

ACSI: kampeermarkt volop in verandering

25-11-2015 08:49

Ramon van Reine, directeur van ACSI (kampeergidsen), ziet de kampeermarkt sterk veranderen. De jongere generatie is veel avontuurlijker en minder trouw aan één camping. Daarmee loopt ook de gemiddelde verblijfsduur terug. Van een teruggang van de kampeermarkt wil Van Reine niets weten: "Er zijn juist volop kansen voor bedrijven die inspelen op de veranderende marktomstandigheden."



[caption id="attachment_39709" align="alignright" width="160"]

Ramon van

Reine[/caption] Van Reine hield zijn betoog tijdens de Nationale Netwerklunch, georganiseerd door [Pleisureworld](#) tijdens de eerste dag van de recreatiebeurs Welcome in Gorinchem. **Kamperen wordt avontuurlijker** Van Reine: "De doelgroep die elk jaar naar dezelfde camping gaat en daar ook langere tijd verblijft, wordt steeds kleiner. De nieuwe generatie is veel minder loyaal en wil vooral van alles beleven. De activiteiten die je op en rond de camping kunt doen, worden dan ook steeds belangrijker. Ondernemers zullen harden hun best moeten doen om bijzondere activiteiten aan te bieden en voor het voetlicht te krijgen. De nieuwe generatie kampeers kiest steeds vaker voor bijzondere accommodaties en een goed werkend internet is een absolute must." Ook de trends naar meer luxe en comfort wordt door Van Reine benoemd: "Waarom bieden campings eigenlijk geen hotelservice?" Ook over de omvorming van campings naar bungalowparken ziet Van Reine een kentering in de markt: "We zien dat de eerste ondernemers in Europa inmiddels spijt krijgen van de grote investering in bungalows. Campings op een goede locatie en met een goed concept kunnen een super business draaien." "Wifi berekening: Op een camping met 500 plaatsen kunnen er zo'n 1500 apparaten gebruik aken van het WiFi netwerk. Daarvoor is een capaciteit nodig van 2400 megabit per seconde." **Profielen van doelgroepen** Het optimaliseren van de bezetting is voor veel bedrijven een grote puzzel. Wie zich op de (grote) groep gezinnen richt is vooral gebonden aan de schoolvakanties. Gepensioneerden zijn ideaal om de laagseizoenen op te vullen. Die zijn immers veel flexibeler in hun tijdsbesteding. Wat betekent dat voor het profiel dat je neerzet van je bedrijf? De ACSI maakt gebruik van profielen van de verschillende doelgroepen die campings bezoeken. **Gepensioneerden**

- - Toenemend aantal overnachtingen in het laagseizoen
- - Goed vakantiebudget
- - Minder behoefte aan faciliteiten
- - Verwachten goede horeca
- - Eigen caravan, camper of vouwwagen

[caption id="attachment_39710" align="alignright" width="287"]



Sanitairgebouw op camping De Pampel; een

onderscheidende gezinsvoorziening[/caption] **Families**

- - Minder overnachtingen
- - Goed budget
- - Grote wensen t.a.v. voorzieningen
- - Gemiddelde wensen t.a.v. horeca.
- - Minder eigen kampeermiddelen

Conclusie

Van Reine concludeert dat veel campings de bakens nog moeten verzetten om goed in te kunnen spelen op de veranderende klantwens. Dat betekent o.a. een zoektocht naar nieuwe verdienmodellen, waarbij (goede) horeca in opkomst is. Maar ook het verleiden van je gasten met bijzondere belevenissen en accommodaties hoort bij de nieuwe succesformule voor de camping. Meer informatie: www.acsi.eu

Redactie