

Vacanceselect camping- en glampingonderzoek 2018

15-06-2018 10:26

De medekampeerders, en met name de buren, zijn een grote factor voor het slagen van een vakantie op de camping. Dit blijkt uit het Nationaal Camping- en Glampingonderzoek 2018, in opdracht van Vacanceselect. Hieraan deden bijna achthonderd respondenten mee en dit werd uitgevoerd door marktonderzoekbureau



Markteffect.

Zo'n 55% van de onderzochte Nederlanders beoordeelt het contact met de medecampingbewoners als zeer positief en zegt gedurende het verblijf spontaan vriendschappen te sluiten. Tegelijkertijd zijn de medekampeerders soms reden tot klagen. 64% van de respondenten heeft namelijk soms last van lawaai van de buren of hun kinderen, omdat deze het té gezellig hebben met elkaar. Ook de meegereisde hond is zo af en toe een te grote stoorzender (38%). Ander opvallend resultaat is, dat Nederlanders tegenwoordig de vergelijkbare luxe van thuis zoeken ín of bij een campingaccommodatie. De aanwezigheid van een vaatwasmachine is voor bijna één derde van hen een must én reden om meer te betalen voor een campingverblijf. Hetzelfde geldt voor een goede internetverbinding, die door meer dan veertig procent als zeer belangrijk wordt gewaardeerd. Daarnaast mogen services te vergelijken met een hotel, zoals ontbijt, regelmatig schoon bedlinnen en handdoeken zich verheugen op een groeiende belangstelling van de kampeerder. Bijna één vijfde (negentien procent) zou hier zelfs meer voor betalen. Bijna veertig procent (38%) van de ondervraagden heeft ooit al eens een luxe vorm van kamperen, een zogenaamde glampingvakantie, beleefd. Zo'n tachtig procent zegt nu bekend te zijn met de term glamping. Dit Nationale Camping- en Glampingonderzoek wordt door Vacanceselect om de twee jaar uitgevoerd. **Seksgeluiden** Nederlanders hopen vooral een camping aan te treffen, waarbij ze spontaan gebruik kunnen maken van een ligbed bij het zwembad. Maar liefst driekwart (74%) geeft aan zich te irriteren als deze ligbedden worden geclaimd door er handdoeken op te leggen. Daarnaast blijken de buren een grote factor van belang. Bijna de helft (46%) betrappt zichzelf erop regelmatig de buren te becommentariëren. Dit verklaart waarschijnlijk ook het hoge percentage aan bijnamen (negentien procent), dat Nederlanders de campinggenoten geven. Gedrag en uiterlijk vormen hierbij de inspiratiebronnen. Enkele voorbeelden zijn: 'De Atleet', 'Anabole Bassie' en 'Partypoppers'. Zo'n vijftien procent is soms ongewenst toehoorder van seksgeluiden. **Wanneer zeg je 'jij' tegen je medekampeerder?** Nieuw in dit onderzoek is dat dezelfde vragen ook aan Duitse kampeerders zijn voorgelegd. Groot verschil tussen Duitsers en Nederlanders is het moment van tutoyeren. Meer dan veertig procent (41%) doet dit zelfs vanaf het eerste moment. Bij Duitsers ligt dit getal zo'n tien procent lager. Pas als de tegenpartij voorstelt om elkaar met 'jij' aan te spreken, gaat een meerderheid van de Duitse kampeerders (57%) overstag. Bij Nederlanders ligt dit percentage op dit 32%. Duurzaamheid van de camping is voor veel meer Duitsers een belangrijk criterium voor hun campingselectie dan voor Nederlanders. Slechts voor acht procent van onze landgenoten is dit reden om voor een specifieke camping te kiezen. Bij de Duitsers is dit maar liefst een kwart. Onze Oosterburen zijn meer voorzichtig in het delen van vakantie-ervaringen via Social Media. Maar 34% zegt op deze manier de achterblijvers op de hoogte te houden van hun belevenissen. Dezelfde vraag bij de Nederlanders scoort zo'n elf procent hoger. Tenslotte wekt het gebruik van

'Reserveerhanddoeken' op ligbedden bij het zwembad minder ergernis op bij de Duitse kampeerder dan bij de Nederlandse. Bij hen geldt dit gevoel voor iets meer dan de helft van het aantal personen. Bij Nederlanders is dit bijna een kwart meer. Bron: persbericht www.vacanceselect.com/nl

Redactie