

Campingketens bieden ondernemers vooral meerwaarde in innovatie en kwaliteit

13-11-2018 11:06

Meer en meer Europese campings sluiten zich de laatste tijd aan bij ketens, valt ons (red. ACSI) op. Sommige campingeigenaren verkopen hun bedrijf zelfs helemaal aan een campinggroep. Ook neemt het aantal ketens en groepen toe. [caption id="attachment_57548" align="alignright" width="300"]



Nordic camping en

resort[/caption]Campingspecialist ACSI ziet ontwikkelingen en trends in de kampeerbranche natuurlijk snel en van dichtbij. Daardoor viel hen op dat campings in heel Europa zich steeds vaker aansluiten bij ketens. Maar wat streven die ketens na? En met welke strategische keuzes zorgen zij dat de aangesloten campings een zorgeloze toekomst tegemoet gaan? De belangrijkste voor- en nadelen voor het aansluiten van een keten zijn evident. Het kan, dankzij schaalvergroting, zorgen voor minder kosten en voor meer marketingimpact. Maar je levert natuurlijk wel een stukje zeggenschap in. Er zijn voors en tegens. ACSI was vooral nieuwsgierig naar de beweegredenen van de ketens zelf. Waarom willen zij krachten bundelen? **Helder businessconcept** Nordic Camping & Resort is een keten met 25 campings (of resorts) in Zweden. Nils Bornemann is er manager en hij laat weten dat zijn bedrijf grote plannen heeft voor de toekomst. "We willen meer campings aansluiten, maar kijken ook naar mogelijkheden om actief te worden in andere landen." Dat wil Nordic Camping & Resort bereiken met een helder businessconcept, waar ook conferentieruimtes en restaurants deel van uitmaken. De klantervaring is het allerbelangrijkst volgens Nils. Daarom investeert de keten dit jaar 5 miljoen euro in de reeds aangesloten campings." En de keten waarvoor Nils werkt is niet de enige die 'een optimale klantervaring' als strategisch speerpunt heeft. Dat is natuurlijk niet vreemd in een markt waarin veel concurrentie is. Maar onderscheiden op luxe is nauwelijks nog mogelijk en heel veel campings streven tegenwoordig naar een totaalaanbod. Uit een Nederlands onderzoek blijkt ook dat kampeers luxe en comfort steeds belangrijker vinden. Het draait dan dus steeds meer om kwaliteit. **Standaard van morgen** "De luxe van vandaag is de standaard van morgen", zegt Eicke Schüürmann van Leading Campings, een groep met 39 aangesloten campings. Daarom worden er mystery guests ingezet en is er een speciale kwaliteitsmanager aangesteld die ervoor zorgt dat de campings de best mogelijke service bieden aan de klanten van Leading Campings. "Ons doel is eigenlijk om de scheiding tussen kamperen en glamping op te heffen." De ketens en groepen die ACSI sprak volgen allemaal aandachtig nieuwe trends en zijn actief op zoek naar nieuwe concepten op het gebied van vrijetijdsbesteding. Ze richten zich niet zozeer op een specifieke doelgroep: ze willen aanbod creëren voor

verschillende soorten kampeerders. Ook de Italiaanse campings die aangesloten zijn bij Baia Holiday bieden heel veel keuze. Baia Holiday combineert graag kampeerplaatsen, huisjes en hotels op hetzelfde park, bij voorkeur aan zee, in de bergen of bij de beroemdste culturele steden in het land. "Wij willen daarmee een stijgende meerwaarde creëren, ook voor de plaatselijke omgeving," vertelt manager Marco Folli. "In de eerste plaats gaan we de bestaande parken verbeteren en bouwen we aan nieuwe resorts op basis van onze strategie. Daarbij zijn wij scherp op innovatieve en originele mogelijkheden om onze bestaande diensten uit te bereiden en focussen wij ons op nieuwe hospitality-concepten." **Gezamenlijke visie** Met het aansluiten bij een keten kiest een camping dus voor een gezamenlijke visie. Maar ook dat kan verschillen. Sommige ketens hebben alle campings in eigendom, sommige geen enkele en andere een gedeelte van de aangesloten campings. Maar een samenwerking zorgt vrijwel altijd voor daadkracht en kapitaalcracht om te investeren in de toekomst. Zo is de klantenservice en de opleiding van medewerkers een speerpunt bij het eerder genoemde Baia Holiday en de Franse keten Sites & Paysages (in november 2018 is deze keten gefuseerd met Les Castels). Bij Sandaya ligt de komende jaren de nadruk op communicatie en zichtbaarheid. En op groei: tot 2021 wil de keten verdubbelen naar 30 campings en de omzet vergroten naar 150 miljoen euro. **Leading Campings** vindt de dagelijkse kwaliteit erg belangrijk en er zijn ketens die gaan voor een uniform duurzaamheidsbeleid. En vrijwel elke keten noemt de gezamenlijke promotie en marketing als een van de speerpunten. Het is de toekomst waar het om draait bij de ketens en groepen. Er worden grote bedragen geïnvesteerd in de aankoop van bedrijven en in vernieuwingen op de campings. Ze zoeken, met de gedachte 'samen maakt sterker', naar nieuwe manieren om de nieuwe generatie kampeerders naar de camping te krijgen. Met dank aan **Campingspecialist ACSI** ACSI ondersteunt campingondernemers bij het realiseren van boekingen. Van oudsher gebeurt dat via de kampeergidsen en aanwezigheid op beurzen. Inmiddels is ook de online marketing een onmisbaar onderdeel van de marktinstrumenten. Wil je meer weten over de mogelijkheden? ACSI is aanwezig op de recreatie vakbeurs Hardenberg - van 27 t/m 29 november. Meer informatie: www.acsi-media.com