

# Ketenvorming in de campingwereld

Een overzicht van campingketens in Europa

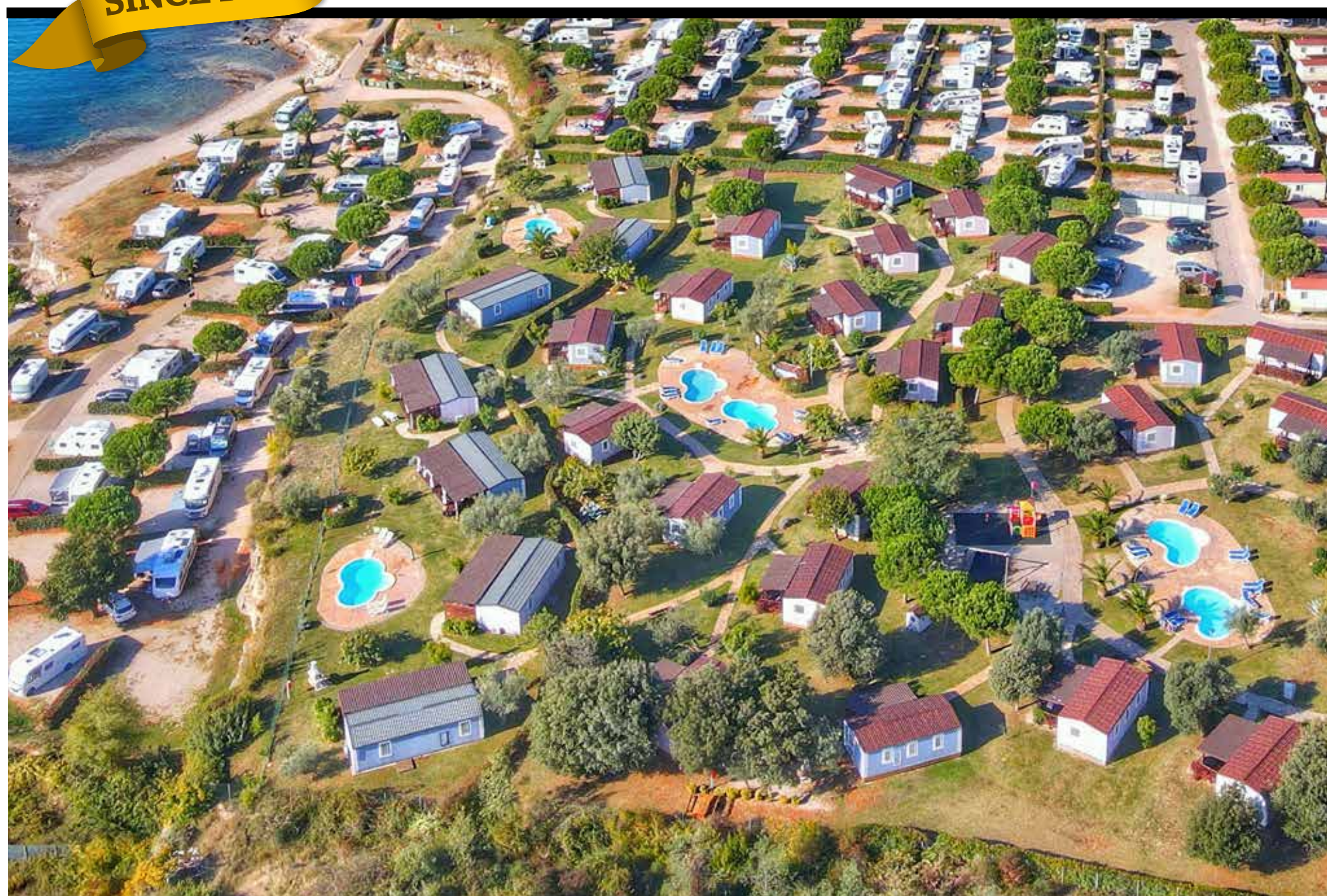


ACSI, dé campingspecialist: editie najaar 2024



SINCE 1965

# Handelsblad



**Automatisering op de camping**  
Hoe ziet het inchecken van de toekomst eruit?  
► Lees meer op **pagina 2-3**

**ACSI Awards 2025**  
Stemperiode ACSI Awards 2025 van start.  
► Lees meer op **pagina 10-11**

**Safaritenten en mobilehomes**  
Welke Europese leveranciers zijn er?  
► Lees meer op **pagina 14-15**



# Automatisering op de camping:

Ook de recreatiesector automatiseert in rap tempo. Dit maakt niet alleen het dagelijks leven van het personeel op de camping makkelijker, ook de campinggast profiteert van de efficiëntere service. Maar wat betekent dit voor het persoonlijk contact met de gasten op een camping? ACSI sprak drie experts en zoomt in op de check-in van de nabije toekomst.

## Even voorstellen

Aan het woord komt Sjoerd Botter, mede-eigenaar van de Camping Comfort-app, een service die aangeboden wordt aan campings in heel Europa. Ook sprak ACSI met Mart ter Braak, die als adviseur bij het Nederlandse bedrijf Eijsink verblijfsrecreatie ondersteunt bij het optimaliseren en automatiseren van bedrijfsprocessen in de horeca. Sharon de Putter is mede-eigenaar van het Nederlandse bedrijf Recranet, dat digitale oplossingen aanbiedt voor de recreatiesector, waaronder check-in-zuilen. Met deze specialisten worden vijf trends voor het inchecken van de toekomst besproken.

### Trend 1: Sneller inchecken

Lange rijen bij de slagboom en bij de receptie op wisseldagen. Dit is het schrikbeeld van zowel receptionisten als kampeers. Automatisering kan hier een oplossing zijn. 'Digitaal inchecken kan dit proces op veel manieren versnellen. Van enkele dagen vooraf online je details doorgeven en betalen, tot een compleet geautomatiseerd proces van receptieloos inchecken', geeft Botter aan.

Een versnelde check-in ligt voor iedere camping binnen bereik, ook zonder ingewikkelde of dure technologie. De camera van een mobiele telefoon is daarbij soms genoeg. Bijvoorbeeld om de digitale CampingCard

ACSI-kortingskaart te scannen (zie kader op pagina 3).

Ter Braak noemt ook een praktische oplossing om rijen te voorkomen. 'Je kunt tijdsloten geven voor het inchecken, of zelfs de vaste wisseldagen loslaten. Op die manier spreid je de drukte veel meer en staat niet iedereen op vrijdag- of zaterdagmiddag bij de receptie. Zo geef je de klanten bij binnenkomst meteen een positiever gevoel.'

De Putter haakt in: 'een slagboom met kentekenherkenning is bij veel campings en parken een belangrijke stap. De gast komt aanrijden en voelt zich meteen welkom op het terrein.'

### Trend 3: het hele incheckproces digitaal

Het volledig digitaal inchecken is op steeds meer campings en vakantieparken al realiteit, geeft De Putter aan. 'Hoe ver men hierin gaat, ligt helemaal aan

de eigen filosofie en doelgroep. Iedereen beweegt hierin in zijn eigen tempo. Er zijn parken waarin heel veel geautomatiseerd is door middel van kentekenherkenning, automatisch inchecken en bijvoorbeeld gezichtsherkenning

voor toegang tot het zwembad. In de winter kun je geautomatiseerd zorgen dat de verwarming al aan staat als de gast in het vakantie-huisje arriveert. Zo speel je als ondernemer in op de behoefte van de moderne gast, die graag ontzorgd wil worden en veeleisender is geworden.'

Ter Braak benoemt dat campings kunnen leren van de ervaringen in de hospitality-industrie. 'Zo'n 20 jaar geleden was het nieuw dat personeel met een tablet aan de tafel kwam in plaats van een notitieblokje. Maar dit heeft de service echt verbeterd en werd snel omarmd.' En de ontwikkeling gaat verder. Inmiddels zijn robots die je drankje komen brengen op sommige plekken ook al normaal aan het worden. Toch waarschuwt De Putter niet té snel te gaan. 'Als je veel gasten hebt uit landen waar automatisering nog minder vanzelfsprekend is, wil je die ook goed kunnen bedienen met een traditionele receptie.'



De functie van de receptie verandert, maar het persoonlijke contact blijft.

### Trend 4: Meer kwalitatief klantcontact

Een deels of volledig geautomatiseerde check-in, betekent niet dat het persoonlijke contact met de gasten verdwijnt. Door standaardprocessen te automatiseren, blijft er juist meer tijd over voor een persoonlijk gesprek met de gast. De functie van de receptie verandert naar een centraal informatiepunt.

'Het inchecken is niet altijd het beste moment voor leuk klantcontact', legt Botter uit. 'Je gasten zijn misschien wel tien uur onderweg geweest en zijn moe of hongerig. Het is dan veel leuker om de volgende ochtend even langs te lopen en te vragen of alles naar wens is. Meteen een goed moment extra services zoals fiets- of bootjesverhuur te benoemen.'

Op deze manier krijgen de persoonlijke gesprekken meer waarde. 'In de persoonlijke gesprekken kan je een goede band opbouwen met je gasten en hen tips geven over de regio, goede restaurants of dingen die ze tijdens hun vakantie moeten doen. Dit is echt het kwalitatieve klantcontact waardoor je hun vakantie beter maakt.'

Om het overige contact zo efficiënt mogelijk te laten verlopen, kan er gebruik worden gemaakt van een gastenapp. 'De Camping Comfort-app is hier een voorbeeld van. In de app kunnen gasten veel praktische zaken zelf regelen op een tijd dat het hen uitkomt. Denk bijvoorbeeld aan het bestellen van broodjes en croissants of het reserveren van een plekje in het restaurant.'

Ter Braak vult aan: 'je wilt in principe altijd beschikbaar zijn voor de gast die geld wil uitgeven op de camping. Als die eerst in de rij moest staan bij de receptie, wil die niet nog een keer in de rij voor de snackbar. Door online horecabestellingen mogelijk te maken voor een bepaald tijdslot en die bijvoorbeeld bij de kampeerplek te laten bezorgen, bied je de gast een heel positieve ervaring. Ook voor de medewerkers is het contact met ontspannen klanten veel prettiger.'

De Putter ziet er zelfs een unieke selling piont in. 'Voor sommige campings is een benadering met veel persoonlijk contact een manier om jezelf te blijven onderscheiden.'



Steeds meer campings en parken werken met kentekenherkenning bij de slagboom.

### Trend 2: Inchecken met een check-in-zuil

Een groeiend aantal campings werkt met een check-in-zuil of incheckautomaat. De Putter legt uit hoe de check-in-zuil van Recranet werkt. 'De gasten ontvangen bij de reservering een barcode. Bij de zuil kunnen ze die scannen vanaf papier of een smartphone, of ze toetsen het reserveringsnummer in.

Daarmee zijn ze ingecheckt. Dit kan gekoppeld worden aan allerlei andere systemen, kentekenherkenning, een digitale sleutel voor een accommodatie of andere diensten.

De zuil kan binnen staan, bijvoorbeeld in de receptie, maar ook buiten, bij de ingang van het terrein. Zo lang de zuil maar goed zichtbaar is. Gasten die op de bonnefooi komen, kunnen de zuil ook gebruiken om ter plekke hun overnachting te boeken. De camping kan dit naar eigen wens instellen. Zo kunnen gasten bijvoorbeeld direct op een plattegrond hun staanplaats kiezen.'

Ter Braak vult aan: 'rondreizende kampeers en campers komen soms 's avonds of 's nachts aan. Dan is zo'n incheckautomaat ideaal.'



Inchecken met een check-in-zuil wordt steeds normaler op de camping.



# het inchecken van de toekomst

## Stap voor stap automatiseren

Automatisering kan elke camping helpen, is de overtuiging van Ter Braak, De Putter en Botter. Iedere camping kan dit op zijn eigen manier doen. 'Ook kleine campings die door één beheerder of gezin gerund worden, hebben al baat bij online broodjes bestellen of een chatfunctie', vertelt Botter. Ook De Putter en Ter Braak geven aan dat processen automatiseren vaak een proces van meerdere jaren is, ook qua investering.

Bovendien is het geen *one size fits all*, maar maatwerk. Elk bedrijf heeft zijn eigen karakter en behoeftes. De drie experts nemen dan ook graag de tijd om samen met hun klanten te kijken wat de prioriteit is qua automatisering en hoe dat goed aansluit op de bestaande processen op de camping. De ervaring is vaak wel dat wanneer campings eenmaal beginnen met automatisering, ze zelf al snel met nieuwe wensen en ideeën komen.



Door gebruik te maken van een gastenapp kunnen campinggasten bijvoorbeeld hun broodjes online bestellen op een moment dat het hen uitkomt.

### Trend 5: Personeel aan je binden

'Als ondernemer wil je het altijd goed doen voor je gasten', zegt Ter Braak. 'Maar dat is op de piekmomenten soms lastig. Bij grote drukte ga je eerder fouten maken en dat beïnvloedt ook je eigen werkplezier. Door

automatisering kun je de werkdruk verlagen en daardoor weer meer genieten van positieve contactmomenten met gasten. Dat zorgt er natuurlijk ook voor dat personeel graag de volgende zomer weer terugkomt. Zo kan het voor scholieren een leuk zomerbaantje zijn om online

bestelde maaltijden te bezorgen op de kampeerplekken. Die jongens en meiden kunnen in de jaren daarna weer doorgroeien tot restaurant- of receptiemedewerker. Zo bied je niet alleen klanten een betere ervaring, maar behoud je ook ervaren en gemotiveerd personeel.'



Ook het avondeten kan op steeds meer campings online of via een app besteld worden.

## Sneller inchecken met de CampingCard ACSI-kortingskaart

Ook ACSI zet elk jaar weer stappen om de kampeerverving van zowel camping als kampeerder te verbeteren. In 2024 gingen er weer 770.000 kampeers op pad met de CampingCard ACSI-kortingskaart. Sinds dit jaar is er ook een digitale versie en die is populair.



De CampingCard ACSI-kortingskaart met QR-code.

Ilse Maas is Product Manager van CampingCard ACSI. 'Onze klanten blijken echt klaar te zijn voor digitalisering. Zo zijn flink wat bestaande CampingCard ACSI-gebruikers overstapt op de digitale kortingskaart. Maar we zien ook een nieuwe groep kampeers die meteen voor de digitale kortingskaart kiest. Zeker onder camperaars is het nieuwe digitale product ACSI CampingCard & Camperplaatsen

populair. De verkoop van deze app loopt zeer goed.'

### De QR-code scannen

Nieuw in 2024 is dat campings zowel op de digitale als de papieren kaart een QR-code kunnen scannen. Zo hebben ze direct alle klantgegevens in hun systeem. Een groeiend aantal campings maakt hier naar tevredenheid gebruik van.

'We scannen sinds enkele maanden de kortingskaart en zijn hier heel tevreden over. Het is veel makkelijker dan wanneer je de handgeschreven gegevens telkens moet overtypen.'

ACSI-inspecteur Monique Couturier bezoekt campings in Frankrijk en Spanje. 'De campings die de CampingCard ACSI-kortingskaart scannen zijn heel positief. Vooral bij een taalbarrière is het handig om alle gegevens in één keer op het scherm te hebben. In Spanje moeten campings

ook het legitimatiebewijs scannen maar de gegevens op de CampingCard ACSI-kortingskaart zijn een goede aanvulling, omdat je ook meteen het correcte e-mailadres en kenteken van je gast hebt. De campings scannen de kaart met een smartphone of met de camera van een pc of laptop.' Als inspecteur doorloopt Couturier soms even samen met de eigenaar of medewerkers het scanproces. 'Als ze eenmaal hebben gezien hoe eenvoudig dat werkt, gaan ze er ook mee verder', aldus Couturier.

Ook campingdirecteur Fred Jost van de Zwitserse Camping Des Pêches is positief. 'We scannen sinds enkele maanden de kortingskaart en zijn hier heel tevreden over. Het is veel makkelijker dan wanneer je de handgeschreven gegevens telkens moet overtypen. Ook werkt het doorgeven van de code telefonisch fijn. Zo hebben we snel alle informatie die we nodig hebben om de boeking in ons systeem te zetten.'



De digitale versie van CampingCard ACSI.



# ACSI neemt Euronature over

Overname zorgt voor uitbreiding activiteiten ACSI Touroperating



**Campingspecialist ACSI kondigt met trots de overname van Euronature aan. Euronature is marktleider op het gebied van natuuristenvakanties en gaat vanaf heden verder onder de vlag van ACSI Touroperating, de tak van ACSI die is gespecialiseerd in campingvakanties.**

Met de acquisitie in de niche van naaktrecreatie breidt ACSI haar aanbod verder uit, waarbij tevens gebruikgemaakt wordt van het brede campingnetwerk van ACSI. De overname versterkt tegelijkertijd de internationale positie van Euronature.

Pieter Melieste, Manager ACSI Touroperating, licht de overname verder toe. 'Hiermee verrijken en versterken we ons aanbod aanzienlijk. We zien ook kansen op het gebied van het verder internationaliseren van natuuristenvakanties, vooral omdat Euronature met name in Nederland al een mooie basis heeft gelegd. De overname is per direct effectief en betekent dat we al druk aan het voorbereiden zijn voor het volgende seizoen.'

**Toekomst van Euronature**  
Peter en Annie de Kruijff, de oprichters van Euronature, hebben alle vertrouwen in ACSI en de ontwikkelingen die de organisatie met Euronature voor ogen heeft. 'We zijn heel blij. We zochten naar een geïnteresseerde partij die Euronature met dezelfde passie en zorg kan voortzetten als waarmee wij het hebben opgebouwd. In ACSI hebben we die partij gevonden. Bovendien biedt de overname door ACSI voordelen zoals de jaarlijkse inspecties van het campingaanbod door ACSI-inspecteurs en de toegang tot geavanceerde technische platformen, internationale marketing en sales.' Om voor een soepele overgang te zorgen, blijven Peter en Annie voorlopig nog betrokken bij de aansturing van Euronature.



Pieter Melieste (links) en Peter en Annie de Kruijff ondertekenen de overdrachtsdocumenten.

## Janneke Boonzaaijer en ACSI Champ de Tailleur schrijven Olympische geschiedenis

ACSI draagt de eventingsport een warm hart toe en sinds 2019 is er het ACSI Eventing Team. Janneke Boonzaaijer is vaandelraagster van het team en zij mocht samen met haar paard ACSI Champ de Tailleur namens Nederland deelnemen aan de Olympische Spelen in Parijs. Met het Nederlandse team behaalde ze een tiende plaats en individueel eindigde Boonzaaijer op plek negen in het algemeen klassement.



Janneke Boonzaaijer en haar paard ACSI Champ de Tailleur in actie in Parijs.

Eventing is de meerkamp van de paardensport waarin in drie achtereenvolgende dagen een dressuurproef, cross country en een springparcours worden afgewerkt. Boonzaaijer schreef Olympische historie door als eerste Nederlandse combinatie sinds 1938 de Olympische cross country foutloos en binnen de tijd te volbrengen. Daarna volgde een

foutloos springparcours waardoor ze zich plaatste voor de individuele finale. Daarin noteerde Boonzaaijer opnieuw een foutloze ronde waardoor ze in het selecte gezelschap terechtkwam van vier Olympische deelnemers die het lukte om na hun dressuurproef geen enkel strafpunt meer aan het punten-totaal toe te voegen.

## Vernieuwing ACSI Klein & Fijn Kamperen-app

**Doordat steeds meer kampeerders hun vakantie online zoeken en boeken, wordt het digitale aanbod van de ACSI-producten continu verbeterd.**

Onlangs kregen de ACSI Campings Europa-app en de CampingCard ACSI-app al een upgrade met een fris en gebruiksvriendelijker design. De komende maanden ligt de focus op de ACSI Klein & Fijn

Kamperen-app. Naast de introductie van het nieuwe design, gaat ook deze app werken met abonnementsopties. Hierdoor wordt het voor kampeerders eenvoudiger om zelf te kiezen op welke manier zij de app willen gebruiken. Er kan gekozen worden voor een jaarabonnement met enkel campinginformatie of een jaarabonnement met toegang tot camping- en camperplaatseninformatie.



## 25% groei ACSI camping.info Booking

**Het weer in de eerste helft van 2024 was uitzonderlijk: vooral het noordelijke deel van Europa kende een zachte winter met heel veel regen. Ook het voorjaar kende weinig zomerse dagen. Heeft dit weer invloed gehad op het boekingsgedrag van kampeerders?**

ACSI camping.info Booking zag in het eerste halfjaar een groei van 25% in het aantal boekingen, vergeleken met dezelfde periode in 2023. Vooral campings in Spanje en Italië waren populair, terwijl Kroatië en Nederland een lichte daling zagen. Frankrijk bleef de grootste markt met 40% van de boekingen.

Interessant is dat kampeerders in 2024 hun beslissingen later

namen en de gemiddelde duur van hun vakantie iets korter was dan in 2023. De verwachting is

dat de boekingen voor juli en augustus sterk zullen toenemen, evenals voor het najaar.







### Beste campingeigenaar of -manager,

Het kampeerlandschap is volop in beweging. Aan de ene kant is er de continue toestroom van kampeersers die met hun

gloednieuwe of tweedehands camper, vouwwagen of caravan op zoek gaan naar een plek op de camping. Afgaande op de meest recente cijfers van het Europese ECF en de Nederlandse KCI zal dit ook de komende jaren zo blijven.

Ook kamperen met een dak-tent is een groeiend fenomeen. Anderzijds vinden ook campingvakanties in een gehuurde accommodatie of glampingtent gretig aftrek.

Voor campings verandert er daardoor veel. "De kampeerder" is al lang niet meer in één groep te vangen en dit stelt de camping voor de vraag: welk imago willen wij als camping neerzetten, en welke groepen kampeersers moeten wij aantrekken om onze camping als ideale vakantiebestemming te profileren?

Externe invloeden kunnen deze keuze beïnvloeden. Een voorbeeld hiervan is de ketenvorming die we tegenwoordig vaak terugzien in de Europese campingwereld. In de zoektocht naar middelen om campings aan te passen aan de wensen van kampeersers, komen steeds meer campings uit bij kapitaalcrachtige ketens

die de camping overnemen en omvormen naar hun eigen concept.

Maar zo gevarieerd als het kampeerlandschap is, zo gevarieerd is het aanbod aan campingketens. En aan andere vormen van samenwerkingen tussen campings. Want er zijn immers nog meer dan genoeg campings die ervoor kiezen baas op eigen terrein te blijven en hun eigen visie uit te werken. Op pagina 6-9 vindt u een overzicht van de in Europa actieve campingketens en ziet u waar zij grofweg voor staan. Ook praten we u bij over de andere vormen van samenwerking die er voor u als campingeigenaar zijn.

In het verlengstuk van bovenstaande leest u op pagina 12-13 alles over de voordelen van regiopromotie. Een krachtig marketinginstrument waarmee u niet uw eigen camping maar

juist de complete toeristische regio onder de aandacht brengt. Daarnaast leest u in deze editie van ACSI Handelsblad alles over de nieuwe editie van de ACSI Awards en kunt u vandaag nog aan de slag met het vergroten van uw winkansen!

Ik wens u nog een succesvol slot van dit kampeerseizoen toe en kijk samen met u uit naar een prachtig 2025.

Ramon van Reine  
CEO ACSI

## Beter zichtbaar met een campingfoto

Het zoeken en boeken van een verblijf op de camping wordt veelal digitaal gedaan. Voor campings is een goede digitale zichtbaarheid van groot belang. Zowel op hun eigen website als op andere plekken waar de camping online getoond wordt. Bijvoorbeeld op de websites en in de apps van ACSI, jaarlijks bekeken door tientallen miljoenen kampeersers.

### Groot bereik

Iedere camping die wordt geïnspecteerd door ACSI heeft een eigen pagina op Eurocampings.eu en in de ACSI Campings Europa-app. Deze campingpagina is waardevol. In 2023 bezochten ruim 22 miljoen kampeersers de website en app en naar verwachting neemt dit aantal de komende jaren alleen maar toe.

Een groot deel van deze bezoekers komt uiteindelijk terecht op een campingpagina. De intentie waarmee kampeersers veelal de website en app bezoeken, is om een geschikte camping te vinden voor hun vakantie. Via de zoekfilters kan een bezoeker zijn vakantievoorkeuren aangeven en op die manier een camping vinden die bij hem past. Hiervoor heeft hij 250 filters tot zijn beschikking.

### Het perfecte plaatje

Zonder twijfel zijn foto's een van de belangrijkste manieren om op te vallen binnen de getoonde zoekresultaten. Deze vallen direct op en moeten de kampeerder ervan overtuigen dat het de moeite waard is om meer te weten te komen over deze camping.

Wat een goede eerste foto is, hangt af van vele factoren. Sommige campings kiezen voor een luchtfoto van het kampeerterrein of het zwemcomplex. Anderen kiezen voor een foto

waarop een unieke voorziening wordt uitgelicht of juist voor een foto waarin de pracht en praal van de omgeving gevangen wordt. Behalve op de pagina met zoekresultaten, wordt de eerste foto ook getoond wanneer een camping vermeld wordt op de homepage, op regiopagina's en op themapagina's. ACSI beveelt iedere camping dan ook aan een goede eerste foto aan te leveren.

### Bezoekersgedrag in beeld

Zodra een bezoeker naar de campingpagina navigeert, krijgt hij meer details over de camping te zien. Vanaf hier kan een bezoeker ook doorklikken naar de website van de camping of – mits de camping is aangesloten bij ACSI camping.info Booking – direct een plek reserveren. Speciale heatmaps geven inzicht in de manier waarop bezoekers zich gedragen op een campingpagina. Hieruit ontstaat een interessant beeld dat opnieuw het belang van beeldmateriaal onderstreept. In de kaders hiernaast zijn screenshots van campings mét en zonder campingfoto te zien.

Duidelijk te zien is dat er op pagina's waar ook een foto zichtbaar is, vaker geklikt wordt. De rode plekken geven dit weer. Zowel op desktop (kader 1) als mobiel (kader 2) is dit verschil duidelijk zichtbaar. Zonder foto is het voor bezoekers een stuk

minder aantrekkelijk om verder te lezen en/of de campingwebsite te bezoeken. Op de mobiele weergave is een foto zelfs nóg essentieler.

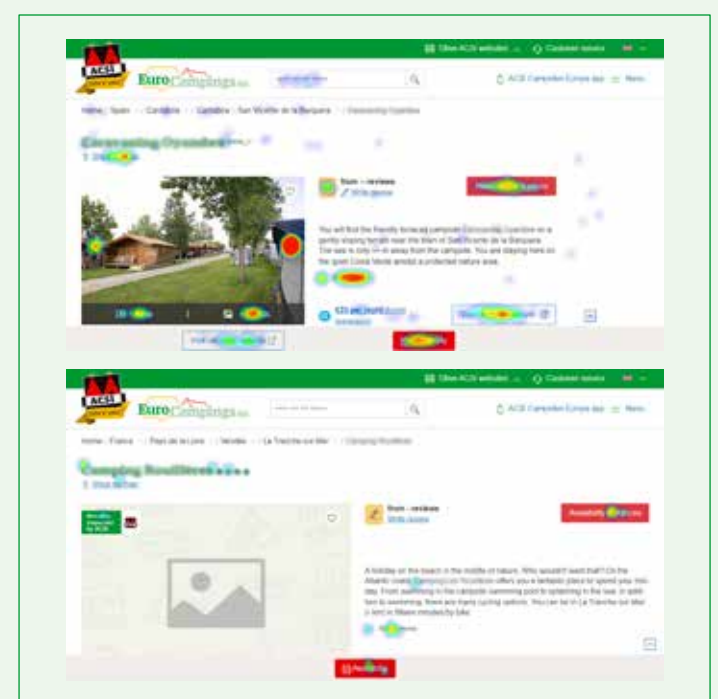
Zodra er wel foto's te zien zijn, raken kampeersers geïnteresseerd en wil men meer zien. Dit is te zien aan de rode vlek op de plek waar de slider om meer foto's te bekijken staat. Beeldmateriaal geeft de kampeerder een bepaald gevoel bij de camping en is daarmee een belangrijke indicatie om in te schatten of de camping geschikt zou zijn voor de vakantie die men voor ogen heeft. Ook de mogelijkheid om een video te bekijken en de optie om de locatie van de camping op de kaart van Europa te zien zijn populair.

Alleen campings die door ACSI worden geïnspecteerd, hebben zelf invloed op de getoonde foto's en video's. En alleen campings die een ACSI Startpakket afnemen, hebben de mogelijkheid om meerdere foto's, een video en een 360-gradenfoto te uploaden.

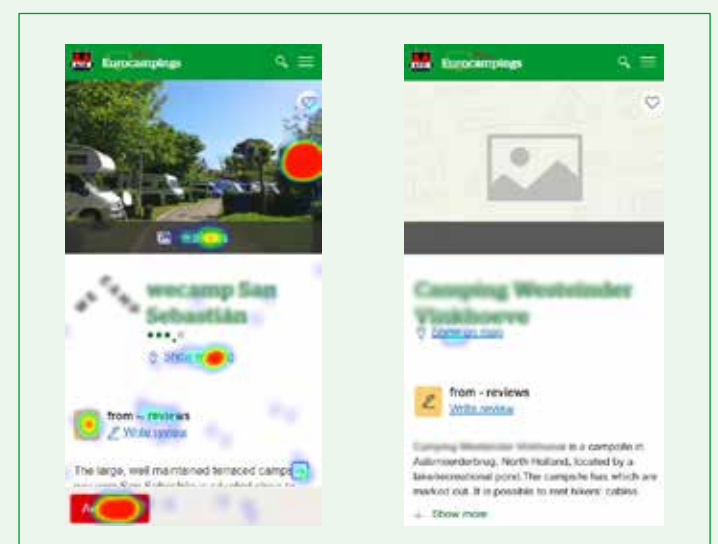
Momenteel wordt er gewerkt aan een update van de ACSI Campsite Portal waardoor campings vanaf 2025 nog gemakkelijker zelf materiaal kunnen uploaden. Campings die een ACSI Startpakket afnemen, hebben de mogelijkheid meer materiaal te tonen. Daarnaast profiteren zij ook van veel andere voordelen.

Neem contact op met onze salesafdeling voor meer informatie over de verschillende mogelijkheden en het uploaden of aanpassen van beeldmateriaal bij de camping.

I: [www.acsi.eu/adverteren](http://www.acsi.eu/adverteren)  
E: [sales@acsi.eu](mailto:sales@acsi.eu)



Kader 1: klikgedrag op een campingdetailpagina met én zonder foto vergeleken (desktop).



Kader 2: klikgedrag op een campingdetailpagina met én zonder foto vergeleken (mobiel).

# Kleinschalig en eenvoudig of enorme familiecamping?

## Campingverbanden in Europa

Pure eenvoud, vijfsterrenvakanties of een zwemparadijs, kinderclub én animatieprogramma. Campingketens delen vaak hetzelfde concept, dezelfde waarden en doelen en werken intern intensief samen. Aangesloten campings streven naar een uniforme kwaliteit en service en delen vaak een gemeenschappelijke visie op wat een ideale kampeervakantie is. Maar er zijn ook samenwerkingsverbanden waarin campings op een heel andere manier onderling de verbinding zoeken. Campings die bijvoorbeeld in federatieverband samenwerken, die zijn verenigd onder een bepaald kwaliteitslabel, of die eigendom zijn van een bedrijf of investeringsgroep.

ACSI ziet een duidelijke trend in het aantal samenwerkingsverbanden in de campingwereld en heeft de afgelopen jaren veel Europese ketens zien groeien. ACSI onderzoekt welke grote kampeersamenwerkingsverbanden er in Europa zijn, welke waarden en kenmerken zij hebben en hoe zij onderling samenwerken. En welke trends er zijn op het gebied van samenwerking in het Europese kampeerlandschap.

### Capfun



Frankrijk, Nederland, België, Spanje, Italië, Verenigd Koninkrijk  
▲ 240 campings

Bij het Franse familiebedrijf Capfun staan familievakanties centraal. Gasten vinden op iedere camping grote zwembaden met glijbanen, speeltuinen en een uitgebreid animatieprogramma. Capfun biedt veelal comfortabele en volledig ingerichte stacaravans en bijzondere huuraccommodaties aan. Op dit moment is Capfun de grootste campingketen in Europa en met Clicochic is er zelfs al een keten die weer onder Capfun valt. Capfun heeft volledig eigenaarschap over alle aangesloten campings.

#### Les Campéoles

Frankrijk  
▲ 7 campings

#### Only Camp

Frankrijk  
▲ 51 campings

#### Seasonova

Frankrijk  
▲ 18 campings

### Aquadis Loisirs



Frankrijk  
▲ 19 campings

Op de campings van Aquadis Loisirs kamperen gasten eenvoudig in de natuur. Er worden allerlei recreatiemogelijkheden en activiteiten in de open lucht aangeboden. De campings bevinden zich dan ook op ideale plekken voor actieve vakanties. De keten beschikt over een aantal themacampings, die zich bijvoorbeeld richten op vissen, wijn of wellness. Aquadis Loisirs heeft volledige eigendom over de aangesloten campings, en heeft beheerders in dienst die toezien op de dagelijkse gang van zaken.

#### Vacances André

Trigano  
Frankrijk  
▲ 16 campings

#### Sites & Paysages de

France  
Frankrijk  
▲ 31 campings

#### Europarcs

België, Duitsland, Luxemburg, Nederland, Oostenrijk  
▲ 49 campings

### Camping Paradis



Frankrijk  
▲ 90 campings

Camping Paradis is in de afgelopen drie jaar hard gegroeid. Met meer dan 90 campings door heel Frankrijk, is het een steeds grotere speler in het kampeerlandschap. De focus ligt op familievakanties, met veel animatie voor jong en oud. De populariteit van de keten wordt geboost door een Franse reality-serie, die te zien is op populaire tv-zender TF1. Na verwachting zullen er in het aankomende jaar nog zo'n 40 extra campings bij komen. De campingketen werkt voornamelijk met franchisenemers.

### Flower Campings



Frankrijk  
▲ 130 campings

Op de kleinschalige campings van Flower Campings zijn het water en de natuur nooit ver weg. Gasten kunnen kiezen tussen een eenvoudige kampeerplek, een compleet ingerichte lodgetent, en alles daar tussenin. De regio en directe omgeving van de campings is een belangrijke pijler. Flower Campings heeft complete eigendom over ongeveer een kwart van de aangesloten campings. De overige campings zijn franchisenemers.

#### Homair Vacances

Frankrijk, Nederland  
▲ 28 campings

#### Sunélia

Frankrijk  
▲ 10 campings

#### Ciela Village

Frankrijk  
▲ 16 campings

#### The Caravan and Motorhome Club

Verenigd Koninkrijk  
▲ 32 campings

#### Camping and Caravanning Club

Verenigd Koninkrijk  
▲ 22 campings

#### Camprilux a.s.b.l.

Luxemburg  
▲ 12 campings

### Yelloh! Village



Frankrijk, Spanje, Portugal  
▲ 94 campings

Op ieder Yelloh! Village-campingdorp staat de glimlach van gasten centraal. Overall vinden gasten een aquapark, luxe accommodaties en dagelijkse animatie voor jong en oud. Families dienen op de aangesloten vier- en vijfsterrencampings een comfortabele en zorgeloze vakantie te beleven. De campings van Yelloh! Village worden volledig bestuurd en beheerd door 94 onafhankelijke franchisenemers, die sinds 2000 zijn verenigd onder één vlag.

### Sandaya



Frankrijk, Spanje, België, Italië, Kroatië  
▲ 65 campings

Sandaya biedt kampeerplekken, maar vooral luxe huuraccommodaties. Op deze campings wordt luxe, welzijn en comfort gecombineerd met ontspanning in de natuur. Natuur en waterpret zijn altijd gegarandeerd, op iedere aangesloten camping. Campingketen Sandaya bestaat uit vier- en vijfsterrencampings. Sandaya heeft volledige eigenaarschap over alle aangesloten campings en is tevens beheerder van alle campings. Sandaya werkt ook samen met Baia Holiday, een Italiaanse campingketen, die dezelfde kernwaarden deelt.

#### Entreprise Fréry

Frankrijk  
▲ 29 campings

#### Alpha Group

Frankrijk  
▲ 24 campings

#### Groupe Romanée

Frankrijk  
▲ 16 campings

#### Ardoer BV

Nederland  
▲ 31 campings

#### Eldorado Parken

Nederland  
▲ 7 campings


#### Roompot Vakanties

Nederland  
▲ 14 campings



## Huttopia



 Frankrijk, Nederland, België, Portugal, Spanje  
(China en Verenigde Staten)

 **63 campings**

Het doel van campingketen Huttopia is om plekken in natuurlijke gebieden te creëren die de prachtige omgeving niet schaden, maar juist benadrukken. Huttopia staat voor een simpel maar comfortabel verblijf in de buurt van een meer, rivier of de zee, in de bossen of in de bergen. In Nederland werkt de keten ook samen met Staatsbosbeheer. Op dit moment worden projecten van Huttopia bestudeerd in België en Duitsland, en wordt er in onder andere Argentinië, Japan, Bulgarije en Georgië gewerkt aan uitbreiding. De campings van Huttopia zijn volledig eigendom van de keten. Daarnaast hebben ze ook een dochterketen: OnlyCamp.

### Molecaten Europe B.V.

 Nederland  
 **16 campings**

### RCN Vakantieparken

 Nederland, Frankrijk, Duitsland  
 **18 campings**

### Sunshine Camping

 Griekenland  
 **19 campings**

## Maistra Camping

 Kroatië

 **6 campings, 5 kampeerplaatsencampings, 2 naturistenparken**

Uitrusten in de Kroatische mediterrane natuur kan op de campings van Maistra Camping. Op deze campings kampeert men in Istrië, vlak bij steden als Rovinj en Vrsar, direct aan zee. Op iedere camping is er veel aandacht voor regionale delicatessen en lokale tradities. Maistra Camping is onderdeel van Maistra Hospitality Group, dat valt onder het concern Adris Group. Maistra beschikt ook over een 18 luxe hotels en 11 resorts op bekende bestemmingen als Rovinj, Vrsar, Zagreb en Dubrovnik.

### Valamar Riviera d.d.

 Kroatië  
 **15 campings**

### Plava Laguna d.d.

 Kroatië  
 **9 campings**

### TCS Camping

 Zwitserland  
 **18 campings**

## Club del Sole

 Italië

 **23 campings**



Op de familievakantieparken van Club del Sole kamperen gasten altijd op populaire locaties aan de zee of een meer. Natuur, vrijheid, vriendelijkheid en sociale omgang met andere gasten staat bij deze campingketen centraal. De campingparken zijn te herkennen aan de naam 'Camping Family Village'. De aangesloten campings zijn volledig eigendom van de keten, die ook compleet beslissingsrecht heeft. Het beheer is in handen van directeurs of verantwoordelijke directie.

### Baia Holiday

#### Camping Village

 Italië, Kroatië  
 **11 campings**

### Lago di Garda Camping

#### S.r.l.

 Italië  
 **16 campings**

### Consorzio Lago

#### Maggiore Holidays

 Italië  
 **19 campings**

## Camping Südtirol

 Italië

 **43 campings**



Dat er in ieder seizoen heerlijk gekampeerd kan worden, bewijst Camping Südtirol. Deze verzameling van gemoedelijke familiecampings bieden actieve en avontuurlijke kampeervakanties. Gasten kunnen kiezen tussen een eenvoudige kampeerplek en luxe accommodaties. Camping Südtirol is geen campingketen, maar een campingvereniging. Alle aangesloten campings worden beheerd door particuliere campingeigenaren, die zelf zeggenschap en leiding hebben over hun eigen camping. De aansluiting bij de vereniging geeft hen vooral regionale, promotionele en financiële voordelen.

## Alannia Resorts



 Spanje

 **5 campings**

Op de familiecampings van campingketen Alannia Resorts kampeer je altijd dicht bij de kust van de Middellandse Zee. De luxe themaverblijven zijn het hele jaar geopend en beschikken stevast over een waterpark met glijbaan en een uitgebreid entertainmentprogramma voor alle leeftijden. Er worden ook bijzonder veel activiteiten, zowel op als buiten de campings, aangeboden. Daarnaast is ook veel aandacht voor de lokale keuken.

### Taiga (Q10)

 Spanje  
 **7 campings**

### CampingRed S.L.

 Spanje  
 **22 campings**

### Orbitur Intercâmbio de

#### Turismo S.A.

 Portugal  
 **20 campings**

## WeCamp

 Spanje

 **7 campings**



Verzorgd en stijlvol, met oog voor het milieu. WeCamp combineert een kampeervakantie in de natuur en aan de Costa Brava met een verblijf in een luxe en moderne huuraccommodatie. De campings liggen verspreid door Spanje en uitbreiding naar Portugal staat op de planning. De keten wordt centraal beheerd vanuit het kantoor in Barcelona.

### Topcamp AS

 Noorwegen  
 **10 campings**

### Norway East West

 Noorwegen  
 **5 campings**

### PlusCamp BA

 Noorwegen  
 **8 campings**

## First Camp

 Zweden, Noorwegen, Denemarken

 **67 campings**





First Camp is de grootste campingketen van Scandinavië. Onder de campingketen vallen ook de merken First Camp Easy, waar eenvoud centraal staat, en First Camp Resort, waar kamperen juist extra comfortabel wordt. De campings van First Camp zijn eigendom van First Camp Group. Zij hebben opererende takken in Zweden, Denemarken en Noorwegen.

### Caravan Club of Sweden

 Zweden  
 **11 campings**



### Dansk Camping Union

 Denemarken  
 **23 campings**

### DK-Camp

 Denemarken  
 **147 campings**

## LeadingCampings

 Duitsland, Nederland, Denemarken, Frankrijk, Italië, Kroatië, Luxemburg, Oostenrijk, Portugal, Spanje  
 **45 campings**



Van camperstandplaats tot exclusieve glamping-boomhut. De opties bij LeadingCampings lopen sterk uiteen. In dit samenwerkingsverband worden campings alleen uitgenodigd om deel te nemen, wanneer zij voldoen aan de hoge kwaliteitsnormen. Een voorwaarde is dat een camping volledig onafhankelijk is, beheerd wordt door een eigenaar die aanwezig en zichtbaar is en dat zij aantoonbare goede kwaliteit leveren op het gebied van service, comfort, beleving en gasttevredenheid. Het doel van LeadingCampings is om de kwaliteit - en dus het aanbod voor kampeers - op het allerhoogste niveau te brengen en te houden.

### Knaus KG Campingparks

 Duitsland  
 **27 campings**

### Regenbogen AG

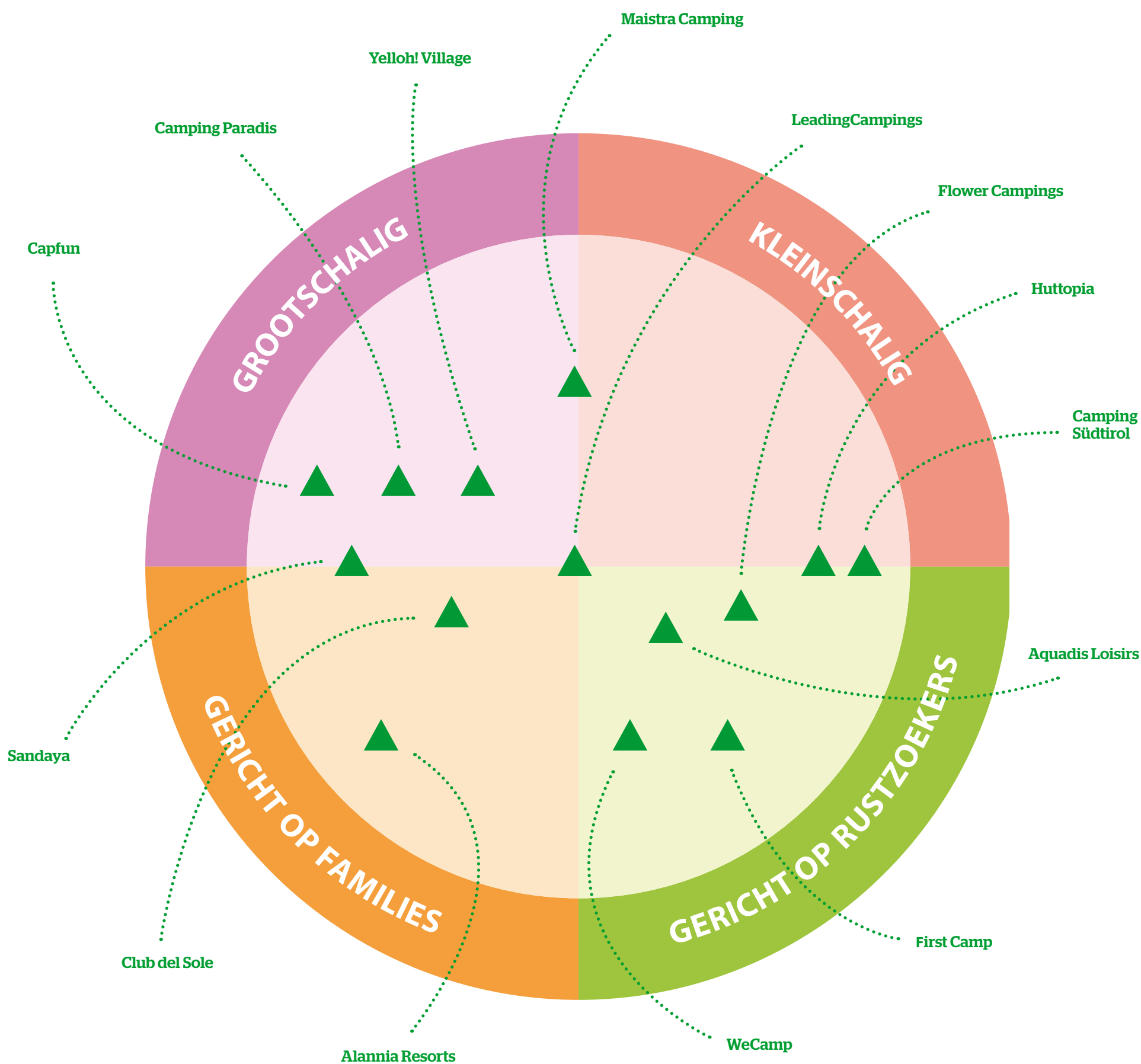
 Duitsland  
 **18 campings**

### Landal Greenparks B.V.

 Duitsland, Nederland  
 **7 campings**

# In de praktijk: campingketens en samenwerkingsverbanden

ACSI bracht enkele bekende campingketens en samenwerkingsverbanden in Europa in kaart, om zo een idee te krijgen van het aanbod.



## Veel campingketens, veel verschillen

Onder **grootschalig** worden campings met gemiddeld een groot aantal kampeerplaatsen en veel uitgebreide faciliteiten verstaan. Het zegt dus niets over het aantal campings dat beheerd wordt door een keten of samenwerkingsverband. **Kleinschalige** campings

zijn ketens of samenwerkingsverbanden die over fysiek kleine campings beschikken, en/of campings met weinig faciliteiten.

Met **gericht op families** worden campingketens of samenwerkingsverbanden bedoeld die zich

nadrukkelijk focussen op familievakanties. Hier vinden gasten vaak grote zwemparadijzen of waterparken, animatieprogramma's en speciale voorzieningen. Onder **gericht op rustzoekers** worden campingketens of samenwerkingsverbanden verstaan die

zich bijvoorbeeld richten op natuurcampings, actieve vakanties of nadrukkelijk accommodatieopties voor enkele personen aanbieden.

Een belangrijke kanttekening is dat dit geen waardeoordeel is.

Natuurlijk zijn 'grote' en 'kleine' campings subjectief voor zowel de campinggast als de campingeigenaar. Daarnaast is het DNA van een campingketen of samenwerkingsverband zoveel meer dan de grootte, het aantal faciliteiten en de doelgroep.



# Verschillende vormen van samenwerking

Onder een campingketen vallen doorgaans campings die op een of meerdere vlakken vergelijkbaar, en vaak dus ook herkenbaar, zijn. Wanneer het karakter of de faciliteiten van één aangesloten camping de gast bevalt, is de kans op klantbinding en een vervolgbezoek aan een andere aangesloten camping, vrij groot. Daarnaast is het voor gasten gemakkelijk om een camping te vinden die aansluit bij hun wensen, kampeerbehoeften of waarden. In de campingwereld kunnen we onderscheid maken tussen drie soorten samenwerkingsverbanden: volledig eigenaarschap, franchising of een ander soort.

## Franchisenemers

Campingketens als Camping Paradis, Flower Campings en Yelloh! Village werken vooral met franchisenemers. Zij profiteren van gecentraliseerde marketing- en promotieactiviteiten en reserveringssystemen. Daarnaast varen zij mee op de bekende naam en het imago van de keten. De kwaliteit wordt doorgaans gehandhaafd door middel van een overkoepelend kwaliteitshandvest, objectieve kwaliteitscriteria en onafhankelijke audits. Op deze manier kan er zicht gehouden worden op de diensten en kwaliteit van de aangesloten campings, maar kunnen eigen kenmerken, identiteiten en culturen van de individuele campings behouden worden.



Flower Camping Le Conleau (Bretagne, Frankrijk)

## Andere vormen van samenwerking

Ook bij andere samenwerkingsverbanden, zoals LeadingCampings en Camping Südtirol, profiteren deelnemende campings van naamsbekendheid en gezamenlijke promotionele activiteiten. Toch zit er binnen deze andere samenwerkingsvormen nog veel verschil.

Camping Südtirol is bijvoorbeeld een regionaal samenwerkingsverband. Aangesloten campings betalen lidmaatschap en krijgen onder andere toegang tot officiële reserveringssystemen. Tevens hebben ze promotionele en financiële voordelen, ook op het gebied van provinciale rechten en subsidies. De campings beschikken zelf over beslissingsrecht en functioneren als zelfstandige campings. Er wordt wel gewerkt met een overkoepelende kwaliteitsnorm die ervoor zorgt dat de kwaliteit van deze campings zo hoog mogelijk blijft.

Bij LeadingCampings werkt het anders. In dit samenwerkingsverband zijn topcampings in Europa aangesloten. Een bestuur ziet toe op de campingselectie en bepaalt welke campings passend zijn. Een voorwaarde is dat een camping volledig onafhankelijk is, beheerd wordt door een eigenaar die aanwezig en zichtbaar is en dat zij aantoonbare goede kwaliteit leveren op het gebied van service, comfort, beleving en gasttevredenheid. Campings worden benaderd en beoordeeld, waarna het bestuur de camping al dan niet toelaat. LeadingCampings functioneert daarom meer als merknaam, of kan gezien worden als keurmerk.

Bij deze samenwerkingsverbanden is de gestelde kwaliteitsmaatstaf leidend. Iedere aangesloten camping is vrij om eigen keuzes te maken en zijn eigen koers te bepalen. Zij blijven dus functioneren als een onafhankelijke camping. Alle campingeigenaren kunnen hun bedrijf op deze manier ontwikkelen en meer zichtbaarheid creëren, met behoud van eigen onafhankelijkheid, zelfstandigheid en authenticiteit.



Playa Montroig Camping Resort (Catalonië, Spanje)

## Complete eigendom door bedrijf of investeerdsgroep

Andere campingketens, zoals Capfun, Sandaya, Aquadis Loisirs, Huttopia, Maistra en

First Camp werken vrijwel alleen met campings die zij in eigen beheer hebben. Aangesloten

campings worden opgekocht door een bedrijf of investeerdsgroep en zij werken met een gestandaardiseerd concept. Deze visie wordt doorgevoerd op iedere aangesloten camping. Beslissingen worden gemaakt door een overkoepelend hoofdkantoor. Hierdoor kunnen er uniforme diensten geleverd worden en is de kwaliteitsmaatstaf doorgaans erg hoog. Voor onafhankelijke campings kan opgaan in een grote Europese campingketen ook interessant zijn. Bijvoorbeeld wanneer er onzekerheid is op het gebied van opvolging.



Capfun Camping Les Flots Bleus (Languedoc-Roussillon, Frankrijk)

## Trends in Europa: dit ziet ACSI

Frank Jacobs, Manager Sales en Business Development bij ACSI, zag de afgelopen jaren een enorme groei in het aantal campingketens. 'Voornamelijk het aantal ketens dat eigendom is van een bedrijf of investeerdsgroep steeg hard. Na een overname wordt er vaak flink geïnvesteerd in de voorzieningen. Ook het aantal campings binnen ketens laat een explosieve groei zien.'

Een andere opvallende trend is internationale oriëntatie van de ketens, die voorheen

vaak binnen één land opereerden. 'We zien dat standaard kampeerplekken, waar gasten met hun eigen kampeermiddel terecht kunnen, veelal worden vervangen door huuraccommodaties. Soms zijn dit eenvoudige stacaravans, maar steeds vaker ook luxe glampinglodges.'

Deze ontwikkeling zorgt voor een interessant snijvlak. 'Enerzijds merken we dat kampeers meer behoefte hebben aan luxe en comfort. Hier spelen de accommodaties,

lodges en safaritenten op in. Anderzijds is vooral tijdens de coronapandemie ook het 'klassieke' kamperen in populariteit gestegen. Velen kochten zelf een tent, caravan of camper. Als er steeds meer kampeerplekken verdwijnen, ontstaat er voor deze groep dus een probleem. Maar gelukkig zien we dat campingketens en samenwerkingsverbanden steeds vaker durven te kiezen voor een duidelijk eigen profiel. Zo blijft er voor de kampeerder, net als bij de onafhankelijke campings, veel te kiezen.'





Gratis promotiekit voor het werven van stemmen

# Stemperiode vierde editie



In 2025 reikt ACSI voor de vierde keer de felbegeerde ACSI Awards uit. Vanaf 15 september zijn de digitale stembussen geopend en kampeeders uit heel Europa kunnen tot en met 15 januari 2025 stemmen op hun favoriete campings in verschillende categorieën. Vorig jaar werden er ruim 80.000 Europese stemmen binnengehaald en dit maakt de ACSI Awards een uitgelezen kans voor campings om in de schijnwerpers te staan.

De kampeerder kan zijn of haar stem uitbrengen in negen verschillende categorieën. Bijvoorbeeld in de categorie 'Mooiste campingzwembad', 'Beste campingrestaurant' of 'Leukste camping voor kinderen'. Verder worden er ook ACSI Awards uitgereikt voor 'Beste camping' en 'Beste kleine, fijne camping'. Kampeeders kunnen per camping maximaal drie verschillende categorieën kiezen, waarin zij vinden dat de camping uitblinkt.

#### Voordelen voor campings

Het winnen van een ACSI Award levert veel voordelen op voor een camping. Allereerst is het een hele eer. Het zijn namelijk

de kampeeders die bepalen wie er wint. Een ACSI Award staat gelijk aan erkenning van gasten en is dé manier om te laten zien dat kampeeders een fijne vakantie beleven op de camping.

Daarnaast is een winnende camping beter zichtbaar op de websites en in de apps van ACSI. Er wordt een speciaal icoontje getoond op de campingpagina zodat bezoekers direct zien dat dit een awardwinnende camping is. Kampeeders kunnen via een zoekfilter gemakkelijk de winnaars van de ACSI Awards vinden. Awardwinnende campings worden benoemd in diverse communicatie-uitingen van

ACSI. Zo komt er een artikel in ACSI FreeLife magazine, hét kampeermagazine van Nederland. Ook komt er een speciale webpagina waar alle winnaars worden vermeld. Deze pagina wordt actief gepromoot op de online kanalen van ACSI.

#### Kristallen award en oorkonde

De winnaars krijgen een mooie kristallen ACSI Award en een oorkonde. Beiden kunnen door de camping met trots getoond worden bij de receptie. Zo is het voor iedere campinggast direct zichtbaar dat de camping een prestigieuze ACSI Award-winnaar is.

## Stemmen werven met de promotiekit

ACSI promoot de mogelijkheid om te stemmen via haar online kanalen. Maar campings kunnen ook zelf hun winkansen vergroten door stemmen te werven bij gasten en volgers. Hierbij kan gebruikgemaakt worden van de gratis promotiekit. Hierin zit promotiemateriaal zoals een online banner, een opzet voor een bericht op social media en een flyer voor bij de receptie. Scan de QR-code, download de promotiekit en ga vandaag nog aan de slag!



## Dit zijn de categorieën van de ACSI Awards 2025

In 2025 worden er ACSI Awards uitgereikt in onderstaande categorieën. Bij de eerste twee categorieën telt het totaal aantal stemmen dat de camping, verdeeld over alle categorieën, ontvangt. Bij de overige negen categorieën telt het aantal stemmen dat de camping specifiek in die categorie ontvangt.

- |                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p> <b>Beste camping</b><br/>Camping met het hoogste totaal aantal stemmen in één land.</p>                                                                    | <p> <b>Meest hondvriendelijke camping</b><br/>Op deze camping zijn trouwe viervoeters meer dan welkom. Voor de hond is het ook vakantie.</p>           |
| <p> <b>Beste kleine, fijne camping</b><br/>Kleine camping (max. 50 toerplaatsen) waar in alle rust genoten kan worden van de natuur.</p>                       | <p> <b>Camping met de mooiste ligging</b><br/>Deze camping ligt op een prachtige plek, vlak bij bos, water, stad of bergen. De ligging is perfect!</p> |
| <p> <b>Leukste camping voor kinderen</b><br/>Kinderen hebben de tijd van hun leven op deze camping vanwege de speelvoorzieningen en fantastische animatie.</p> | <p> <b>Beste campingrestaurant</b><br/>Gasten kunnen hier uitstekend eten in het campingrestaurant. Het eten is heerlijk en de bediening is super.</p> |
| <p> <b>Mooiste campingzwembad</b><br/>Kampeeders liggen het liefst de hele dag in dit prachtige zwembadparadijs.</p>                                           | <p> <b>Camping met het beste sanitair</b><br/>Het sanitair op deze camping springt er echt bovenuit, het is schoon en modern.</p>                      |
| <p> <b>Beste fietscamping</b><br/>Vanaf deze camping is de omgeving goed te ontdekken op de fiets.</p>                                                         | <p> <b>Beste wandelcamping</b><br/>Kampeeders trekken hun wandelschoenen aan voor de mooiste wandeltochten.</p>                                        |
| <p> <b>Beste camperplaatsen</b><br/>Deze camping heeft alles voor campers. De beste plekken en alle voorzieningen zijn binnen handbereik.</p>                  |                                                                                                                                                                                                                                             |



# ACSI Awards van start

## Terugblik: het ACSI Awards Event 2024 in Andelst

De meeste winnaars van een ACSI Award of eervolle vermelding worden door een ACSI-inspecteur verrast met hun prijs. Maar ook dit jaar reikte ACSI-CEO Ramon van Reine zelf een aantal prijzen uit. Op 16 april ontving hij campingeigenaren uit Nederland, België en Luxemburg op het ACSI-kantoor in Andelst. Ruim 40 genomineerde campings uit de Benelux waren aanwezig tijdens het ACSI Awards Event. Onder het genot van een feestelijke lunch werden de winnende campings in het zonnetje gezet. Naast de awards zijn er ook eervolle vermeldingen uitgereikt aan campings die veel stemmen kregen, maar net niet in aanmerking kwamen voor een ACSI Award.



1



2



3



4



5



6



7

1. Alle aanwezige winnaars uit de Benelux op de foto voor het ACSI-kantoor | 2. De kristallen ACSI Award 2024 | 3. Recreatiepark De Leiestert is uitgeroepen tot Beste Camping van Nederland (v.l.n.r. Sophie Hermans, Danique Vermeere en Julia van Deursen)  
4. Laura Bastiaens en Ruben Raemaekers van Camping Jocomo Park op de foto met Ramon en Sabine van Reine | 5. Fenna Nooijen verzorgde de muzikale omlijsting | 6. Eervolle vermeldingen 2024 | 7. Het was een drukbezochte en succesvolle middag



# De kracht van regiopromotie

Campings kiezen er vaak voor om hun eigen locatie te promoten, maar ook een samenwerking met de regio kan aanzienlijke voordelen opleveren. Wanneer de aantrekkingskracht van een regio toeneemt, groeit immers vaak ook de vraag naar overnachtingsplekken in die regio. Hier kunnen campings van profiteren. ACSI laat zien hoe campings kunnen bijdragen aan de promotie van hun toeristische regio en geeft voorbeelden van diverse strategieën en acties om dit vorm te geven.

## Kans voor groei en ontwikkeling

Regiopromotie is voor campings een unieke kans om niet alleen zelf te groeien, maar om ook bij te dragen aan de groei en ontwikkeling van de omringende gemeenschap en toeristische regio. Door actief betrokken te zijn bij de promotie van de regio, kunnen campings hun gasten een volledige ervaring bieden die verder reikt dan enkel de faciliteiten en diensten van de camping zelf. Het samenwerken met lokale partners en de deelname aan regionale initiatieven vergroot niet alleen de naamsbekendheid van de camping, maar draagt ook bij aan de aantrekkelijkheid van de regio als geheel. Samenwerkend is er een veel grotere doelgroep te bereiken en kunnen grootschaligere acties worden opgezet. Dit resulteert vaak in een toename van het aantal boekingen, een hogere klanttevredenheid en herhaalboekingen.

## Camping aan het woord:

### 50plus Campingpark Fischeing

Bernd Pfandl, eigenaar van 50plus Campingpark Fischeing, gelooft sterk in de kracht van regiopromotie. 'Door samen te werken met lokale bedrijven, zoals kaasmakers en wijnboeren, kunnen we onze gasten iets bijzonders bieden; authentieke producten die rechtstreeks uit onze regio komen. Dit maakt

het verblijf voor onze gasten niet alleen aangenamer, maar ondersteunt ook de lokale economie. We zijn daarnaast actief in toeristische netwerken en nemen deel aan gezamenlijke marketingcampagnes om Stiermarken als vakantiebestemming te promoten. Naast het organiseren van culturele evenementen op onze camping, zoals muziekavonden

en wijnproeverijen, bieden we onze gasten ook aantrekkelijke aanbiedingen voor nabijgelegen attracties en activiteiten, zoals rondleidingen bij lokale producenten en bezoeken aan historische locaties. Zo krijgen onze gasten de kans om de cultuur en natuur van onze regio echt te ervaren.' De inspanningen hebben volgens Pfandl al veel opgeleverd. 'We

zien een grotere gasttevredenheid, meer herhaalbezoeken en we hebben sterke partnerschappen opgebouwd met andere regionale spelers. Bovendien dragen we door duurzaamheidsinitiatieven met regionale milieuorganisaties bij aan verantwoord toerisme, iets waar we als camping trots op zijn. Voor ons is het duidelijk dat actieve deelname aan regiopromotie

een investering is die zich terugbetaalt. We kijken dan ook met veel enthousiasme uit naar onze samenwerking met ACSI, waar we als regio gastheer zijn van de ACSI FreeLife TestTour 2025 en zijn benieuwd welke nieuwe kansen dit zal brengen voor onze camping en de regio.'



Campofelice Camping Village was een van de deelnemende campings bij de TestTour Ticino in het voorjaar van 2024.

## Strategieën voor effectieve regiopromotie voor campings

**Campings kunnen dus een cruciale rol spelen in het bevorderen van de aantrekkelijkheid van hun regio. Dit leidt tot een win-winsituatie waarbij zowel de camping als de regio floreert. Hieronder worden enkele effectieve strategieën uitgelicht om de regio optimaal te promoten:**

### Samenwerkingen met lokale ondernemers:

door partnerschappen aan te gaan met lokale restaurants, recreatiebedrijven en andere ondernemers kunnen campings gezamenlijke arrangementen en kortingsacties aanbieden aan hun gasten. Dit stimuleert gasten om lokale voorzieningen te benutten, wat zowel de lokale economie als de gastenervaring ten goede komt.

### Deelname aan regionale evenementen:

actieve deelname aan regionale markten, festivals en andere evenementen trekt niet alleen bezoekers naar de regio, maar vergroot ook de naamsbekendheid van de camping. Door aanwezig te zijn

op deze evenementen, kunnen campings direct inspelen op de behoeften en interesses van potentiële bezoekers.

### Gebruik van digitale media:

het delen van inspirerende blogs, foto's en video's via sociale media en de campingwebsite is een krachtige manier om de natuur en unieke kenmerken van de regio onder de aandacht te brengen. Dit verhoogt de online zichtbaarheid en kan een breed publiek aanspreken, waardoor de regio aantrekkelijker wordt voor potentiële gasten.

### Informatieve gastenbrochures en welkomstpakketten:

het aanbieden van gedetailleerde

gastenbrochures en welkomstpakketten met informatie over lokale attracties en kortingsbonnen is een effectieve manier om gasten te stimuleren de omgeving te verkennen. Dit vergroot hun beleving en waardering voor de regio, terwijl het ook bijdraagt aan de lokale economie.

### Samenwerkingen met toeristische organisaties:

door samen te werken met regionale toeristische organisaties en vermeld te worden in toeristische gidsen, kunnen campings hun zichtbaarheid en aantrekkelijkheid aanzienlijk vergroten. Dit opent de deur naar een breder publiek en zorgt voor een constante stroom van nieuwe bezoekers.

### Organisatie van excursies en tours:

campings kunnen zelf excursies en tours organiseren, zoals wandel- en fietstochten, die gasten de kans geven om actief kennis te maken met de natuurlijke en culturele rijkdommen van de regio. Dit verhoogt niet alleen de tevredenheid van de gasten, maar draagt ook bij aan hun betrokkenheid bij de regio.

### Promotie en verkoop van lokale ambachten en producten:

door lokale ambachten en producten aan te bieden, kunnen campings de gasten een authentieke ervaring bieden. Het organiseren van educatieve programma's zoals kookworkshops en natuurgidswandelingen voegt

hier een extra dimensie aan toe, waardoor de regio nog aantrekkelijker wordt.

### Deelname aan media- en publiciteitscampagnes:

actieve deelname aan mediacampagnes en publiciteitsinitiatieven helpt om de regio op de kaart te zetten en een breed publiek te bereiken. Dit kan leiden tot een toestroom van nieuwe bezoekers die op zoek zijn naar een authentieke vakantie-ervaring. Zij komen in eerste instantie dan niet voor de camping zelf, maar zien de camping als vertrekpunt om de regio te ontdekken.



### Regio aan het woord: Zwitserland Toerisme

Janine Nijlant, Key Accountmanager en Projectmanager voor exclusieve marketingactiviteiten bij Zwitserland Toerisme Benelux, deelt haar inzichten over de betekenis van regiopromotie. Volgens haar speelt regiopromotie een cruciale rol voor Zwitserland. 'Naast het promoten van Zwitserland als algemene vakantiebestemming, richten we ons ook op het onder de aandacht brengen van specifieke regio's en campings. Ons kantoor ontwikkelt elk jaar marketingideeën die aansluiten bij de Nederlandse markt en onze Zwitserse partners, met een speciale focus op kamperen.'

In 2023 kozen ongeveer 25.000 Nederlanders voor een kampeervakantie in Zwitserland, wat volgens Nijlant een bredere trend aantoont van Nederlandse vakantiegangers die voorkeur geven aan nabijgelegen Europese bestemmingen vanwege inflatie en reisgemak.

Zwitserland Toerisme en ACSI weten elkaar al jaren te vinden als het gaat om de promotie van specifieke regio's zoals het Berner Oberland en Ticino. Nijlant legt uit: 'In mijn rol ben ik verantwoordelijk voor het voorstellen van samenwerkingen en het opstellen van reisprogramma's

met onze partners en ACSI. De samenwerking met ACSI brengt de regio's en campings bij de juiste doelgroep en is gebaseerd op wederzijdse transparantie voor het beste resultaat. Voorbeelden hiervan zijn onder meer de wintercampingpromotie die zich richt op het bevorderen van campings als aantrekkelijke bestemmingen tijdens het winterseizoen en de ACSI FreeLife TestTours in Ticino en Bern.'

Als concreet voorbeeld blik Nijlant terug op de ACSI FreeLife TestTours waar Zwitserland aan deelgenomen heeft. 'In augustus 2021 vond de TestTour plaats in het Zwitserse Berner Oberland, een regio die bekendstaat om zijn indrukwekkende uitzichten op de eeuwige sneeuw. De partners in dit project, waaronder Volvo Car Nederland, de Erwin Hymer Group, Flyer Bikes en het Zwitsers Verkeersbureau, hebben hun krachten gebundeld voor een waardevolle uitwisseling van kennis en middelen. Deze gezamenlijke inspanning droeg aanzienlijk bij aan de promotie van zowel de regio als de deelnemende campings.'

Afgelopen voorjaar reisde de ACSI FreeLife TestTour af naar Ticino, een regio die bekend staat om zijn mediterrane klimaat en prachtige meren. De samenwerking met partners zoals Eriba,

Dethleffs, Volvo, Zwitserland Toerisme, Ticino en Ascona-Locarno benadrukte wederom de waarde van gezamenlijke promotie en de synergie tussen verschillende stakeholders.

'De geproduceerde content van

deze TestTour was van hoge kwaliteit en een van de meest bekeken op onze socialmedia-kanalen. Het voordeel voor campings is dat zij deze content ook zelf mogen gebruiken. Dit biedt hen de mogelijkheid om de hoogwaardige beelden en video's te integreren

in hun eigen marketingmateriaal, wat de zichtbaarheid van hun camping vergroot en de aantrekkelijkheid van de regio verder onder de aandacht brengt' aldus Nijlant.



De ACSI FreeLife TestTour 2021 vond plaats in het Berner Oberland. Samen met Zwitserland Toerisme Benelux en andere partners is de pracht en praal van deze regio in de schijnwerpers komen te staan.

## ACSI FreeLife TestTour als ideale regiopromotie

### ACSI FreeLife Magazine

ACSI brengt acht keer per jaar een kampeertijdschrift uit voor Nederlandse en Vlaamse kampeers. ACSI FreeLife magazine informeert de lezer over alle ontwikkelingen in de kampeerwereld, inspireert met mooie reisbestemmingen en test de nieuwste kampeerartikelen, campers, caravans en auto's. Jaarlijks wordt er een ACSI FreeLife TestTour georganiseerd, waarbij vier testteams met een gloednieuwe camper of auto met caravan op pad gaan in een Europese regio.



Rianne van Ommeren

### Unieke en persoonlijke ervaringen

Rianne van Ommeren is namens ACSI projectleider

van de ACSI FreeLife TestTour en verantwoordelijk voor de organisatie. 'De TestTour is een project dat draait om de kampeerbeleving van echte kampeers. Verschillende testteams gaan een of twee weken op reis naar een toeristische regio met een gesponsorde auto en caravan of camper. De testteams doen activiteiten die passen bij hun interesses. Zo gaan levensgenieters lekker wijn proeven en een gezin mag naar een leuk attractiepark.'

Het unieke van dit project is dat er een kampeerreis gemaakt wordt met echte kampeers. 'Mensen zoals jij en ik, met ervaring in het campingleven, die graag vertellen voor de camera. Zonder script laten we de teams hun avonturen delen, waardoor de beelden en verhalen authentiek en persoonlijk zijn. Als kijker en lezer leef je mee met het team en beleef je de reis door hun ogen.'

De ACSI-crew begeleidt de TestTour ter plaatse, maakt video's en foto's, en schrijft alle belevenissen van de teams op.

Vervolgens wordt in de maanden na de TestTour deze content gepubliceerd in het ACSI FreeLife-magazine en op de digitale kanalen van ACSI.

### Verschillende publicatiekanalen voor maximale exposure

'Tijdens de TestTour maken we inspirerende video's die op ons groeiende YouTube-kanaal worden geplaatst. Daarnaast promoten we de TestTour via onze socialmedia-kanalen op Facebook en Instagram en sturen we nieuwsbrieven naar onze abonnees. In meerdere edities van ACSI FreeLife magazine plaatsen we artikelen over de TestTour en de verhalen en video's zijn ook te bekijken op [acsifreelife.nl](https://www.acsifreelife.nl). Via onze digitale kanalen bereiken we met de TestTour-content al gauw meer dan 2,5 miljoen kampeers.'

### Samenwerkingen en regionale betrokkenheid

Tijdens de ACSI FreeLife TestTour werken verschillende partners, waaronder een regiopartner of campingfederatie, caravan- en camperpartner en een automerk,

samen. Ook andere partijen, zoals fiets- of barbecue merken, kunnen hierbij aanhaken. Een camping kan op zichzelf niet deelnemen aan de TestTour. 'Het is niet zo dat een camping zich kan aanmelden en dat de testteams daar dan komen overnachten. De TestTour trekt door een regio en in overleg met de regiopartner worden campings uitgekozen om te overnachten. Als een camping een samenwerkingsverband heeft met de regio of gezamenlijk een voorstel indient om de TestTour naar hun regio te halen, dan kan de invloed op de te kiezen overnachtingsplekken uiteraard vergroten.'

### Een programma op maat

'Wanneer een TestTour-samenwerking tussen ACSI en een regiopartner of campingfederatie van start gaat, stellen we in overleg een programma op. We zorgen ervoor dat de testteams geschikte activiteiten doen waarmee de highlights van de regio uitgelicht worden. Ook kijken we samen op welke campings de testteams het beste kunnen verblijven. Door je als camping en regio te

verbinden aan de TestTour, bereik je veel kampeers in Nederland en Vlaanderen die mogelijk geïnteresseerd zijn in een bezoek aan jouw regio.'

De ACSI FreeLife TestTour biedt een unieke kans om kampeers te inspireren en regio's en campings op een aantrekkelijke manier onder de aandacht te brengen. Daarnaast zijn er binnen ACSI regiopakketten beschikbaar. Voor meer informatie hierover kan contact worden opgenomen met ACSI FreeLife-accountmanager Margriet Harteman.



Margriet Harteman  
Accountmanager ACSI FreeLife  
+31 (0)488 79 28 48  
[mharteman@acsi.eu](mailto:mharteman@acsi.eu)



# Wat kost een glampingtent of mobilehome?

De afgelopen jaren is er een trend zichtbaar in de Europese campingbranche. Steeds meer campings kiezen ervoor om accommodaties te plaatsen. De verhuur hiervan heeft vaak een grotere marge en levert meer omzet op dan het verhuur van kampeerplaatsen. Maar waar komen deze accommodaties vandaan en wie produceert ze? ACSI zet een aantal populaire Europese leveranciers op een rij en schetst een beeld van de kosten.

## Outstanding Tent | Barneveld | Nederland

Het in Nederland gevestigde Outstanding Tent bestaat sinds 2009. Outstanding Tent levert compleet ingerichte safaritenten en glampinglodges in ruim 50 landen. Dit doen zij in samenwerking met diverse touroperators.

Bij het Barneveldse bedrijf verkopen ze safaritenten en glampinglodges. Het populairste product van Outstanding Tent zijn de modellen van 35 á 40 m<sup>2</sup>. Deze modellen zijn geschikt voor 4-6 personen en bevatten sanitair. 'De vraag naar luxe en een bijzondere beleving neemt al jaren toe. Wij voegen steeds meer

luxe en bijzondere opties toe aan onze producten, bijvoorbeeld het speelnets en de kindertent boven het terras van onze Ranger-lodge', vertelt Robin van Kooten, directeur van Outstanding Tent. Outstanding Tent heeft een brede prijsrange aan accommodaties, omdat de grootte kan variëren van 7 tot 63 m<sup>2</sup>.

Een basismodel voor vier personen is verkrijgbaar vanaf € 20.000 exclusief BTW. De levertijd van de producten is ongeveer 10 weken voor gemiddeld € 15.000 leverkosten. Duurzaamheid staat ook hoog op de agenda bij Outstanding Tent: 'Wij hechten hier veel waarde aan, zo zijn we

momenteel bezig met het ontwikkelen van een volledig circulaire accommodatie', aldus Van Kooten.

Lees meer over Outstanding Tent op [www.outstandingtent.nl](http://www.outstandingtent.nl)



De safaritenten van Outstanding Tent zijn o.a. te vinden op Camping Torre de la Mora, gelegen in het Spaanse Tarragona.



## Adria | Črnomelj | Slovenië

Ook het in Slovenië gevestigde Adria Dom d.o.o. uit Črnomelj is opgericht in de jaren 2000: in 2002, om precies te zijn. Het overkoepelende Adria Group bestaat echter al bijna zestig jaar. Adria Dom d.o.o. produceert mobilehomes en mobiletents en heeft hiermee zowel in 2022 als 2023 een Red Dot Design Award gewonnen.

Het populairste artikel van Adria verschilt per locatie. Elvis Zagrljača, Marketing Communications manager bij Adria vertelt: 'In het Adriatische gebied zijn de MLine- en SLine-series voor 4 of 6 personen het populairst, terwijl in Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland en de Benelux juist de Aurora-serie het meest populair is vanwege de all-season-eigenschappen. Daarnaast is er groeiende vraag naar producten van betere kwaliteit, vooral in Kroatië, waar resorts willen upgraden naar 5 sterren.'

Adria verkoopt mobilehomes en mobiletents. Het instapmodel, de eerder genoemde SLine-serie, begint bij € 20.000 (exclusief onder andere BTW, transport en plaatsing). De vanafprijzen kan variëren op basis van afmetingen, indeling en extra opties. De levertijd van de producten is ongeveer drie maanden vanaf bestelling

of ongeveer 4 weken als het product op voorraad is, plus tijd voor transportvergunningen. Zodra de vergunningen zijn verkregen, duurt de levering in bijvoorbeeld de regio Venetië meestal een dag.

De leveringskosten zijn afhankelijk van diverse factoren zoals de afmetingen van het product, het aantal eenheden per vrachtwagen en het aantal afgelegde kilometers. De levering van een stacaravan van 8x3m naar Venetië kost bijvoorbeeld ongeveer € 800, terwijl een stacaravan van 8x4m ongeveer € 2.500 kost.

'In de DACH-regio en de Benelux is vooral meer vraag naar duurzame producten die weinig energie verbruiken, als gevolg van EU-regelgeving en subsidies', vertelt Zagrljača. 'Duurzaamheid is een kernonderdeel van onze strategie. In september introduceren we de nieuwe MLine Pure

stacaravan met onze innovatieve AWT (Adria WoodFrame Technology) wandconstructie, die verschillende isolatiematerialen mogelijk maakt. Daarnaast introduceren we het modulaire MHGreen-concept. De recyclebaarheid van onze producten varieert van 56 % tot 87 % voor het model MLine Pure, met een doel van 100 % recyclebaarheid voor MHGreen.'

Lees meer over Adria op [www.adria-home.com](http://www.adria-home.com)



De SLine-serie van Adria.





De Comet-safaritent van YALA.

## YALA | Emmeloord | Nederland

Het in Nederland gevestigde YALA uit Emmeloord bestaat sinds 2009. Waar het bedrijf voorheen bestond onder de naam Luxetenten.com, is de naam sinds 2020 gewijzigd in YALA luxury canvas lodges. Dit reflecteert de internationale afzetmarkt van deze leverancier.

Yala verkoopt safaritenten en glampinglodges. De standaardmodellen zijn de Comet-safaritent (compact en robuust) vanaf € 5.550 voor 2-5 personen en de Dreamer Lodge (familieaccommodatie) vanaf € 10.433 voor 4 tot 12 personen. Dit zijn ook de populairste YALA-producten.

YALA heeft diverse modellen beschikbaar die uit voorraad leverbaar zijn. Tenten die niet voorradig zijn hebben een levertijd van 6 tot 8 weken. Daarnaast levert YALA high-end tenten zoals de Eclipse en Aurora, welke naar wens aan te passen zijn. Deze exclusieve tenten hebben een gemiddelde levertijd van 4 tot 5 maanden.

'We merken dat vanuit opdrachtgevers steeds meer

vragen komen over duurzaamheid, energiebesparing en winterharde oplossingen. Deze vragen komen voort uit de energietransitie en een streven naar meer comfort voor gasten. De consument wil graag een luxueuzere glampingervaring waarbij de nadruk steeds meer ligt op natuur, rust, ruimte en privacy', aldus Carolien Leeraar, Accountmanager bij YALA. 'Onze verduurzamingsspecialist

geeft advies over energie-efficiëntie, en op het gebied van isolatie hebben we niet stilgezeten. Daarom hebben we de Luna ontwikkeld: een winterharde tent met vaste geïsoleerde voorgevel, vaste toegangsdeur en dubbeltentdoek om warmteverlies te minimaliseren.'

Lees meer over Yala op [www.yalacanvaslodges.com](http://www.yalacanvaslodges.com)



## Letniskowo | Białystok | Polen

Het Poolse Letniskowo bestaat sinds 2013. Bij dit bedrijf uit Białystok worden diverse soorten stacaravans geproduceerd voor Letniskowo en het merk JB Homes. Van tijdelijke woningen voor werknemers tot (zeer) luxe mobilehomes. Het bedrijf levert deze vakantiewoningen in zestien verschillende Europese landen.

De prijs van de mobilehomes van Letniskowo hangt af van de grootte, uitrusting en extra opties van de vakantiewoning. De stacaravans zijn gebouwd met een staalconstructie en PUR-isolatie. Letniskowo heeft een brede prijsrange. Zo kost de Whisper-accommodatie (2-3 personen) van 8,0 x 3,20 meter € 35.000 netto, terwijl de premiumaccommodatie Silver Moon van JB Homes (13,3 x 4,3 meter, 4 tot 6 personen) ongeveer € 96.000 netto kost.

De gemiddelde leverprijs van de mobilehomes binnen bijvoorbeeld Duitsland is € 7.000 tot € 9.000. Voor internationale leveringen verschillen de leveringskosten, afhankelijk van de afstand en specifieke transportvereisten. De levertijd is meestal ongeveer drie maanden vanaf het moment van bestelling, afhankelijk

van de huidige productiebelasting en de leveringslocatie.

Het populairste product van Letniskowo is het eerder genoemde Silver Moon-model (zie foto). Deze luxe stacaravan combineert een elegant ontwerp met functionaliteit en comfort. Dit maakt het model geliefd onder individuele kopers en resorts. Glamping is dan ook een toenemende trend onder klanten van Letniskowo, net als energie-efficiëntere stacaravans met bijvoorbeeld warmtepompen en mobilehomes met unieke ontwerpen. Piotr Chamienia, Marketing Manager bij Letniskowo vertelt: 'Duurzame ontwikkeling is een prioriteit voor ons. We gebruiken milieuvriendelijke materialen, energiezuinige oplossingen en zorgen voor minimaal productieafval. Bovendien zijn onze

mobilehomes aangepast voor de installatie van zonnepanelen, waardoor het gebruik van hernieuwbare energiebronnen mogelijk is.'

Lees meer over Letniskowo op [www.letniskowo.eu](http://www.letniskowo.eu)



De Silver Moon van JB Homes is de premiumaccommodatie van Letniskowo.

### Colofon

#### Uitgave

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

**Directie:** Ramon van Reine | **Hoofredactie:** Frank Jacobs | **Coördinatie/Eindredactie:** Bram Kuhnen, Robin Peeters

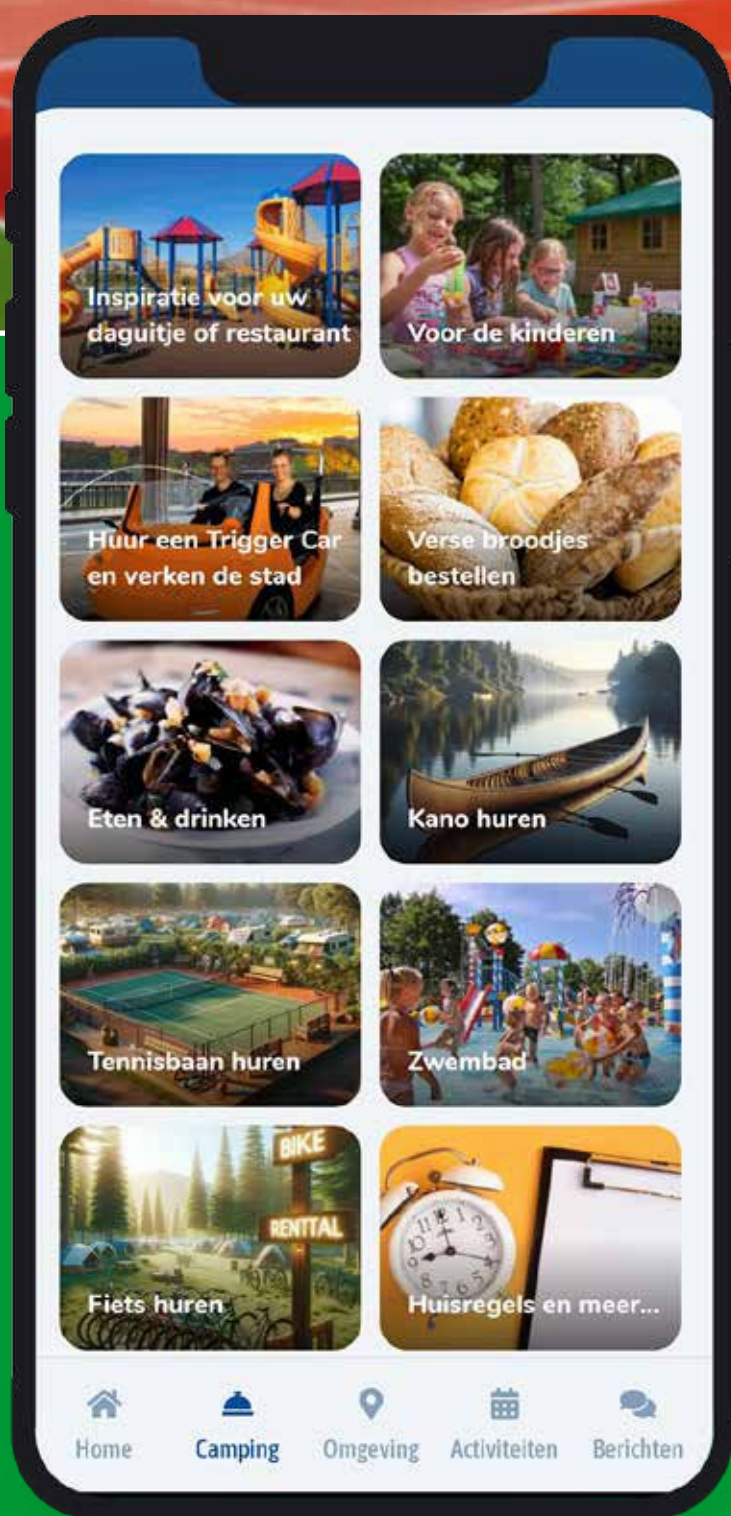
**Redactie:** Laura ten Barge, Lisette van Bommel, Julia Koenen, Marieke Krämer, Laura Mestrum, Bianca van Steenberg

**Advertentieverkoop:** Salesafdeling ACSI | **Beeldredactie:** Amber van Houdt, Maurice van Meteren, Erik Spikmans | **Vormgeving:** Marloes Buijs, Peter Dellepoort, Rein Driessens, Mariëlle Rouwenhorst-Küper, Daniël Uleman, Tina van Welie | **Layout:** Rein Driessens

**Drukwerkbegeleiding:** Ronnie Witjes | **Druk:** Rodi Rotatiedruk



# camping comfort



## De gasten-app van Europa

- **NIEUW:** Recreatie en Google Calendar integratie voor activiteiten
- **NIEUW:** Custom made app voor campings en ketens in eigen huisstijl mogelijk
- **NIEUW:** reserveringsmodule voor activiteiten
- Automatisch in de taal van uw gast
- Brood en snacks bestellen
- Pushberichten naar uw gasten sturen



Voor meer informatie bekijk onze website

SCAN MIJ

Bezoek ons op de **Recreatie Vakbeurs** in Hardenberg op 12, 13 & 14 november 2024, stand: 480