassen. Inzwischen sind Yolanda und ich die Inhaber und geben unser Bestes den Erfolg fortzusetzen und den Kategorie 'eines der besten Campingplätze in Europa' zu behalten. Cambrils Park hat in 1996 geöffnet. Mit der jahrelangen auf Sangulí gesammelten Erfahrung, wollten wir einen Camping im Luxussegment aufmachen, wie es noch keinen gab. Damals nannten wir den Cambrils Park 'den kleinen Bruder' von Sangulí, aber über die Jahre ist es uns gelungen ein einmaliges, erfolgreiches Produkt aufzuziehen, das sich auf Qualitätstourismus für Familien konzentriert. Von Anfang an haben wir uns an Familien mit Kindern gerichtet, schlossen aber andere Gästekategorien nicht aus. Über die Jahre sind die Dienste, Einrichtungen und Uhrzeiten angepasst je nach die Bedürfnisse von Kindern und deren Eltern. Die aktuellen Eigenschaften unsere Produkt sorgen dass wir echte Spezialisten sind, und 100% kinderfreundlich."

Wie bekommt Ihr die Aufmerksamkeit der Luxuscamper?

"Unser Angebot zielt darauf selbst die anspruchsvollsten Gäste zufriedenzustellen. Dabei spielt die Dekoration eine wichtige Rolle, aber auch die Größe der Parzellen und das Dienstleistungsangebot. Um die Kategorie Luxuscamper zu erreichen, hat-

ten wir z.B. nur große Stellplätze mit mindestens 90m², mehrere Sanitärblocks und boten wir viel Unterhaltung wie einen Miniclub und ein Sportzentrum. Obendrein wurde der Cambrils Park auch recht 'beschaulich' und natürlich angelegt. Damals waren wir zum Beispiel mit unserer Bar mitten im Pool die einzigen, wo man das Becken nicht mehr verlassen brauchte, um etwas zu bestellen. Wir geben alles, dem Gast einen unvergesslichen und einmaligen Urlaub zu bieten."

War die Gründung und der Anlauf bei Cambrils Park total anders als bei Sangulí?

"Auf jeden Fall vor allem deshalb, weil sich der Tourismus in 20 Jahren enorm verändert hat. Als wir damals mit Sangulí angefangen hatten, suchten Familien vor Ort nach einem Platz für ihr Zelt oder Wohnwagen. Wir haben kaum inseriert, die Leute kamen einfach so vorbei. Man muss sich vorstellen, dass es da schon lange Reihen und etwas mehr Hektik gab. Heute läuft das alles stromlinienförmiger ab: die Leute planen ihren Urlaub eher als früher, von daher stehen wir nicht mehr irgendwelchen Überraschungen gegenüber."

Worauf seid Ihr besonders stolz?

"Die Umsetzung eines 'Traums'. Wir sind in allem voll bei der Sache. Jede Saison ist schön anzusehen, wie die Gäste Veränderungen und Verbesserungen positiv erleben. Es gibt uns nicht nur ein Gefühl der Wertschätzung, sondern spornt uns an wieder und wieder überraschend zu bleiben. Außerdem sind wir bevorzugt mit unserer Lage an der Costa Dorada: gutes Wetter, am Meer, dicht an Freizeitparks und bei Barcelona. Unseren Kunden schätzen unsere Ausstattung



Yolanda Tiñena en Xavier Blasi

gen wegen der Originalität und Sicherheit, genau so wie unser guter Service an der Rezeption und die Unterhaltung, bei der wir auf jedes Familienmitglied achten."

Was waren die wichtigsten Entscheidungen für Euren Erfolg und die Auswirkung?

"Alle Entscheidungen eigentlich. Bei Cambrils sprechen wir von einem 'vorher' und 'nachher' hinsichtlich der Auflösung des Campingbereiches. Gleiches gilt für den Start vom Complex Esportiu Futbol Salou. Eine große Sportanlage mit acht professionellen Fußballplätzen. Das Projekt haben wir 2010 gestartet und 2012 war es umgesetzt. Die Idee entstand bei einem Essen mit Kollegen aus der Tourismusbranche, bei dem sich eine Nachfrage nach hochwertigen Sporteinrichtungen in Ländern mit gutem Wetter herausstellte. Da haben wir uns damals drauf eingestellt. Jetzt sind wir in den Schulferien voll mit Kindern und ihren Eltern und im Winter mit Athleten."

Ein Sportkomplex neben ein Campingplatz und ein Resort laufen lassen. Das liegt nicht unbedingt auf der Hand...

"Die Anlage eines Sportkomplexes neben den Einrichtungen von Sangulí und vor allem Cambrils Park ermöglichte es, unsere Pro-

dukten gemeinsam zu nutzen. Wir konnten so den Teams einen Full-Service für das Training und auch bei der Unterbringung bieten. Auf grund der großen Nachfragen von Sportmannschaften ist Cambrils Park jetzt 340 Tage im Jahr geöffnet und fungiert es von Oktober bis April als Sport Village. Die Gründung eines Sportkomplexes lief, was den Bau betrifft, sehr erfolgreich. Komplizierter waren die Überlegungen, welche Einrichtungen wir brauchen werden und welche Zulieferer uns einen hohen Qualitätsstandard bieten konnten. Die allergrößte Herausforderung bestand allerdings in der Öffnung eines neuen Marktes, einem Markt, der so gar nichts mit dem zu tun hat, mit dem wir uns sonst beschäftigen. Bei dem Sportkomplex richten wir uns an Athleten aus Ländern mit einem kälteren Klima, die für ihr Winterlager Anlagen auf Top-Niveau suchen. Nicht nur Fußballer, sondern auch Radrennfahrer, Rugbyspieler, Windsurfer und Mountainbiker. Schon viele internationale Stars sind vorbeigekommen, zum Beispiel Fernando Hierro, Henrik Larsson oder Yohan Cabaye, aber auch die Niederländischen Nati-

onalmannschaft – für Freundschaftsspiele – und die Windsurfer Kiran Badloe und Lilian de Geus."

Was bietet Ihr den Athleten genau, was die Unterbringung bei Euch so attraktiv macht?

"Neben acht Plätzen bieten wir auch Umkleide- und Schulungsräume, eine Bar und ein technisches Team, das sich in Ausbildung der Spieler und Trainer an dem katalanischen Fußballs ausrichtet: der Fußball, der vom FC Barcelona gespielt wird. Daneben organisieren wir auf Wunsch auch für die Teams, die bei uns sind, Freundschaftsspiele. Auch attraktiv: die 4-Sterne Unterbringung auf Cambrils Park, Einrichtungen wie eine Spa, Fitness und Sportbüfett, die hohe Qualität der Plätze, umfassende Dienstleistungen hinsichtlich der Trainings, die Nähe zu Barcelona und das gute Klima."

Ist der Betrieb eines Sportkomplexes sehr viel anders als der eines Campingplatzes und Resort?

"Absolut nicht zu vergleichen: jedes Segment verlangt eine anderes Engagement. Glücklicherweise haben wir ein großes Team von Fachleuten, die der Geschäftsgang gut unter Kontrolle haben. Sie sind auch Teil des aktuellen Erfolg und sorgen dafür dass wir weiter wachsen können. Normalerweise beschäftige ich mich mit mögliche Geschäftserweiterungen und wie sich die laufende Projekte entwickeln. Zur Zeit bin ich jeden Tag in der neuen Zone África, um die Fortschritte zu überprüfen und mit den Architekten zu konsultieren. Kontinuierliche Aufmerksamkeit ist von großer Bedeutung, um das Ergebnis zu erreichen das wir im Auge haben."



Camping & Resort Sangulí

Der Campingplatz wählt

Die Natur ganz vorne

Urlaub auf einem Campingplatz von Huttopia? Dann gibt's das wahre Leben draußen mitten in der Natur. Ursprünglich ein Familienbetrieb, erfindet sich Huttopia gerade neu: so fällt auch Huttopia's andere Marke Indigo, die separate Kategorie für Stadtcampingplätze, jetzt teils unter Huttopia. "Wir halten es jetzt mit einem Namen ganz deutlich im Richtung Kunde," erzählt Samuel Lafforest, Business Development Manager Nord Europa bei Huttopia. Welche Philosophie steckt genau hinter dem Betrieb und wie sieht die Langzeitplanung aus? "Wir werden uns überall auf den internationalen Markt konzentrieren," erläutert der Franzose.

Huttopia: Wie und wann hat alles angefangen?

"Huttopia wurde vor 18 Jahren gegründet: ein Konzept Campingplätze in einem kompletten Naturumfeld zu schaffen. Weil der Aufbau eines Campingplatzes von Grund auf eine kostspielige Sache ist, arbeiten wir mit etablierten. Die binden wir dann in unser 'Huttopia-Konzept' ein. Wir finden es wichtig unser Label schon auszuhängen, wenn der Platz voll und ganz unseren Maßstäben entspricht. Kaufen wir einen Platz auf, dann vergehen manchmal noch ein, zwei Saisons in denen er noch seinen alten Namen trägt. Erst wenn alles rund ist, nennen wir ihn Huttopia-Camping. Was dabei wichtig ist? Die Natur steht bei uns ganz vorne. Wir arbeiten da viel mit unbehandeltem Holz bei Konstruktionen und Renovierungen und beschädigen es nicht. Steht da ein Baum im Weg? Dann bauen wir lieber drum herum, anstatt ihn zu fällen. Das ist die Philosophie von Huttopia."

Seid Ihr 100% ökologisch?

"Nein, das nicht. Es geht eher um die Balance zwischen Natur einerseits und Komfort andererseits. Derzeit ist der Begriff 'Glamping' sehr in: das ist genau, was zu uns passt. Es darf schon komfortabel sein, man geht nicht total back to basic zurück zur Natur, sondern es geht um den Mix das Umfeld und das Draußen zu genießen, aber mit modernen Mitteln. Wenn man eher ein Standard-Mobilheim oder Cottage sucht, ist man bei uns falsch."

Und wie ist das mit Euren Indigo-Campings?

"Indigo ist unser Label für Stadtcampingplätze. Das sind Plätze, die nicht zwingend ins Huttopia-Konzept passen, aber schöne Campinganlagen sind, wenn man auf einen Citytrip geht: da haben wir Stadtcampingplätze in Paris, Straßburg und Lyon unter unserer Verwaltung. Neben unseren Stadtcampings haben wir auch noch die Villages, also Campingdörfer, in erster Linie unter dem Motto Gemütlichkeit, Geselligkeit und Entdeckung. Das sind Auto- und Asphaltfreie Anlagen, wo sich die Kinder in Huttokids, den Spielhütten, vergnügen können und wo man auch einen Frühstücksservice haben kann."

Was unterscheidet euch vor allem zum Rest?

"Es gibt heute sehr viele Clubs mit großen Namen wie Yelloh! Village und Sunêlia, mit einer richtig großen Infrastruktur. Große Campingplätze mit großen Schwimmbädern, Rutschbahnen, einem guten Animationsteam. Bei uns ist das anders: Wir zielen immer auf Familiencampings mit etwa 200 bis 300 Stellplätzen, schon mit Pool, aber nicht zu übertrieben, keine Disco und immer in einem Naturumfeld. Egal ob in Nord- oder Südfrankreich, im Hinterland oder an der Küste, dieses Konzept bleibt immer gleich. Und das gefällt mehreren Nationalitäten: Engländern, Deutschen, Belgiern oder Niederländern, aus jedem Land kommen Leute, die sich von diesem Konzept angesprochen fühlen. Das ist aber auch unser

Erfolg. Wir sind in einer guten Position in diesem Marktbereich."

Was heißt das für Eure Zielgruppe?

"Unserer Zielgruppe mag sowieso Natur und den kleineren Umfang. Wir haben viel Erfolg bei Familien mit kleinen Kindern, so zwischen 0 und 12 Jahren, und auch bei Senioren. Letztere kommen natürlich eher in der Nebensaison, um den Mai-Juni und September-Oktober herum, suchen Ruhe, eine schöne Landschaft, kein Gedöns, einfach nur in der Sonne sitzen, was lesen und abends nach 22 Uhr komplette Nachtruhe auf dem Campingplatz. Für Familien mit Jugendlichen haben wir mehrere Ziele, wo die sich prima vergnügen können."

Was läuft bei Euch am besten?

"Wir haben unsere eigene Hütte, eine echte Glamping Unterkunft, die ist irre beliebt. Ende 2016 zwischen Oktober und Dezember hatten wir schon sehr viele Anfragen für unser Zelt. Anrufe bei unserem Reisebüro in Utrecht mit: 'Wir würden so gerne in eurem Zelt bleiben!' kommen regelmäßig vor. Was Unterkünfte und Stellplätze betrifft haben wir etwa ein Verhältnis von 40/60, vielleicht 50/50. Wenn man eine Unterkunft buchen will, muss man schnell sein."

Was genau plant ihr langfristig? Wie ist die Strategie für Huttopia?

"Huttopia wird sich demnächst auf internationales Wachstum konzentrieren. In Frankreich kommen jedes Jahr noch so 5 bis 7 Plätze dazu: das ist so der Ablauf und das geht noch so ein paar Jahre weiter. Gestern hatten wir in Frankreich noch 39 Plätze, heute schon wieder 43. Weitere Länder auf die wir uns im Moment auch konzentrieren sind bspw. China und Nordamerika. Da haben wir dann rund 400 Unterkünfte in den 17 Nationalparks von Kanada. Die Campingplätze in China richten sich an den chinesischen Markt, die

HUTTOPIA



Samuel Lafforest

nordamerikanischen an den Amerikanischen. Es ist ja nicht so, dass wir für den Markt, den wir jetzt in Europa haben, auf einmal chinesische Campingplätze anbieten."

Und wie läuft diese Campingsaison? Alles nach Wunsch?

"Absolut! Zwar noch nicht alles ausverkauft, aber es läuft heftig. Der niederländische Markt hat dieses Jahr einen frühen Start. Wir haben daher sehr früh so um den Oktober rum, angefangen uns auf die Saison 2017 zu konzentrieren. Bei vielen Ländern gilt der August als Urlaubsmonat, bei den

Franzosen, Engländern, Belgiern und Holländern. Bei den Holländern kommt noch ein Stück vom Juli dazu, etwas früher in der Saison als der Rest also. Dieses Jahr haben wir das Gefühl, dass jeder noch früher kommt als normalerweise, von daher haben wir keinen Grund zu klagen! Mit dem Wachstum mitlaufen, genau das macht das Arbeiten für Huttopia so interessant. Ist zwar vom Ursprung her ein Familienbetrieb, wird aber immer größer und größer. Bei Huttopia gleicht kein Tag dem anderen, wir haben da zu viele Projekte am Laufen. Uns das hält es spannend."



Huttopia Rambouillet



Huttopia Les Chateaux

Der Campingplatz wählt

Ein Paradies für kleine Kinder

Harrie Martens ist Gründer und graue Eminenz des Campingplatzes De Paal in Bergeijk, Niederlande. Dieser Platz richtet sich speziell an Familien mit kleinen Kindern bis 10-11 Jahre. Wie hat Harrie Martens die Richtung einst festgelegt und wie ist es ihm geglückt weiter an der Zielgruppe dranzubleiben?

Einen Campingplatz gründen - wie kam es zu der Idee?

“1967 kam ein schönes Stück Brabanter Naturgebiet in einer Waldgegend in Familienhände. Ziemlich schnell kam die Idee dort einen Campingplatz aufzubauen. Campen war damals Mords in, aber meist wurde auf Bauernhöfen gecamppt. Ich wollte unser schönes Stück Natur gerne teilen, den



Harrie Martens

Gästen ein Stück Freiheit bieten, die gerne im Grünen sind. Darum habe ich gleich zu Anfang auf eine Zielgruppe gesetzt, die das am meisten schätzt: kleine Kinder. Die haben Fantasie, eine komplett eigene Erlebniswelt und Abenteuercharakter. In der Natur können Sie ihr Ding machen, ihre eigene Welt gestalten. Letztendlich ist aber das Ziel, dass sie nächstes Jahr wieder auf De Paal zurückkehren wollen.”

Camping De Paal richtet sich also eigentlich an einen Teil des Marktes?

“Stimmt. Von Anfang an haben wir das so gehalten. Wir haben bewusst auch nie feste Wohnwagen aufstellen lassen, weil die sowieso eher ein älteres Publikum anziehen. Das ist natürlich toll, aber da gibt's genug andere Plätze. Wir haben unseren Fokus sofort auf junge Menschen gelegt, junge Familien, die die Natur genießen wollen. Dahingehend waren wir damals schon ein Freizeitbetrieb im 'neuen Stil', mit einem ganz klaren Fokus. Wir haben daher auch keine Disco, kein Bingo oder Tanzabend.”

Und wie sprechen Sie die Kleinen vor allem an?

“Wir machen alles, um unsere Zielgruppe so optimal wie mög-



lich zu bedienen. Bei kleinen Kindern ist das ein Frage, wie man in ihrer Erlebniswelt mitgeht. Da haben wir bspw. ein Bähnchen und eines Tages spielte da ein kleiner Mann Maschinist. Ich sagte 'darf ich mitfahren, ich möchte gerne in den großen Wald'. Er ging voll in seiner Rolle auf und ich spielte mit. Weil er mich an meine quietsch gelben Dienstrad erkannt hatte, wusste er, dass ich 'der Chef vom Camping' war. Als ich später seine Eltern sprach, hatte er ihnen erzählt, dass er den Tag seines Lebens hatte. Er hatte den Campingboss in seinem Zug! Das meine ich, als Erwachsener in die

Welt der Kinder einzutauchen. Und auf diese Weise fühlen sie sich auch für voll genommen.”

Vielleicht ist das die Stärke hinter dem Erfolgsrezept von Camping De Paal?

“Kann gut sein. Du musst immer kinderfreundlich bleiben, auch Dinge klar aussprechen. Stell dir vor, da spielen Kinder im Toilettenbereich Fußball, dann kannst du rufen 'macht, dass ihr weg kommt', du kannst aber auch sagen: 'Jungs, gleich kommen eure Eltern und meckern, dass hier dreckig ist, und dann muss ich sagen, dass das ihre Kinder waren.

Und das wollt ihr doch nicht?'. Das verstehen sie dann eher.

Außerdem ist der Erfolg unseres Campingplatzes auch dem Wandel zu verdanken. Die Leute fragen schon, was wir im Winter machen, zum Spaß sage ich dann: schlafen. Genau das Gegenteil stimmt. Wir sind ständig damit beschäftigt darüber nachzudenken, welche neuen Kicks wir den Kindern geben können. Das geht tags und nachts so, das ganze Jahr lang. Wir sagen hier 'wenn du das machst, was dir Spaß macht, musst du nicht arbeiten'. Daher 'arbeiten' wir also die ganze Zeit.”

Inzwischen betreiben Ihre Kinder Miriam, Pierre und Jan den Platz. Wie gefällt Ihnen das?

“Ziemlich gut. Ich würde sagen, ich bin gefragter und ungefragter Ratgeber. Wobei sie gleich von hinten rufen 'vor allem ungefragter'. Nein gar nicht, sie können mich alles fragen, müssen sich aber nicht dran halten. In all den Jahren haben wir Fehler gemacht, daraus aber auch gelernt, von daher können sie die Erfahrung ruhig mitnehmen. Außerdem sollen sie ihren eigenen Weg machen. Wie, ist egal. Das Bild, das ich mit der Erlebniswelt der Kinder als Basis entworfen hatte, ist die bleibende Grundlage. Und die verändert sich nicht.”

Der Campingplatz wählt

Ein Begriff unter Camper mit Golf-Passion

Casper und Christien Schönberger betreiben den Camping Kohnenhof im Luxemburger Eisenbach. Sie haben ihren Platz extra für Golf spielende Camper attraktiv gemacht. Wie haben sie das gemacht und wie sprechen sie weiter diese Zielgruppe an? Casper: “Du musst dich ständig neu erfinden.”

Wie hatte der Camping Kohnenhof einst angefangen und ist in eure Hände gekommen?

“Den Kohnenhof gibt es so etwa 130 bis 140 Jahre: vorher war es ein Bauernhof in den Händen der Familie Köhnen. Vor etwa 65 Jahre ist der Campingplatz ent-

standen und es ist schon wieder 25 Jahre her, dass wir mit unserem Campingplatz und Restaurant angefangen haben. Die Eltern von Christien lebten damals schon in Luxemburg und wussten von dem leer stehenden Campingplatz. Wir haben es schnell angesehen und es war sofort klar. Obwohl es ein desolaten Eindruck machte, spürten wir sofort dass es passte. Wir fühlten uns gleich zuhause.”

Habt Ihr damals direkt beschlossen Euch auf Golfer zu spezialisieren?

“Nein, gar nicht. Zunächst hatten wir den Platz gepachtet,

nach und nach Grundstücke gekauft und wollten ein Pitch & Putt-Gelände stellten, ein kleiner Golfplatz eben. Wir bekamen keine Genehmigung, weil wir mitten im Naturschutzgebiet sind. Paar Jahre später haben wir dann geschaut, was wir mit Golf machen können, denn wir sind beide leidenschaftliche Golfer. Unsere Ausgangslage war ideal: bei Clervaux ist ein Platz in der Nähe. Außerdem gibt es noch zwei andere Plätze in Luxemburg und in der Deutschen Eifel nochmal zwei. So haben wir vor 16 Jahren mit unseren Themenwochen zum Golfen angefangen. Sah erfolgversprechend aus. Später organisierten wir auch Golf-Clinics für Anfänger, die bei uns ihre Platzreife holen können, auch das kam an. Nicht nur Golfern besuchen Camping Kohnenhof. Auch Wanderer, Radfahrer, Biker; jeder ist willkommen.”

Ist Euch gelungen, die Golfer anzusprechen. Was ist Eurer größtes Plus, außer der Nähe zu fünf Golfplätzen?

“Man kann nicht nur ganz in der Nähe spielen, wir sind auch in einem hügeligen Gebiet. Für Niederländer ist das attraktiv, dass macht das Spiel schöner.

Und wir geben bei den fünf Plätzen in der Gegend Rabatt. Hinzu kommt gleich hinter den Golfwochen, dass wir mit dem Spiel vertraut sind und wissen was der Golfer will. Da regeln wir die Startzeiten (tee time), wir haben Stellplätze und Mietobjekte, und Gäste haben gratis Eintritt ins Schwimmbad mit Wellness in der Nähe. Wir wissen, dass Golfer nach einem langen Tag nicht noch unbedingt Lust haben zu kochen: dafür haben wir unser eigenes renommiertes Restaurant. Es läuft besonders gut, da kommen sogar Leute extra nur deswegen vorbei. Ein wichtiger Bereich unseres Erfolges. Am Ende der Spieltage machen wir hier auch Drei- oder Viergänge Dinner mit Preisverleihung.”

Habt Ihr eine Langzeitstrategie? Wie sind Eure Zukunftspläne?

“Wer rastet, der rostet. Wir sind offen für neue Trends. Wir gehen selber gerne noch campen und probieren viel neues aus, zuletzt war das eine schwedische Baumhütte zum Beispiel. Auf den freigewordenen Bereich kommen jetzt neue Glamping Unterkünfte. Wir investieren viel in Luxus Mietobjekte, von Safarizelten bis Chalets mit mehreren Bädern.



Casper und Christien Schönberger

Das stammt aus meinem anderen Betrieb Mobilux. Jetzt können Freunde unserer Golf Gäste, die es nicht so mit dem Campen haben, ebenfalls bei uns übernachten. Und jetzt sind wir nach langem hin und her dabei die 155 Plätze zu vergrößern, eine Millionen-Investition. Dazu arbeiten wir gerade daran unseren Gästen superschnelles Internet anbieten, was in den Ardennen und der Eifel einmalig ist. Kurzum, wir werden kontinuierlich erneuern, Stillstand ist Rückschritt in dieser Welt, das ist keine Option.”



Campingplatzinhaber zur Campingsaison im letzten Jahr

Das vergangene Jahr war international gesehen turbulent. Es gab Terroranschläge unter anderem in Frankreich, der Türkei und Deutschland. Die davon ausgehende Bedrohung hatte großen Einfluss auf die europäischen Urlauber. Urlaub auf Campingplätzen, die näher an zuhause sind oder in sicheren Ländern gewinnen an Popularität. Wie blicken einzelne Campingplatzinhaber auf das vergangene Saisonjahr auf ihrem Platz zurück?

Camping les Coudoulets (Pradons (Ardèche), Frankreich)

Serge und Anne-Marie Pouzache sind nicht unzufrieden mit der letzten Saison auf ihrem Camping les Coudoulets. Dennoch lief 2016 zäh an. Streiks und Tankstellenblockaden führten im Frühjahr zur Stornierung vor allem holländischer und englischer Gäste. Ein ordentlicher Dämpfer nach den ganzen Investitionen in ein Hallenbad und Privatsanitär. Glücklicherweise

machte der gute Sommer und das schöne Herbstwetter alles wieder wett. Und auch 2017 sieht gut aus. Mitte 2017 kann sich Familie Pouzache über 10% Zuwachs an Buchungen im Vergleich zum letzten Jahr freuen. Es ist ihnen aber auch klar, dass sie weiter in Qualität investieren müssen und auf die Zufriedenheit hauptsächlich der Stammgäste setzen müssen.



Serge und Anne-Marie Pouzache



Georges Zehntner und Susan Knecht

Camping Alpenblick (Interlaken, Schweiz)

Auch am Thunersee fing die Campingsaison nicht 2016 gut an. Das schlechte Wetter in der Vorsaison war der Hauptgrund. Bis Mitte Juli war die Auslastung auf dem Camping Alpenblick recht schwach. Danach war es aber doch wieder voll und der Spätsommer war auch nicht schlecht, was dann doch zu einem guten Saisonabschluss

führte. Georges Zehntner und Susan Knecht sind für 2017 optimistisch. Der Camping wird um 5500 m² Stell- und Saisonplätze erweitert, hinzu kommen ein neuer Eingangsbereich und ein neuer Sanitärbaubau. Damit hofft das optimistische Paar Anfang Juli für den europäischen Camper gerüstet zu sein, dem teuren Schweizer Franken zu trotzen.

Camping Les Medes (L'Estartit, Spanien)



Josep Maria Pla i Calsina

“Im Allgemeinen war 2016 eine erfolgreiche Saison, aber ich denke, dass sich die Streiks und Tankstellenblockaden in Frankreich im Mai negativ auf die Vorsaison ausgewirkt haben”, so Direktor Josep Maria Pla i Calsina. Die instabile politische Lage im südlichen Mittelmeerraum und die unsichere internationale Lage hat laut Herrn Pla i Calsina dafür gesorgt, dass sich viele Touristen für sichere Ziel ent-

schieden haben, u.a. für Spanien. Zudem hat das ganze Jahr über das außergewöhnlich gute Wetter für ein gutes Jahr an der Costa Brava gesorgt.

Für 2017 sehen die Buchungen sogar noch etwas besser aus als 2016. Aber in den letzten Jahren haben die Camper immer später gebucht. Camping Les Medes bereitet eine Erweiterung vor, um 2018/19 größere Stellplätze von 120/140 m² anbieten zu können.

De Lemeler Esch Natuurcamping (Lemele, Niederlande)

Das Jahr 2016 war ein schönes Jahr für den Lemeler Esch Natuurcamping. Vor allem in der Hochsaison verzeichnete der Camping über das Jahr genommen eine Umsatzsteigerung von 3%. Für 2017 sind es jetzt schon 4% gegenüber der Buchungszahl

im letzten Jahr.

“Wir sehen eine Herausforderung noch besser bei den Vor- und Nachsaison Urlaubern bekannt zu werden”, so Wilma Ellenbroek. Die größte Herausforderung für die Zukunft bleibt aber die Gäste in und mit der Natur zu überraschen.

“Wir wollen mehr essbare Natur auf dem Gelände”, erzählt Ellenbroek. So passt der Campingplatz das Waldcafé mit einer neuen Einrichtung und neuer Karte an, die sich besser der Integrität und Reinheit der Natur um uns herum anschließt.



Wilma Ellenbroek

La Rocca Camping Village (Bardolino, Italien)

Das Wetter hatte 2016 sicher zu den guten Ergebnissen beigetragen. Vor allem Camper aus Nordeuropa fanden den Weg an den Gardasee. Auch die kommende Saison sieht für das La Rocca Camping Village vielversprechend aus. Die Buchungen laufen schon jetzt besser als 2016. “Bis jetzt haben wir bis Dezember eine Steigerung bei den Buchungen für 2017 von etwa 20% gesehen”, berichtet Dr. Orsola Rizzardi. Der Januar zeigte ein leichte Flaute, aber La Rocca rechnet setzt auf den Fortgang des Wachstums. Das geht nicht von alleine. Es

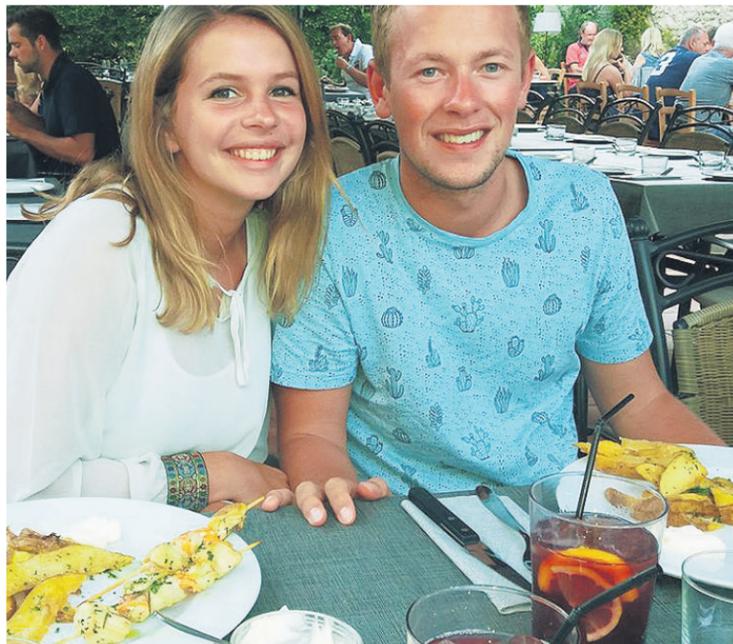
müssen kundenorientierte Investitionen gemacht werden. Da gibt es einen neuen Bereich auf der Anlage mit Luxusunterkünften in der Natur und prächtigem Seeblick. “Wir haben gemerkt, dass der Gast von heute auf der Suche nach neuen Erfahrungen ist, nach Komfort, aber auch nach engem Kontakt mit der Natur”, so Rizzardi. Und auch die kommenden Jahre steht noch viel an. Das Restaurant wird komplett renoviert, ebenso der Supermarkt. Zwei neue beheizte Pools, ein Wellness-Center und ein Theater sind schon in Planung.



Dott.ssa Orsola Rizzardi

Zum ersten Mal im Campingurlaub

Letztes Jahr konnten Campinganfänger von ACSI über Start2Camp eine Campingausrüstung ausleihen. Auf diese Art konnten sie Camping testen, ohne sich gleich das Material dafür anzuschaffen. Mit der Initiative Start2Camp will ACSI mehr für das Campen begeistern und animieren.



Erwin Tap (23) ging letzten Sommer zum ersten Mal mit seiner Freundin Kim (20) und ihrer Familie - die seit Jahren Camping macht - an die Costa Brava in Spanien campen. War das Campen so wie erwartet?

“Erwin ist neu”, sagten meine Schwiegerleute, “Erwin darf das Zelt aufstellen.” Aber ich half auch mit beim Einkauf oder mal das Gemüse zu schnippeln für die Grillpfanne.

Meine Daueraufgabe war der

Abwasch. Zuerst dachte ich schon: abwaschen, das auch noch? Es ist cleverer den “Mittagsabwasch” zu machen, kam ich dahinter: viel weniger Arbeit als abends! Zuhause haben wir eine Spülmaschine und ich hatte das lange nicht mehr mit der Hand getan. Das letzte mal, glaube ich, bei meiner Oma. Auf dem Campingplatz hab ich dann auch anfangs viel zu viel Spülmittel genommen, haha.

Abgesehen davon, dass ich mich am Spannseil abgemüht habe –

macht anscheinend jeder, der zum ersten Mal Camping macht – hab ich echt nicht viele Anfängerfehler gemacht. Egal, einmal stand ich in der Duschecke und hatte meine Unterhose vergessen. Dann auch noch das Handtuch. Gott sei Dank hab ich's schnell gemerkt und war nach 10 Sekunden wieder raus aus der Dusche.

Die Leute in der Reihe davor haben bestimmt gedacht: der ist aber schnell! Danach musste ich mich wieder hinten anstellen. Tja, sowas passiert einem halt nur auf dem Campingplatz.

Ich muss schon sagen, dass ich aber ansonsten schon gut vorbereitet war. Zu gut vielleicht. Hatte mir extra eine Powerbank besorgt, damit ich immer mein Telefon laden konnte, auch wenn mal kein Strom da wäre, aber es gibt ja überall auf dem Platz Anschlüsse!

Meine Mutter fand Camping nie “wirklich Urlaub machen” und meinen Eltern wollten nie weit fahren. Ich ging mit ihnen und meinem Bruder die letzten zehn Jahre in die Türkei in diese All-inclusive-Hotels.

Warum ich nicht früher campen bin? Ich glaube, es hat sich einfach keine Gelegenheit ergeben. Und ich noch so: warum campen und selber kochen, wenn man in



einem Hotel einfach ein Frühstücksbüfett hat, nix aufräumen muss und zack... im Pool ist?

Aber ich wollte es mal mitgemacht haben und merke jetzt, dass Camping an sich nicht weniger luxuriös ist. Du musst nur selber entscheiden, was du isst und musst es selber machen. Mein Schwiegervater überzeugte mich dann vollends: “Dann essen wir auf dem Campingplatz, lecker Gambas grillen”. Was wir auch gemacht haben.

Ich seh jetzt eher die Vorteile von Camping. Für den gleichen Betrag kannst Du anstatt einer Woche Türkei, drei Wochen in Spanien campen. Und obwohl man bei einem Hotelurlaub auch viel im Freien ist, ist es auf dem Campingplatz schon viel grüner.

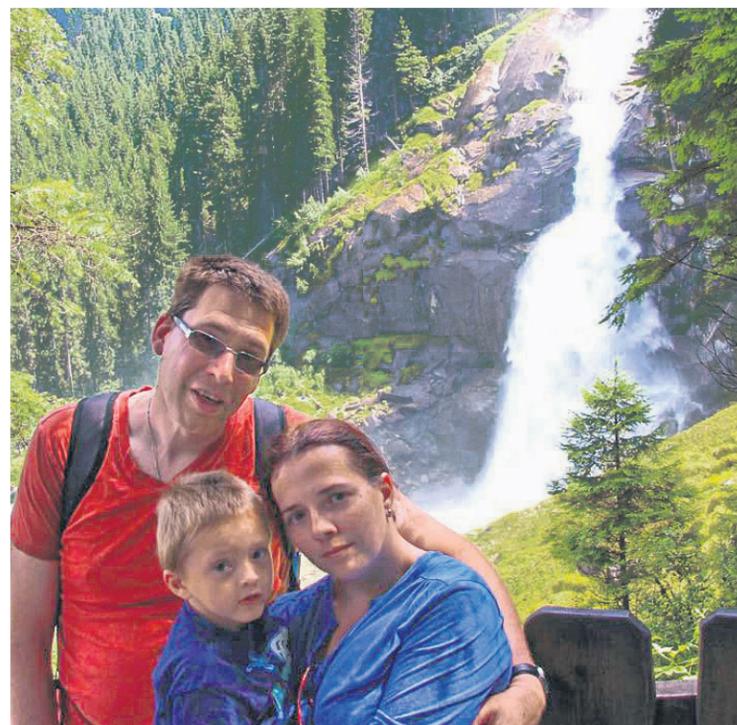
Und außerdem: du nimmst schön deine ganzen Sachen mit. Wenn Du ein Hotel buchst, weißt Du nie was Du für ein Bett kriegst, aber

beim Camping hast du immer dein frisch gewaschenes Zeugs im Caravan oder Zelt und bist sicher, dass da vorher keiner dringelegen hat.

Es ist auch praktisch, dass man seinen eigenen Wagen dabei hat, da unternimmt man automatisch viel mehr. Sogar das eigene Rad kann man mitnehmen. Wenn du zwei Wochen in der Türkei in einem Hotel bist, war's das auch schon. Campinganfängern kann ich nur sagen: probiert es einfach aus. Und: nehmt genug Bücher und eine Schaummatte für die Luftmatratze mit: dann liegt man ein Stückchen bequemer!

Start2Camp

Start2Camp ist eine Initiative von ACSI um die Passion für Camping wecken. Start2Camp richtet sich dabei vor allem an junge Familien, die schon lange nicht mehr gecamped haben oder es zum ersten Mal probieren wollen. Im Start2Camp-Magazin und der Webseite Start2Camp.nl geht es um Campingerfahrungen, Tipps und Campingplätze. Vorerst richtet sich Start2Camp an den niederländischen Markt.



Familie Van de Sande; Edhel (32), Erik (44) und deren Sohn Aiden (fast 4) sind Belgier aus den Kempen. Letztes Jahr wurden Sie von ihren besten Freunden aus Holland überzeugt, doch mal nach Österreich campen zu gehen. Zunächst wusste

Familie Van de Sande nicht, ob das überhaupt was für sie ist. Ihr Sohn Aiden hat nämlich das ASS-Syndrom (autistische Störungen; Asperger). Mit der Start2Camp-Aktion konnten sie nun ausprobieren, ob Camping generell etwas für sie ist.

Wenn wir auf unsere 3 Wochen zurückblicken kommen wir zum Schluss, dass es sicher für eine Wiederholung in Betracht kommt. Ob das mit dem Zelt, Zeltwagen oder Caravan sein wird, keine Ahnung, aber wir haben Gefallen dran gefunden. Wir haben gemerkt, dass Camping wirklich angenehm ist. Die Freiheit, die man erfährt, ist schwer zu beschreiben. An sich auch nicht teuer im Vergleich mit einem Hotelurlaub oder der gleichen. Wir haben rausgefunden, dass Camping schon mehr Vor- als Nachteile zu bieten hat. Schade nur, dass wir wegen des Wetters in der letzten Woche nur 2 Tage hatten, um den Campingplatz zu genießen. Hat man aber woanders auch. Ein Zelt ist natürlich kleiner als ein großes Hotel.

Wir haben festgestellt, dass Camper oft viel aufgeschlossener sind als Hotelgäste. Camper sind viel sozialer eingestellt und helfen untereinander bei vielem, ohne etwas zurück zu erwarten. Auf dem Campingplatz konnte unser Sohn ganz er selbst sein und wurde akzeptiert, so wie er

ist. Unser Sohn hat wegen seiner Störung so seine Grenzen und Gewohnheiten, die wir immer weiter durchbrechen möchten. Wir probieren ihn zu ermutigen, damit er immer wieder neue Erfahrungen machen kann. Ist nicht immer einfach, aber wir haben gemerkt, dass ihn Camping in der freien Natur doch etwas aufblühen lässt. Obwohl durch das Campen einige Abläufe schwer zu durchbrechen sind, können wir sicher feststellen, dass es für unseren Sohn eine Bereicherung in seinem Leben ist.

Dank ACSI durfte wir erfahren, wie sich Camping anfühlt und was es mit sich bringt. So etwas

hatte ich seit Jahren nicht mehr. Man kann den Tag selber einteilen und hat die Freiheit alles zu tun und zu lassen was man will. Wir haben das “wenn nicht heute, dann halt morgen” echt genossen. Jetzt schauen wir mal wie's weitergeht, damit wir in den nächsten Jahren auch wieder Campingurlaub machen, anstatt Urlaub mit dem Flugzeug.



CampingCard ACSI; 294 Millionen Campingumsatz pro Jahr

Seit Jahren ist die Nebensaison-Ermäßigungskarte von ACSI ein großer Erfolg. Jedes Jahr nutzen rund 500.000 europäische Camper die CampingCard ACSI für ihren Urlaub in der Vor- und Nachsaison.

Mit der CampingCard ACSI können die Camper in 2017 auf 3.319 teilnehmenden Plätzen in 20 europäischen Ländern campen. Mit der Karte zahlt der Campinggast in den Akzeptanzzeiten einen Übernachtungsstarif von € 11, € 13, € 15, € 17 oder € 19 pro Nacht. Der Campinggast hat somit immer den besten Preis. Gäste und Campingplätze sind seit Jahren über den Mehrwert der CampingCard ACSI begeistert. Die Zahl der teilnehmen Plätze, Bestellungen und verkauften Abonnements ist über die Jahre stark gestiegen.

Die Jahresumfrage zur CampingCard unter rund 23.000 CampingCard Gästen bestätigt diese Erfolgsformel. Sie gaben der Nebensaisonrabattkarte 2016 insgesamt eine Durchschnittsnote von 8,4.

Hohe Kundenzufriedenheit

95% der Befragten sind zufrieden oder sogar sehr zufrieden mit dem Preis-/Leistungsverhältnis der Ermäßigungskarte. 92% ist sehr positiv über die gewährten Rabatte und den fünf festen Übernachtungsstarifen. Etwa 90% ist ebenfalls zufrieden mit der Qualität und Quantität der teilnehmenden Campingplätze an CampingCard ACSI.

Auch der Net Promotor Score (NPS) der CampingCard ACSI ist mit 82,6 sehr hoch. Der NPS misst

die Kundenloyalität anhand von der Weiterempfehlung, ob Kunden das Produkt an Freunde, Familie oder Bekannte weiterempfehlen würden. Laut den Entwicklern des NPS haben die am höchsten ausgewerteten Firmen wie eBay, Dell, Apple und Amazon einen NPS zwischen 50% und 80%. In der Regel erzielen die Firmen einen NPS von ca. 5%-10%. Der NPS ist ein nutzvolles Programm, das mit einer Ziffer zeigt, wie die Organisation/Firma prästiert wird und was das Potenzial der Kundenloyalität und Umsatzwachstum ist. ACSI punktet mit der CampingCard ACSI also sehr gut.

Übernachtungsanzahl steigt

Durchschnittlich gaben die Befragten in 2016 an, 40,3 Nächte benutzt zu haben bezüglich der

CampingCard ACSI, davon durchschnittlich 9,6 Nächte auf dem gleichen Campingplatz. In 2015 war der Durchschnitt 31,3 Nächte. Dieser ist also in 2016 wesentlich gestiegen.

Erwartete zukünftige Nutzung

97% der Befragten wird sehr wahrscheinlich die CampingCard ACSI in 2017 erneut nutzen.

Sonstige Ermäßigungssysteme

Von den Befragten nutzen 72% ausschließlich das Ermäßigungssystem von ACSI. In Frankreich und Spanien liegen die Prozentwerte noch höher. Beziehungsweise bei 78% und 84%.

Gebrauch Webseite

62% der Befragten nutzen die Webseite von CampingCard ACSI.

73% von ihnen vor allem um Campingplätze zu suchen. 39% der Befragten nutzen, neben dem Führer und der Karte, auch die CampingCard ACSI-App.

CampingCard ACSI-Camper

51% der Befragten besitzt einen Caravan. 45,3% campen mit eigenem Reisemobil. Das durchschnittliche Lebensalter der Befragten liegt bei 62,6 Jahren. 65% sind in Rente und 84,2% campen mit 2 Erwachsenen ohne Kinder. 10,1% der Camper mit den Kinder oder Enkeln. Mit rund 500.000 CampingCards im Umlauf strebt ACSI 2017 erneut nach einer Steigerung der Übernachtungen in der Nebensaison auf allen teilnehmenden Plätzen der CampingCard ACSI.



IMPRESSUM

Ausgabe:

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

Direktion:

Ramon van Reine

Chefredaktion:

Richelle Alewijn

Schlussredaktion:

Ronella van der Burgt,
Marieke Krämer, Ria Neutel

Redaktion:

Marieke Braakhekke, Joyce Broekhuis, Sander Cox, Anouk Hulsman, Frank Jacobs, Jasper de Kinkelder, Dianne Landsmeer (NederlandsMEER Tekst & Redactie), Hans Pijnenburg, Astrid van der Stelt, Guido van den Tillaart, Rosanne Vriend

Verkauf:

ACSI Vertriebsabteilung

Bildredaktion:

Bobo Freeke, Maurice van Meteren

Gestaltung:

Ton Oppers

Layout:

Jet Bouwmans, Peter Dellepoort,
Rein Driessens, Mariëlle Rouwenhorst, Tina van Welie

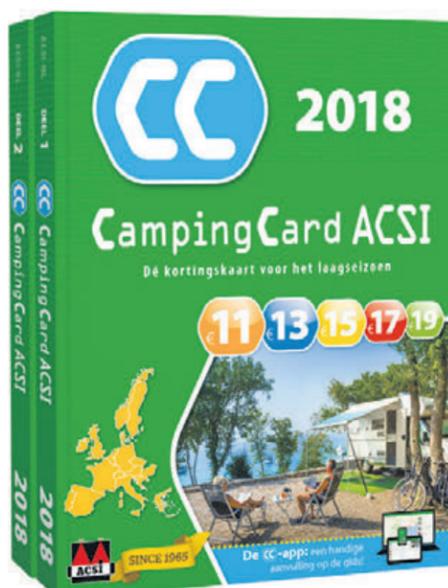
Druck:

Janssen/Pers Rotatiedruk

Druckwerkbegleitung:

Ronnie Witjes

Umfrage der Gewinner CampingCard ACSI



Ende 2016 verschickte ACSI allen Campingplätzen, die an der CampingCard ACSI teilnehmen eine Einladung, bei der CampingCard-Umfrage mitzumachen. Darin fragte ACSI u.a. nach der Zufriedenheit über das Produkt und der Übernachtungszahl mit der CampingCard ACSI. Ein Großteil der benachrichtigten Plätze sind dieser Einladung gefolgt.

Folgende 5 Plätze haben eine kostenlose Teilnahme bei CampingCard ACSI 2018 gewonnen:

- **Camping Les Salines in Plurien/Sables d'Or-les-Pins (Frankreich)**
- **Camp Marina (NP. KRKA) in Lozovac (Kroatien)**
- **Camping Case Vacanze Lungomare in Cropani Marina (Italien)**
- **Forest Glade Holiday Park in Cullompton (Großbritannien)**
- **Donaupark Camping Tulln in Tulln an der Donau (Österreich)**

Die Gewinner wurden inzwischen schriftlich informiert. Auch künftig wird ACSI Meinungsumfragen unter allen Plätzen durchführen, die an der CampingCard ACSI teilnehmen. Wenn Sie bei der Umfrage mitmachen, können auch Sie einen Preis gewinnen.



Media 2018

Your European Media Specialist

ACSI Campingführer

674.500 Ex.

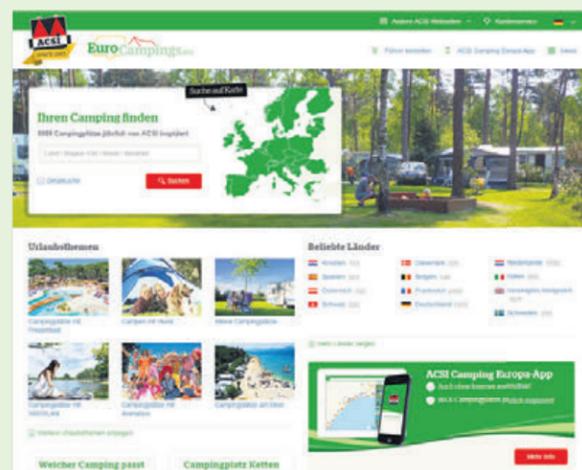
Alle jährlich inspizierten Plätze werden in diversen ACSI Campingführern gemeldet, die in mehreren Ländern im Handel sind. Mit einer Anzeige profitieren Sie allerdings von noch weiter greifender Werbung, u.a. in den Online-Kanälen von ACSI.



Eurocampings.eu

10.000.000+ Besucher

Ihre Campinginformation wird auf dem Campingportal von Europa in 14 Sprachen kostenlos gezeigt. Die Besucher von Eurocampings sind Ihre potentiellen Kunden! Wollen Sie noch stärker auffallen? Mit einer Anzeige wird Ihr Eintrag bei den europäischen Campern noch besser wahrgenommen.



ACSI Camping Europa-App

1.700.000 Besuche auf der App

Alle jährlich inspizierten Plätze werden auch in die ACSI Camping Europa-App durchgestellt. Diese App funktioniert komplett offline, inklusive Kartenmaterial und Bildern. Der Camper kommuniziert per Anruf oder Mail auf der Touchscreen mit Ihnen. Die App eignet sich für Smartphones, Tablets, Laptops und PC's in 13 Sprachen verfügbar. Als Anzeigenkunden profitieren Sie auch hier wieder von erhöhter Wahrnehmung.



Alle Promotionangebote und Möglichkeiten auf:

www.ACSI-MEDIA.com