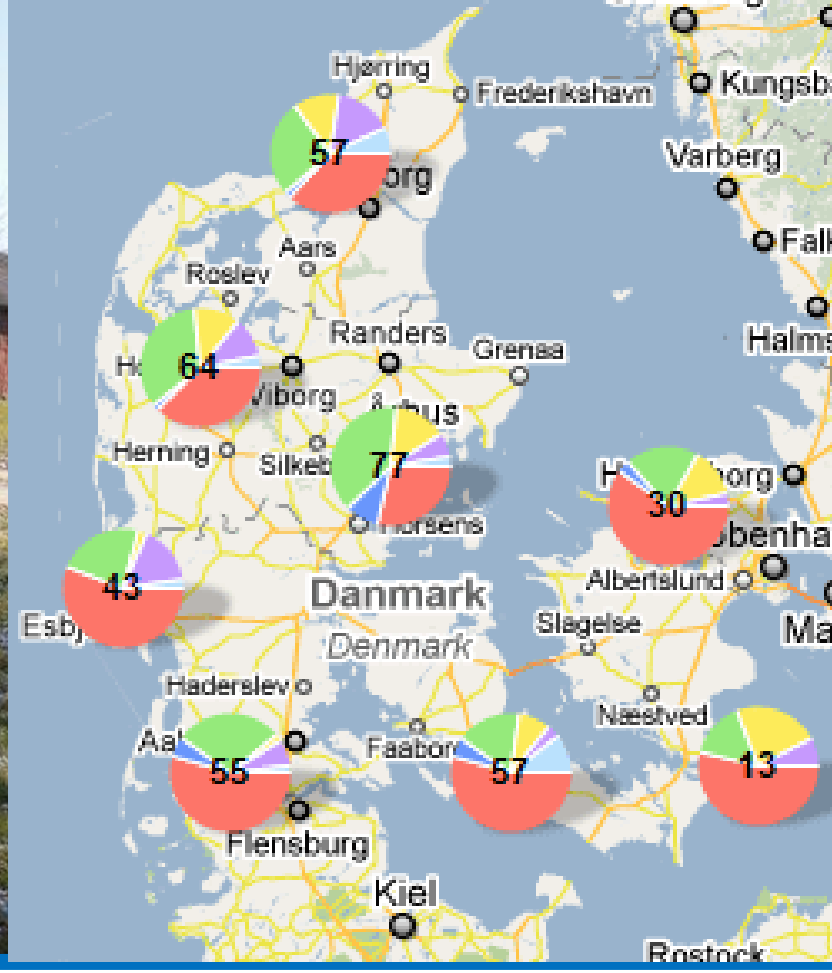


Potentialet for Autocamperturisme – med fokus på landdistrikter

Marts 2014

Videncenter for KYSTTURISME

Potentialet for Autocamperturisme – med fokus på landdistrikter

Marts 2014

Fotos:

AutoCamperRådet: www.autocamperraadet.dk; HvideSande.dk: www.hvidesande.dk; Autocampernyt: www.autocamper-nyt.dk; VisitDenmark; Camperpark Zeeland: http://www.camperparkzeeland.nl/en/plattegrond/ og Jan Bjarnason

Rapporten er udarbejdet for Ministeriet for By, Bolig og Landdistrikter af:

Videncenter for Kystturisme (CKT)
Bredgade 5
6960 Hvide Sande
www.ckt.dk

Videncenter for KYSTTURISME

Indhold

Indledning Side 4

Konklusioner og anbefalinger Side 5

Metode Side 8

Markedsmuligheder Side 10
- Antal autocampere i Europa Side 11
- Antal autocampere i Danmark Side 12
- Autocampere har mange rejsedage t Side 13
- Danske autocampisters ferier i Danmark Side 15
- Foretrukne destinationer Side 16
- Trends Side 17

Karakteristika omkring autocampister Side 18
- Demografi Side 19
- Aktiviteter Side 20
- Europæiske autocampisters døgnforbrug Side 21
- Danske autocampisters villighed til betaling for overnatning Side 22
- Estimering af omsætning af autocamperturisme i Danmark Side 23

Behov for faciliteter og service Side 24
- Overnatningspræferencer Side 25
- Autocampisters generelle behov for faciliteter og serviceydelser Side 26
- Danske autocampisters generelle behov for faciliteter og serviceydelser Side 27
- Danske autocampisters behov for faciliteter og serviceydelser efter pladstype Side 28
- Hvad siger danske kommuner – regler og planer for autocampere Side 29
- Også lokale turistchefer har set på planer for autocampister Side 31

Best practice eksempler fra ind- og udland Side 32
- Tyske ‘Stellplätze’ og ‘TopPlätze’ Side 33
- Camperpark Zeeland, Holland Side 34
- France Passion og Brit Stops Side 35
- Aires de Service, Frankrig Side 36
- Danske eksempler Side 37

Indledning

Turisme er en væsentlig faktor i dansk økonomi, ikke mindst i landdistrikter inklusiv kystområder. Mens turismen i hele Danmark skaber en årlig omsætning på ca. 82 mia. kr. og står bag 120.000 fuldtidsjob, står kyst- og naturturismen i Danmark for 51,5 mia. kr. i samlet omsætning og 71.000 årsværk, inkl. afledte effekter (VisitDenmark 2013). Det er i høj grad landdistrikterne, der er destination for de mange kyst- og naturturister, og som oplever den positive værdi af turismen i form af omsætning i butikkerne, liv i byerne og lokale job.

Lokalt set er opbakningen til turisme derfor også ofte stor. En undersøgelse af lokalbefolkningens holdning til turisme i 20 kystdestinationer har netop påvist, at 89 pct. af lokalbefolkningen finder det positivt at have turisme tæt på bopælen (Videncenter for Kystturisme, 2014). Formår man lokalt set at skabe øget turismeforbrug, viser effekterne sig umiddelbart. Én mio. kr. ekstra i turismeforbrug genererer 1,4 job, 490.000 kr. i værditilvækst og 350.000 kr. i skatteindtægt til stat og kommuner.

Turismen i Danmark – og i særdeleshed kyst- og naturturismen – er imidlertid stærkt udfordret. Rejsemønstrene ændrer sig hastigt i disse år i takt med, at mulighederne bliver større. Destinationer i Danmark er nu i direkte konkurrence med nyanlagte ferieresorts langs den tyske Østersøkyst og med destinationer i hele verden.

Selv om Danmark sammenlignet med vores nabolande har et veludbygget turismeerhverv og et stort antal udenlandske turister, har erhvervet i de senere år været presset. Over en længere tidshorisont har Danmark mistet 27 pct. af alle udenlandske overnatninger ved kysten, mens flere af vores nabolande og Europa generelt har set en stigning i udenlandske overnatninger. Årsager til det danske tab af markedsandele er bl.a. den øgede konkurrence, som bevirker, at Danmark har mistet flere af de traditionelle målgrupper, herunder børnefamilier og campister. Kyst- og naturturismen i Danmark vurderes dog fortsat at have et stort vækstpotentiale og er således et centralt indsatsområde i regeringens vækstplan for turisme.

Derfor er der behov for på mange fronter kontinuerligt at udvikle det danske turismeudbud, så det kan leve op til efterspørgslen efter nye ferieformer, som i stigende omfang præger den støt voksende internationale turisme. Denne rapport adresserer én af disse målgrupper, autocampisterne, som er i stærk vækst i Europa og som er et eksempel på, hvordan forandrede efterspørgselsmønstre udfordrer modne destinationer. Autocampisterne vurderes at have et uudnyttet potentiale i Danmark, som i særdeleshed kan involvere og gavne de danske landdistrikter.

Konklusioner og anbefalinger

Konklusioner og anbefalinger – 1

Denne analyse af ***Potentialet for autocamperturisme – med fokus på landdistrikter*** er udført af Videncenter for Kystturisme for Ministeriet for By, Bolig og Landdistrikter. Analysen giver en række informationer og resultater til inspiration og hjælp for kommuner og andre aktører i landdistrikterne, som arbejder med at udvikle autocamperturisme i deres område.

Undersøgelsen tegner først og fremmest et billede af, at autocamperturismen udgør et stort og voksende marked:

- Antallet af autocampere har været stærkt stigende over de sidste 10-20 år, både i Europa og i Danmark, selv om udviklingen har været bremset af finanskrisen. Ifølge Danmarks Statistik steg antallet af indregistrerede autocampere med en årlig vækstrate på over 24% fra ca. 600 i 1993 15.850 i 2008. Der er over 1,5 millioner autocampere i hele Europa, et tal som pt. øges med ca. 75.000 nye køretøjer pr år.

- Specielt er udviklingen i nabolandene interessant: Med næsten en tredjedel (450.000) af Europas samlede bestand af autocampere i Tyskland, og en årlig stigning på ca. 25.000 køretøjer; Der er over 65.000 autocampere i Sverige med en årlig stigning på ca. 3.500 køretøjer; Selv om bestanden af autocampere i Norge er mere begrænset (ca. 6.000), så er den i stærk vækst med 2.500-3.000 nye køretøjer om året.

Undersøgelsen påviser, at autocamperturisterne er attraktive som målgrupper i landdistrikterne, og at de ikke er krævende, hvad angår faciliteter:

- Autocampister holder langt flere feriedage om året end andre turister og gør det generelt året rundt.

- Autocampister er relativt højtforbrugende og de vil generelt gerne betale for overnatning / faciliteter.

- Autocampister kræver generelt ikke mange faciliteter, idet de til en vis grad er selvforsynende. Generelt er det helt naturligt mulighed for tømning af spildevand og toilet samt påfyldning af vand og adgang til elektricitet, som udgør de vigtigste behov for autocampister. Herudover vil gode faciliteter som adgang til indkøbsmuligheder, restauranter/cafeer, attraktioner, mm. øge appellen af overnatningsstedet.

Konklusioner og anbefalinger – 2

Selv om autocampersegmentet for nuværende er relativt begrænset set i et større turismeperspektiv, så skønnes det på baggrund af de beskrevne markedsmuligheder, at der er potentiale for udvikling af autocamperturisme i Danmark, som kan bidrage til at skabe vækst i bl.a. landdistrikter, herunder kystområder.

Autocampisters nuværende forbrug i Danmark kan konservativt beregnes til omkring 350 mio. kr., genererende ca. 500 fuldtidsjobs.

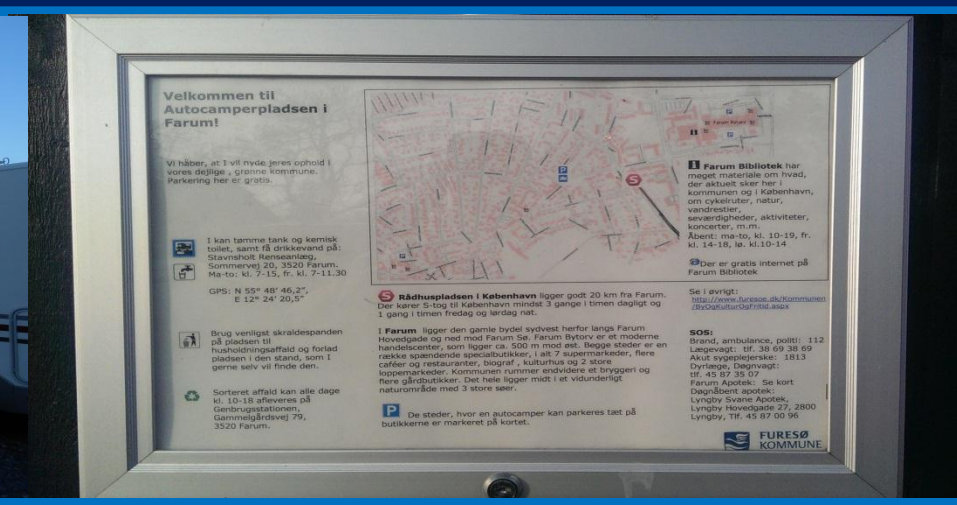
Såfremt der kan skabes øget udbud af faciliteter til autocampisterne, som tilfredsstiller deres behov og som samtidig lever op til forventninger om et passende pris/kvalitetsforhold, vurderer Videncenter for Kystturisme, at autocampisterne rummer følgende vækstpotentiale:

Ved en 25% stigning i antal overnatninger over en 5-årig periode vil der kunne skabes et merforbrug i størrelsesordenen 90-100 mio. kr., som inkl. afledte effekter vil kunne generere 125-140 årsværk.

For at realisere sådan et potentiale, anbefaler rapporten følgende udviklingstiltag:

- Etablering af attraktive autocamperpladser i landsbyer med rig natur og/eller lignende seværdigheder i området, i småskalaform hos private operatører, i større format i samarbejde med lokale campingpladser, lystbådehavne og lignende aktører.
- Skabelse af netværksorganisationer, så det samlede produkt for autocampister forstærkes.
- Kommunal inddragelse af både Campingrådet og AutoCamperRådet i planlægning af nye autocamperpladser og lokalt samarbejde med lokale aktører som campingpladser, lystbådehavne, mm.

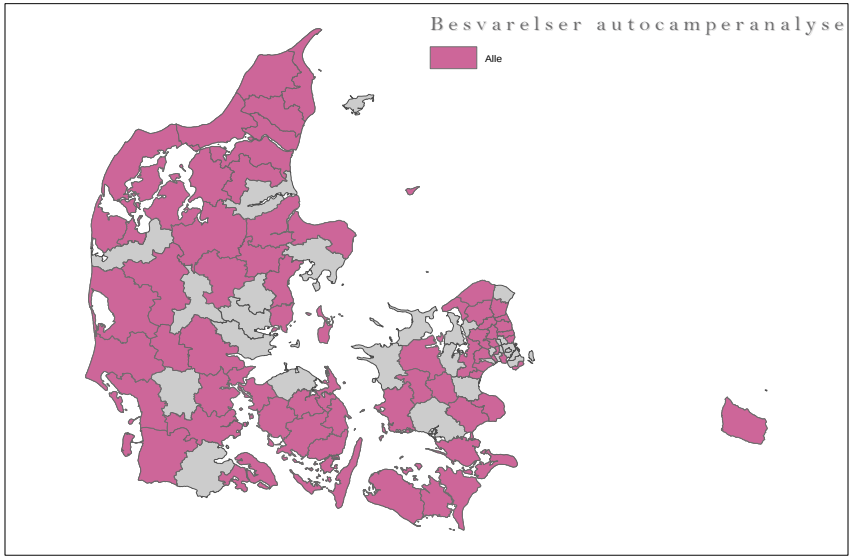
Metodebeskrivelse



Metodebeskrivelse

Analysen af ***Potentialet for autocamperturisme – med fokus på landdistrikter*** er udført af Videncenter for Kystturisme for Ministeriet for By, Bolig og Landdistrikter og består af en række delanalyser:

- Udførelse af 'desk research' af autocamperturisme i Europa af det hollandske ***Research Centre for Coastal Tourism*** i samarbejde med ***Breda University of Applied Science.*** Deres rapport: ***The potential of motorcaravanning in Denmark*** udgør et separat bilag til denne rapport. I bilagsrapporten refereres til en række europæiske undersøgelser af autocamperturisme, bl.a.:
  - Federation Internationale de Camping, Caravaning et de Autocaravaning: *Survey and statistics on motorcaravanning habits, 2012*
  - Dammertz Bader Stellplatz-Consulting: *Wissenschaftliche Studie zum Reisemobil-*
  - *Tourismus in Deutschland, 2011*
  - NBTC-NIPO Research: *Continu Vakantie Onderzoek, 2014*
  - Dutch Club of Mororcaravaners (NKC): *Camperplaatsen: een toeristische meerwaarde, 2012*
- ***Spørgeskemaundersøgelse af danske autocampister*** foretaget af Videncenter for Kystturisme gennem de tre autocamperorganisationer under AutoCamperRådet med i alt ***398 besvarelser***.
- Spørgeskemaanalyse blandt ***kommunale planchefer i landets 98 kommuner*** vedrørende eksisterende regelsæt og fremtidige planer for autocampister, foretaget af Videncenter for Kystturisme – ***61 modtagne besvarelser.***
- Spørgeskemaanalyse blandt ***lokale turistchefer*** vedrørende igangværende og planlagte tiltag for at servicere/facillitere autocamperturisme i lokalområdet, foretaget af Videncenter for Kystturisme – ***40 modtagne besvarelser.***



Kilde: Videncnter for Kystturisme

Markedsmuligheder

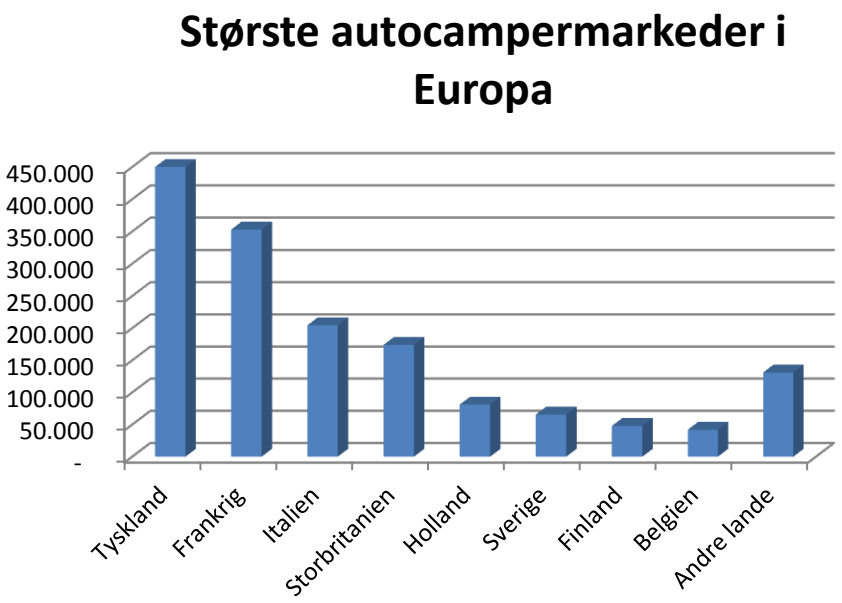
Antal autocampere i Europa

- I 2012 var der ca. 1,5 millioner registrerede autocampere i Europa. Den årlige vækst har ligget på 4-5%. Det største marked er Tyskland med 450.000 autocampere, efterfulgt af Frankrig, Italien og Storbritannien.

- Betydningen af det tyske autocamper nærmarked forstærkes af antallet af nyregistrerede autocampere, 24.000 i 2012 og 25.000 i 2013.

- Også nærmarkederne Sverige og Norge er interessante. Der er over 65.000 autocampere i Sverige, mere end fire gange så mange som i Danmark, og antallet stiger med ca. 3.500 nye autocampere om året. Selv om bestanden af autocampere i Norge er mere begrænset (ca. 6.000), så er den i stærk vækst med 2.500-3.000 nye køretøjer om året.

Land	Antal autocampere	%-andel
Tyskland	450.000	29,1
Frankrig	353.000	22,8
Italien	204.400	13,2
Storbritannien	174.000	11,2
Holland	81.000	5,2
Sverige	65.600	4,2
Finland	47.900	3,1
Belgien	42.000	2,7
Schweiz	33.600	2,2
Spanien	30.000	1,9
Østrig	21.700	1,4
Danmark	16.000	1,0
Portugal	10.000	0,6
Norge	5.700	0,4
Andre lande	14.000	0,9
I alt	**1.548.900**	**100**



Kilde:Federation Internationale de Camping, Caravaning et de Autocaravaning

Antal autocampere i Danmark

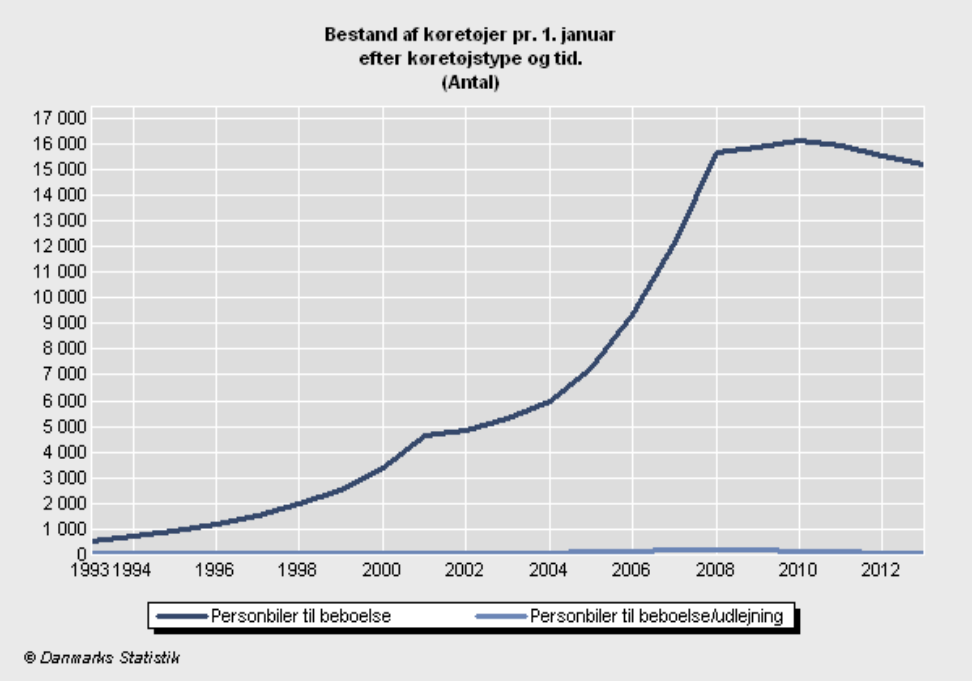
	Bestanden af køretøjer pr 1. januar, 1993 - 2013										
Køretøjer	1993	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013
Personbiler til beboelse (autocampere)	606	1.022	1.601	2.577	4.716	5.368	7.346	12.283	16.018	16.014	15.266
Campingvogne	93.150	95.831	99.931	104.852	108.924	113.338	121.350	131.708	140.366	142.764	142.667

Kilde: Danmarks Statistik

- Ifølge Danmarks Statistik var der 15.189 indregistrerede autocampere i 2013, et antal som er steget eksplosivt fra 600 i 1993 til 15.850 i 2008, svarende til en årlig vækst på over 24%. Siden da har antallet været stagnerende.

- Som følge af tidligere beskatningsregler, blev et stort antal køretøjer indregistreret som autocampere med billig beskatning, selv om de ikke benyttedes som sådan.

- Dansk Autocamper Forening vurderer, at det retmæssige antal autocampere ligger på ca. 4.000.



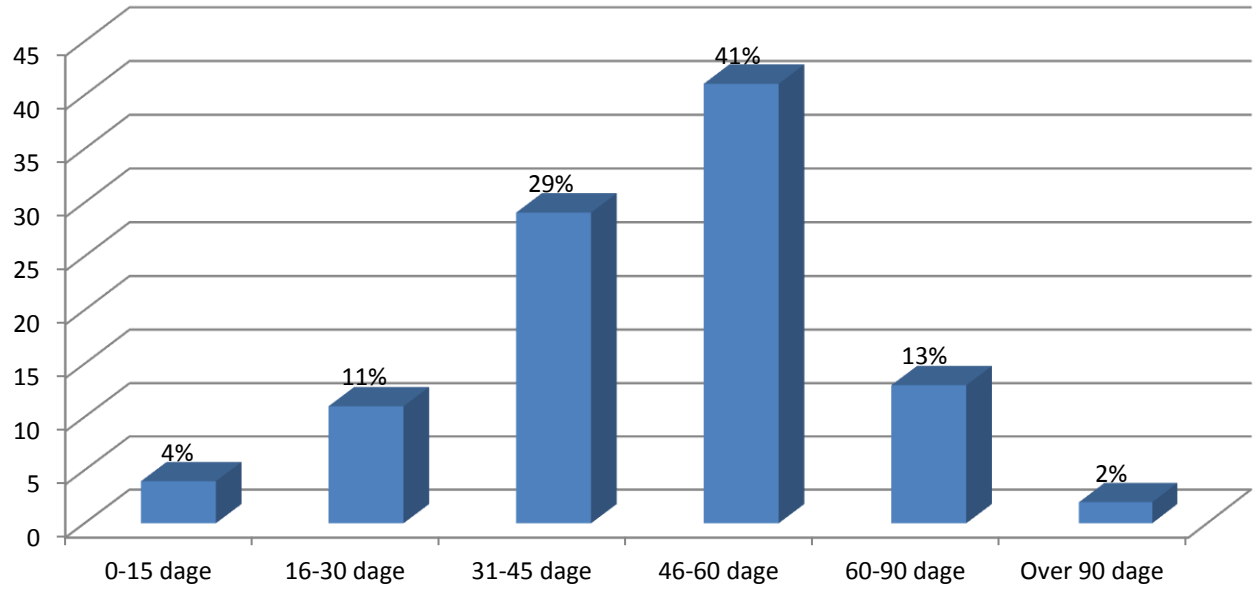
- Til sammenligning oplyser Danmarks Statistik, at der i 2013 var 142.667 registrerede campingvogne, et antal som er vokset med beskedne 2,6% årligt i perioden 1993-2008, og holdt sig rimelig konstant omkring 140.000 herefter.

Autocampister har mange rejsedage pr år og rejser langt – 1

- Ifølge den internationale camping- og autocamperorganisation (FICC) rejste 38% af medlemmerne med deres autocamper mellem 45-60 dage om året. Andre ca. 15% rejste mellem 60-90 dage om året. Mere end halvdelen rejser i gennemsnit 5.000-7.500 km per år.

- Også en tysk analyse viser, at tyske autocampister rejser langt og længe. Således rejser 40% af de tyske autocampister mere end to måneder pr år, imod 12,2 dage for tyske turister i gennemsnit. Rejselængden ligger mellem 4.000-8.000 km pr år.

Gennemsnitlige antal dage i autocamper pr år



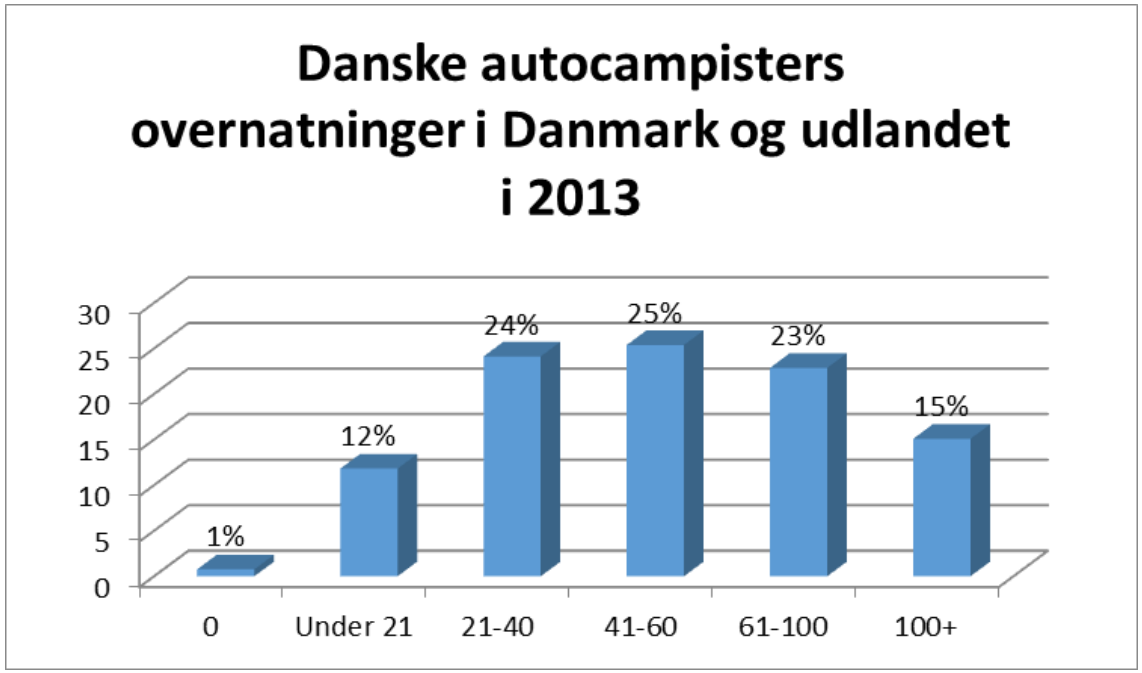
Kilde:Federation Internationale de Camping, Caravaning et de Autocaravaning

Autocampister har mange rejsedage pr år og rejser langt – 2

- Ifølge en hollandsk rejseanalyse foretog 189.000 hollændere i 2012 mindst én ferie i autocamper. De foretog i alt 5,8 millioner overnatninger, svarende til 31 nætter pr person. I alt foretog de 642.000 ferierejser, heraf næsten 60% udenfor Holland, med en gennemsnitlig ferielængde på 12,4 nætter.

- France Camping-Car offentliggjorde for nylig interessant statistik om benyttelsen af franske autocampere. Således bliver en fransk autocamper i gennemsnit brugt til 75 overnatninger om året fordelt over 17 rejser og en afstand på 11.000 km.

- CKTs analyse af danske autocampister gennem AutoCamperRådet viser, at hver respondent i gennemsnit foretog 62,6 overnatninger i autocamper i 2013, heraf var 37 i udlandet og 25,6 i Danmark.



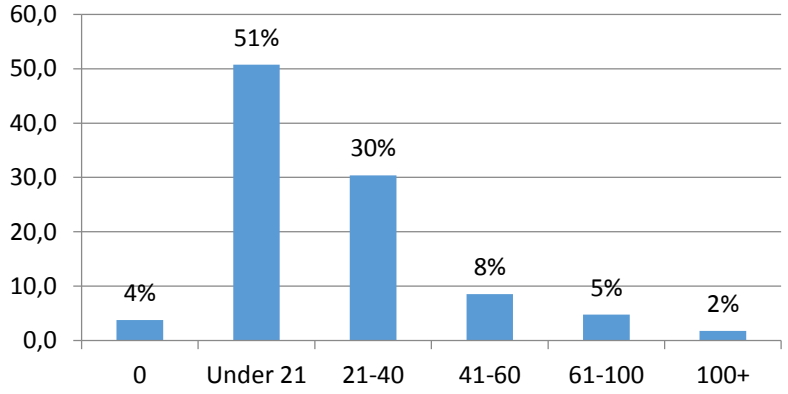
Kilde: Videncenter for Kystturisme

Danske autocampisters ferier i Danmark

- I gennemsnit foretog hver af de adspurgte autocampister 25,6 overnatninger i Danmark i 2013. Over halvdelen foretog fra 1-20 overnatninger, mens godt 30% foretog mellem 21-40 overnatninger.

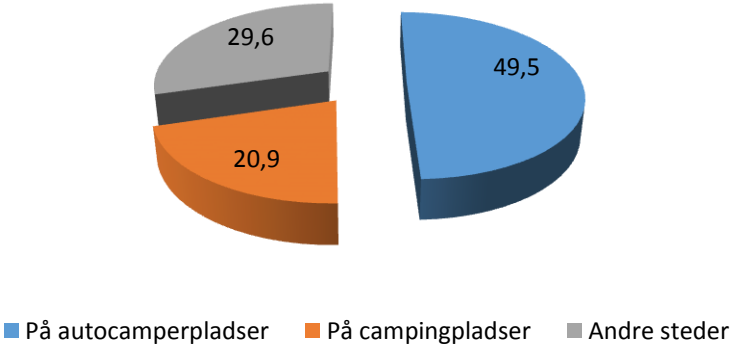
- Ca. 15% af alle respondenter foretog mere end 40 overnatninger. Mindre end 4% angav, at de slet ikke foretog nogen overnatninger i autocamper i Danmark i 2013

Antal overnatninger i autocamper Danmark i 2013



Kilde: Videncnter for Kystturisme

%-fordeling af overnatninger i autocamper i Danmark



Kilde: Videncnter for Kystturisme

- Af det gennemsnitlige antal overnatninger foretaget i Danmark i 2013 på 25,6 nætter, blev ca. halvdelen (12,7 nætter) foretaget på specielle autocamper-pladser.

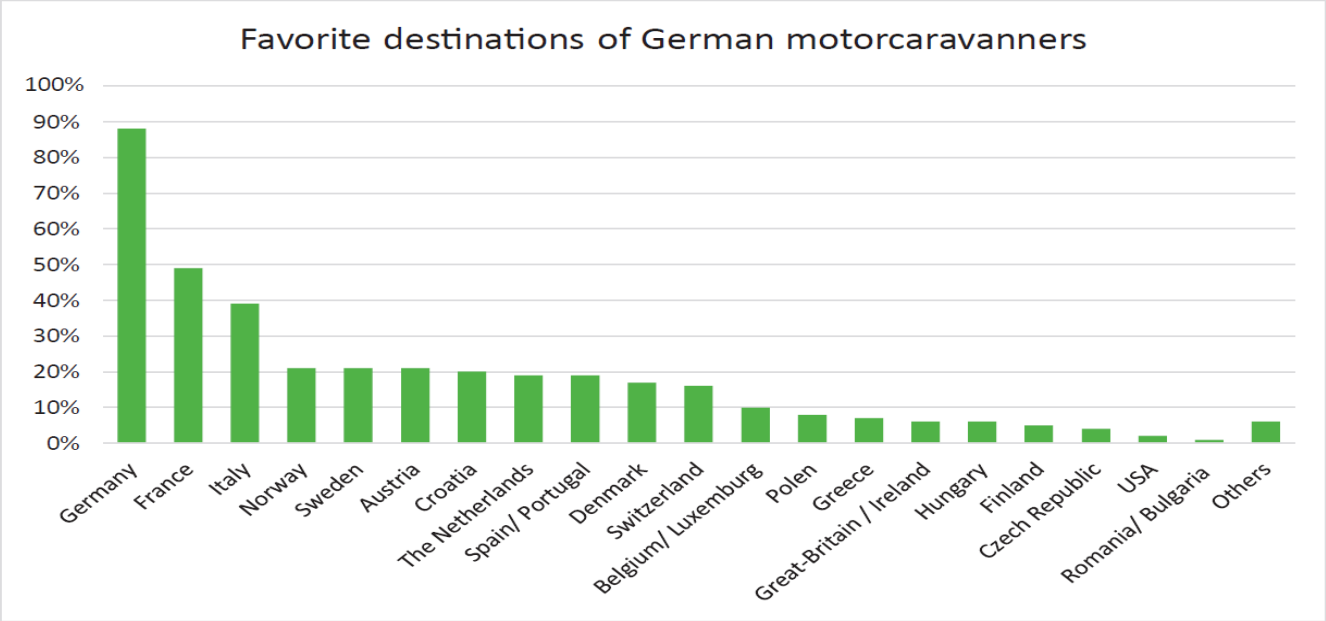
- Godt 20% blev foretaget på campingpladser, mens knap 30% blev foretaget 'andre steder'

Foretrukne destinationer

- Spanien anses som en af de mest besøgte autocamperdestinationer i Europa. FICC estimerer, at næsten en tredjedel (450.000) af alle ca. 1,5 millioner registrerede autocampere besøger Spanien hvert år.

- En tysk analyse viser at 88% af tyske autocampister nævner Tyskland som en af deres favoritdestinationer, mens 49% nævner Frankrig, efterfulgt af Italien med 39%. Danmark nævnes som en favoritdestination af 17% af de adspurgte tyske autocampister.

- En hollandsk analyse viser, at 61% af hollandske autocamperferier holdes udenfor Holland med Tyskland som topdestination efterfulgt af Frankrig og Belgien.



Dammertz Bader Stellplatz –Consulting, 2011

Trends

- Befolkningens ***stigende gennemsnitsalder*** vedbliver at udgøre en væsentlig trend for autocamper-turismen. Den ældre aldersgruppe holder sig sundere og er mere aktive i længere tid, har en god indkomst og megen fritid, og de ønsker af være uafhængige og møde ligesindede.

„En autocamper giver dig friheden til at køre, hvornår du vil….Du er uafhængig, du kan rejse hvorhen du vil…“
Dutch Club of Mororcaravaners (NKC, 2012)

- Det forventes, at ***antallet af autocampere vil stige på bekostning af campingvogne***. Dette bekræftes af salgstal for feriekøretøjer offentliggjort af den Europæiske Camping Forbund.

- Tal fra Danmarks Statistik bekræfter til dels denne udvikling. Således steg antallet af registrerede autocampere med en gennemsnitlig årlig rate på over 24% i 15-årsperioden fra 1993-2008, sammenlignet med kun 2,6% for campingvogne, men antallet af køretøjer er siden da stagneret for begge kategorier.

- Europæiske analyser viser, at ***autocampere mere og mere benyttes året rundt*** – bl.a. forårsaget af den stigende komfort i køretøjerne.

Karakteristika omkring autocampister

Demografi

- Det hollandske *Research Centre for Coastal Tourism* refererer til en række europæiske analyser vedrørende autocampisters demografi:
  - FICC finder, at 46% af europæiske autocampister er ældre end 50 år.
  - 60% af hollandske autocampister er 50 år eller ældre og rejser alene med partner mens 25-30% rejser som familier med børn.
  - 56% af belgiske autocampister er 50 år eller ældre. 63% rejser som par uden børn, mens 24% rejser som familie med børn.
  - Franske autocampister er i gennemsnit mellem 57-65 år.
  - 80% af tyske autocampister er mellem 40-69 år. 71% rejser som par, mens 17% rejser som familie med børn.
- CKTs analyse af danske autocampister viste, at ca. 88% normalt rejser to og to, mens kun 5% rejser med børn. Den højere andel af par kan hænge sammen med en overrepræsentation af ældre og pensionerede respondenter, ligesom kendsgerningen, at børnefamilier er mindre tilbøjelige til at investere i autocampere.

Aktiviteter

En gennemgang af en række europæiske analyser om autocamperturisme giver en god indikation af de aktiviteter, som autocampister foretager:

- FICC finder, at 52% af europæiske autocampister besøger restauranter 2 eller flere gange om ugen.

- Tilsvarende spiser 51% af hollandske autocampister på restaurant, 47% foretager gåture, 25% fokuserer på naturen, mens 12% har aktive ferier.

- En analyse af gæster til en ny luksus autocamperplads, Camperpark Zeeland i Holland viser, at 60% kommer for kyst og strand, 50% for afslapning, 30% for cykling i regionen og 20% for vandsportsaktiviteter.

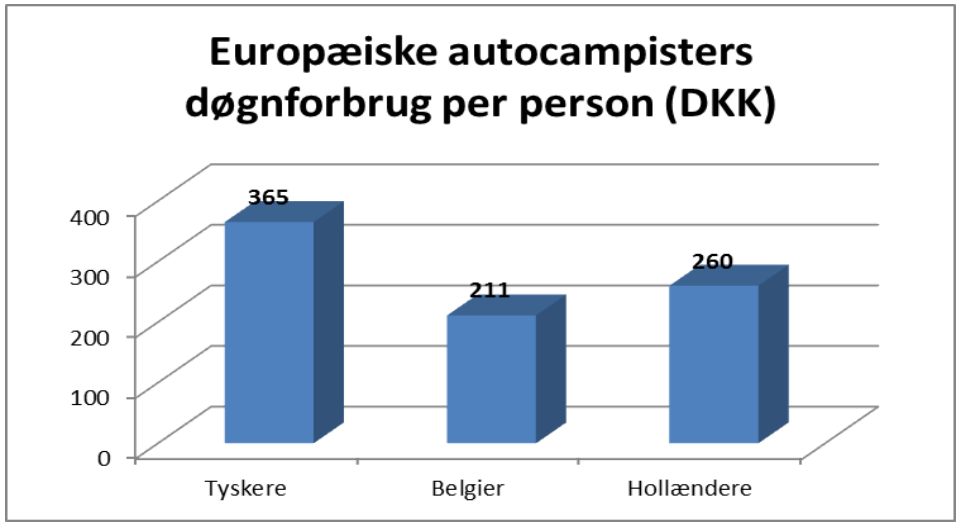
- Tysk research viser, at 78% af autocampister kan lide at vandre, mens 52% kan lide at cykle. Derudover søger tyske autocampister ofte gastronomiske og kulturelle oplevelser samt shopping.

Europæiske autocampisters døgnforbrug

- Det hollandske Research Centre for Coastal Tourism refererer til en række europæiske analyser om autocampisters gennemsnitlige forbrug per person per dag som følger:

Autocampisters døgnforbrug per person	DKK
Tyskere (Dammertz Bader Stellplatz Consulting)	365
Franskmænd (French Federation of Motorhome Clubs) per autocamper	373
Belgier (Westtoer)	211
Hollændere i Vesteuropa (Dutch Club of Motorcaravanners)	260
Hollændere i Nordeuropa (Dutch Club of Motorcaravanners)	515

Kilde: Research Centre for Coastal Tourism



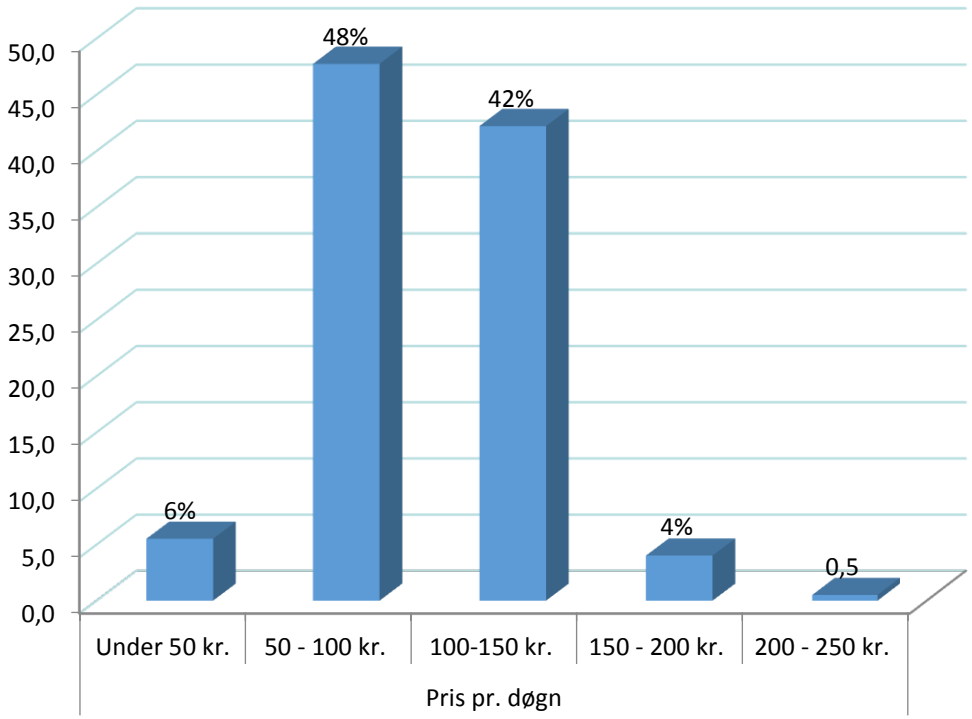
Kilde: Research Centre for Coastal Tourism

Til sammenligning har Visit Denmark beregnet, at det ***gennemsnitlige døgnforbrug for samtlige kystturister i Danmark*** (danske og udenlandske) var ***396 kr. og 267 kr. for campister*** (Turistundersøgelse 2011).

Danske autocampisters villighed til betaling for overnatning

CKTs analyse af danske autocampister viste, at betalingsvilligheden for en autocamperplads blandt respondenterne var relativ lav:

- Således peger 90% af alle respondenter på et betalingsniveau på 50-150 kr. pr nat.
- Næsten halvdelen (48%) er kun villige til at betale mellem 50-100 kr. pr nat, mens 42% er villige til at betale 100-150 kr., hvis de nødvendige faciliteter er til stede.
- 6% af de adspurgte er kun villige til at betale under 50 kr. per nat.
- Under 5% af de adspurgte autocampister er villige til at betale mere end 150 kr. pr nat.



Kilde: Videncnter for Kystturisme

Estimering af omsætning af autocamperturisme i Danmark

På baggrund af en række forudsætninger kan ***autocampisters nuværende forbrug*** i Danmark konservativt beregnes ***til omkring 350 mio. kr.*** svarende til et estimeret antal ***fuldtidsjobs på ca. 500.*** De væsentligste forudsætninger herfor er:

- Campingrådet estimerer, at autocampister udgør ca. 5% af det totale antal overnatninger knap 11 mio., dvs. ca. 550.000 overnatninger.

- Udenlandske analyser viser, at ca. halvdelen af udenlandske autocampisters overnatninger foretages på campingpladser og halvdelen udenfor, dvs. igen ca. 550.000.

- CKTs undersøgelse af danske autocampister foretaget via AutoCamperRådet viser, at de i gennemsnit tilbringer 25,6 overnatninger i Danmark. Samtidig estimerer AutoCamperRådets, at der er ca. 4.000 autocampere i Danmark. Dvs. at danske autocampister står for ca. 100.000 overnatninger i Danmark pr år.

- På baggrund af en række europæiske analyser af autocampisters forbrug antages det at døgnforbruget er på 300 kr. for udenlandske autocampisters og 250 kr. for danske autocampister.

Set i forhold til et samlet turismeforbrug på ca. 82 mia. kr., udgør autocamperturisme således kun en begrænset andel, men har stadig et solidt potentiale for vækst.

Behov for faciliteter og service

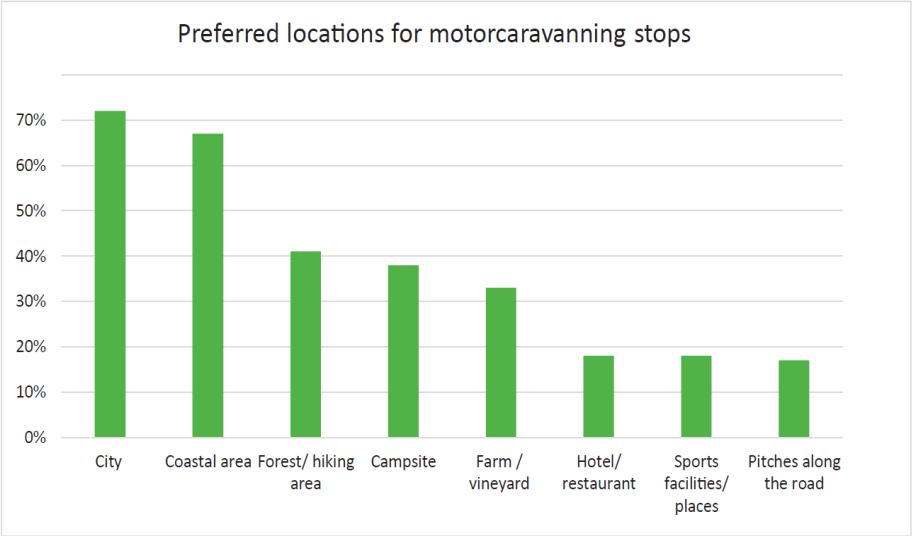
Overnatningspræferencer

En belgisk analyse af autocampister viser, at følelsen af sikkerhed og viden om, at man overnatter på en legal plads er de to vigtigste aspekter ved valg af overnatningssted, hver med en score på omkring 9 på en 10-talsskala, efterfulgt af god skiltning og fredfyldt miljø.

Først herefter kommer pris og udbud af basisfaciliteter.

Overnatningspræferencer	
Plads-aspekt	**Score**
Følelse af sikkerhed	9,0
Legal plads	8,8
Let at finde / godt skiltet	8,6
Fredfyldt miljø	8,5
God pris	8,4
Basisfaciliteter tilgængelige	8,3
Tæt på centrum	7,6
Tæt på strand	7,5
Tæt på klitter	7,4
Kontakt til andre autocampister	6,8
Tæt på offentlig transport	6,3

Kilde:Vwesttoer, Undersøgelse af Flamske autocampister, 2009



Dammertz Bader Stellplatz –Consulting, 2011

En tysk analyse spurgte autocampister, om hvor henne, de ville ønske at se flere overnatningsfaciliteter for autocampere. Byer og kystområder var de to mest foretrukne lokaliteter med omkring 70% af de adspurgte autocampister. Godt 30% nævnte bondegårde og vingårde.

Autocampisters generelle behov for faciliteter og serviceydelser

- Autocampister kræver generelt ikke mange faciliteter, idet de til en vis grad er selvforsynende med egne vandtanke, toilet, buser, køkken, overnatningsforhold og endda elektricitet – i alt fald inden for en vis tidsperiode.

- Flere europæiske undersøgelse viser dog, at selv om autocampister ofte udtrykker, at de ikke har behov for mange faciliteter, så benyttes de faciliteter, som er til rådighed for at økonomisere med egne faciliteter.

- Generelt er det helt naturligt muligheden for tømning af spildevand og toilet samt påfyldning af vand og adgang til elektricitet, som udgør de vigtigste behov for autocampister.

- Herudover vil gode faciliteter som adgang til indkøbsmuligheder, restauranter/cafeer, attraktioner, mm. øge appellen af overnatningsstedet.

Danske autocampisters generelle behov for faciliteter og serviceydelser

CKTs analyse af danske autocampister undersøgte bl.a., hvilke faciliteter og serviceydelser, der anses for de vigtigste for en autocamperplads.

Vigtigheden af faciliteter	Tømning af spilde-vand & toilet	Vand-påfyldning	Toilet og bad	Elektricitet	Trådløst netværk	Grill og bålplads	Samlet antal besvarelser
Absolut minimum faciliteter	56,7%	47,1%	32,8%	23,5%	2,7%	0,3%	293
Andre vigtige faciliteter	71,5%	55,6%	28,2%	29,9%	7,6%	1,1%	354
Mindre vigtige faciliteter	46,6%	41,1%	56,4%	50,4%	48,5%	24,7%	365

Kilde: Videncnter for Kystturisme

- Mulighederne for tømning af spildevand og toilet anses som absolut vigtigst af alle faciliteter.
- Også vandpåfyldning regnes som en vigtig facilitet.
- Herefter kommer toilet og bad samt elektricitet, men omkring halvdelen af respondenterne anser disse faciliteter som 'mindre vigtige.'
- Trådløst netværk og grill/bålplads regnes ikke som essentielle faciliteter.
- Herudover giver enkelte respondenter udtryk for et ønske om fredelige omgivelser, parkering i naturen, sikkerhed og at facilitetsniveauet modsvarer prisen på overnatningsstedet.

Danske autocampisters behov for faciliteter og serviceydelser efter pladstype

CKT undersøgte også, om der evt. var forskelle på autocampisternes behov for faciliteter og serviceydelser afhængigt af overnatningslokalitet: I en landsby, på en havn, i en større by og/eller ved en attraktion?

Valg af Plads	Tømning af spilde-vand & toilet	Vand-påfyldning	Toilet og bad	Elektricitet	Trådløst netværk	Gode Pladsforhold	Grill og bålplads	Andet	Samlet antal besvarelser
I en landsbyen	72,0%	57,5%	36,5%	32,1%	13,2%	2,8%	2,8%	0,6%	318
På en havn	80,2%	72,6%	46,9%	43,8%	21,5%	1,1%	2,3%	1,4%	354
I en større by	80,7%	67,5%	42,5%	41,7%	23,3%	0,6%	0,6%	1,7%	348
Ved en attraktion	56,0%	45,9%	46,6%	32,0%	14,3%	1,9%	2,3%	1,1%	266

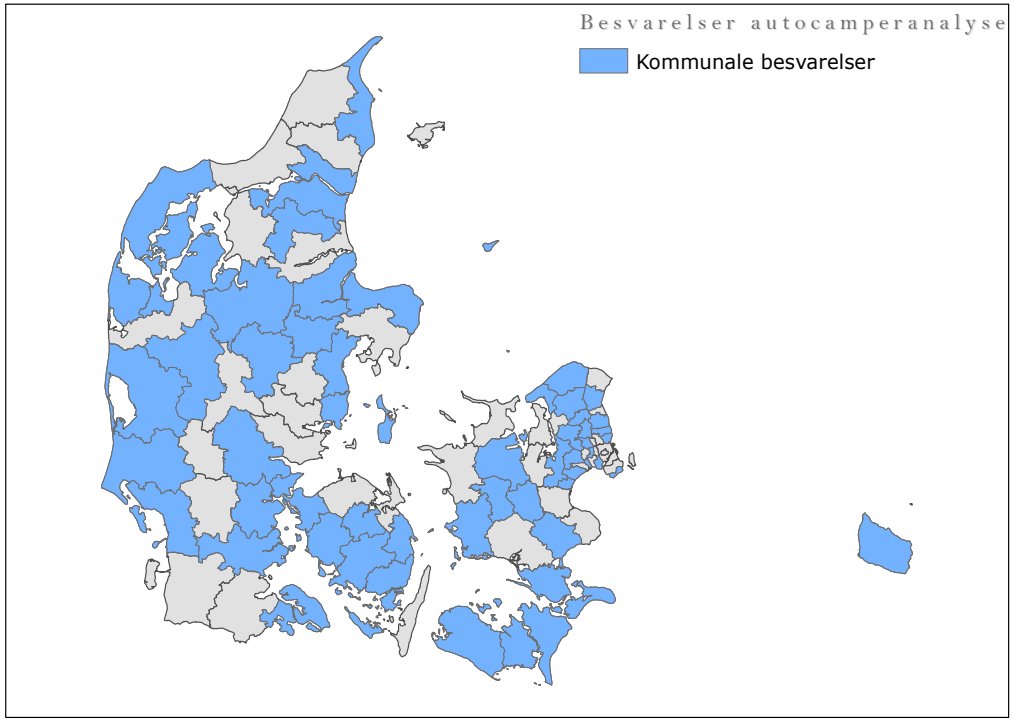
Kilde: Videncnter for Kystturisme

- Overordnet følger besvarelserne i høj grad besvarelserne for de generelle krav til overnatningssteder.
- Således er det igen mulighed for tømning af spildevand og toilet, der fremstår som den absolut mest nødvendige facilitet, hvad enten det drejer sig om landsby, havn, større by eller attraktion, efterfulgt af vandpåfyldning, adgang til elektricitet samt toilet og bad.
- Dog varierer vigtigheden af faciliteterne generelt efter pladstype – således stilles større forventninger til pladser på havne og i større byer end i landsbyer og ved attraktioner.
- Mindre vigtigt er – overalt - adgang til trådløst netværk og grill/bålplads.

Hvad siger danske kommuner – regler og planer for autocampere – 1

Som en del af autocamperanalysen fremsendte Videncenter for Kystturisme et spørgeskema til kommunale planchefer i samtlige landets 98 kommuner vedrørende evt. specielle regler for autocampere og planer om tiltag for at servicere/facilitere autocampister.

- Af de 61 kommunale besvarelser, anførte kun ni kommuner, svarende til ca. 15%, at have udarbejdet specielle regler for autocampere.
- Hovedparten af de lokale regler vedrører parkeringsforbud og/eller -begrænsninger på særlige steder som i bymidte eller ved kyster.
- I flere af disse kommuner henvises autocampisterne til overnatning på campingpladser.
- Evt. lokale regler administreres normalt efter færdselsloven eller vejloven.



Kilde: Videncnter for Kystturisme

Hvad siger danske kommuner – regler og planer for autocampere – 2

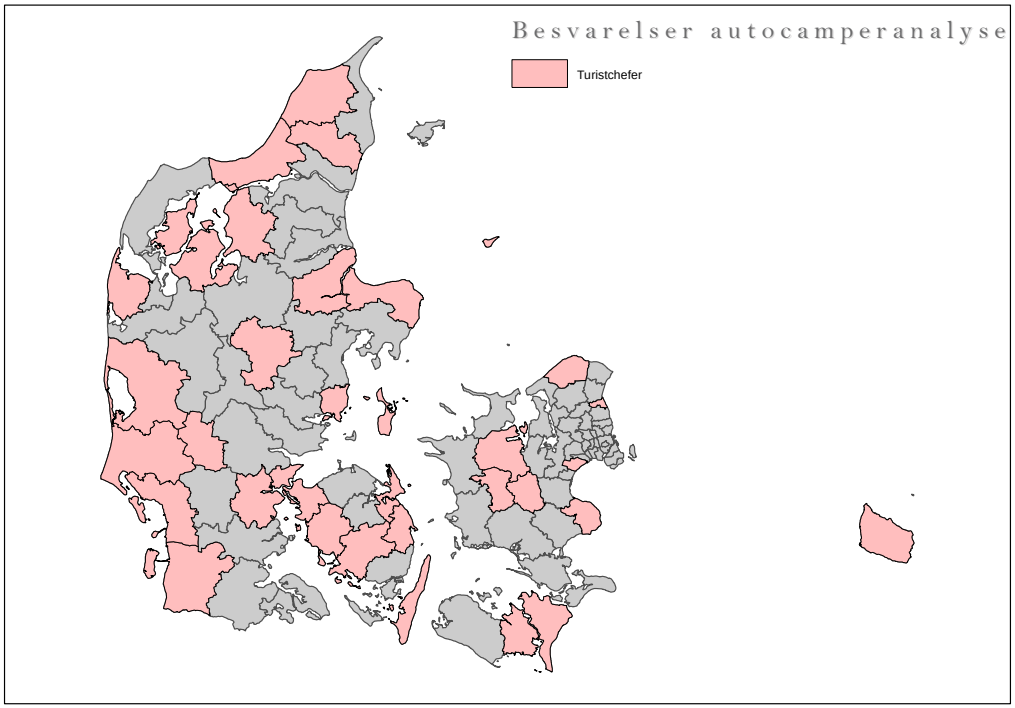
- 24 kommuner anførte at have konkrete planer om tiltag til at servicere/facillitere autocampister.
- 9 kommuner henviser til eksisterende autocamperpladser eller stadepladser på eksisterende campingpladser.
- 15 kommuner anfører, at der er planer om etablering af nye pladser, i nogle tilfælde kun enkelte stadepladser på havn, i bymidte eller i tilknytning til campingpladser.
- Heraf nævner 5-6 kommuner, at der er planer om etablering af nye egentlige autocamperpladser.
- 3-4 kommuner nævner, at der er inkluderet afsnit om etablering af autocamperpladser og/eller servicering af autocampere i turismestrategi-delen af de respektive kommuneplaner.

Også lokale turistchefer har set på planer for autocampister

Lokale turistchefer er ligeledes blevet spurgt om, hvorvidt der i lokalområdet er konkrete planer om tiltag til at servicere/facillitere autocampister og i givet fald hvilke.

I alt 40 turistchefer returnerede spørgeskemaet, hvoraf ca. halvdelen (19) meddelte, at der er konkrete planer om tiltag til at servicere og/eller facillitere autocampister i lokalområderne.

- 11 turistchefer henviser til eksisterende autocamperpladser eller stadepladser på eksisterende campingpladser i lokalområderne.
- 10 turistchefer anfører, at der er planer om etablering af nye pladser, i de fleste tilfælde kun enkelte stadepladser på havn, i bymidte, eller i tilknytning til campingpladser.
- To turistchefer nævner, at der er planer om etablering af nye egentlige autocamperpladser.



Kilde: Videncnter for Kystturisme

Best practice eksempler fra ind-og udland

Tyske ‘Stellplätze’ og ‘TopPlätze’

Der findes over 2.300 autocamperpladser (Stellplätze) i Tyskland, varierende fra simple parkeringspladser til luksuspladser med alle nødvendige faciliteter serviceydelser og aktivitetsmuligheder.

De 50 bedste pladser er alle rangeret som 4-stjernede pladser (varierende i score fra 4,1-4,3), med god lokalisering og et godt udbud af faciliteter og serviceydelser. Nogle er relativt små med 10-30 pladser, andre med flere hundrede pladser.

Over 1.000 pladser er gratis, ofte simple parkeringspladser med få pladser, helt ned til 1-2 pladser, og ofte uden faciliteter.

Siden 2004 har tyske autocamperpladser arbejdet på at skabe et netværk af høj-kvalitets autocamperpladser: ‘TopPlätze’. Organisationen startede med 24 pladser og netværket tilbyder nu 85 toppladser, heraf 83 i Tyskland, en i Luxemburg og en i Holland (Camperpark Zeeland – se nedenfor).

For at komme med i TopPlatz-netværket, skal den ansøgende autocamperplads opfylde en række krav vedrørende, lokalisering og omgivelser, faciliteter og serviceydelser, koncept, aktivitetsmuligheder, mm.

Camperpark Zeeland, Holland

Camperpark Zeeland i Holland er en specialdesignet autocamperplads med plads til over 100 autocampere, som åbnede i 2013. Pladsen benytter en selvbetjent check-in/check-out og betalingsfacilitet og er derfor åben 24/7 hele året . Den er lokaliseret ved bredden af 'vandsportsparadiset' Lake Veere.

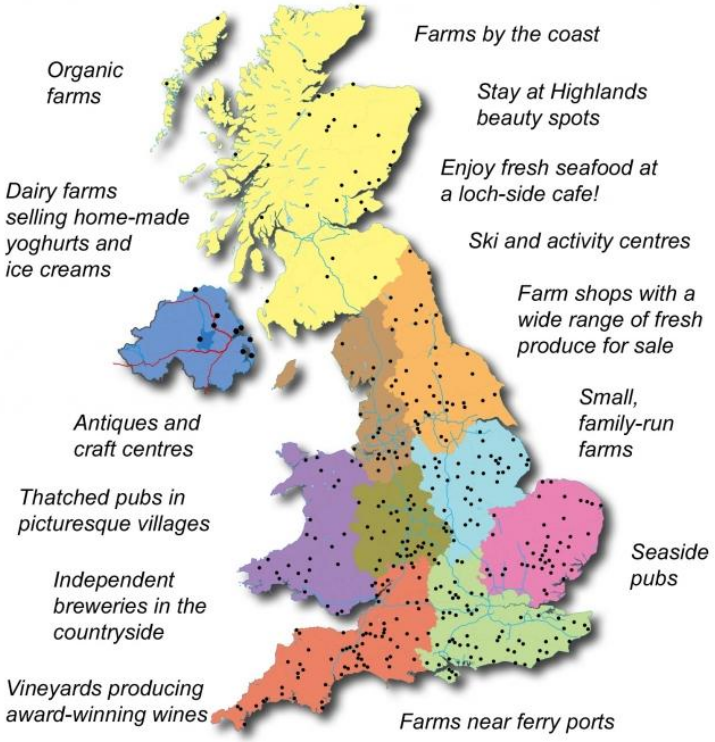
Hver plads er 60-80 m2 med hvad pladsen selv beskriver som 'luksus-faciliteter.'

Prisen varierer fra 110-150 kr. pr døgn afhængigt af sæson og tilbyder også lavere priser for ophold op til 12 og 16 timer (fra 55 til 95 kr.).

På baggrund af sit eksklusive design og gode faciliteter er Camperpark Zeeland kommet med i den tyske autocamperpladsorganisation Topplätze.

France Passion og Brit Stops

France Passion startede i 1992 i Sydfrankrig som et tilbud til autocampister om at parkere frit og gratis på Sydfranske vingårde i op til 24 timer, uden nogen form for økonomiske betingelser. Organisationen har nu eksisteret i 22 år og er vokset til 1,800 overnatningsmuligheder overalt i de franske landdistrikter, på vingårde, landbrug, hos kunsthåndværkere, mm. normalt tilbydende autentiske produkter. Man skal dog erhverve et France Passion sæsonkort, som for 2014 koster ca. 200 kr. (26 EUR).



Brit Stops er inspireret af France Passion og tilbyder autocampister gratis overnatningsmulighed i op til 24 timer i et sikkert miljø på bondegårde, vingårde, bryggerier, hos kunsthåndværkere, mm. – normalt i landdistrikter. Brit Stops tilbyder autocampister en autentisk smag af Storbritannien, samtidig med at de tilbyder potentielle kunder og salgsmuligheder til producenter af lokale produkter i de britiske landdistrikter.

Aires de Service, Frankrig

Aires de Service er et netværk af parkerings- og overnatningsmuligheder for autocampere i Frankrig. Mange bliver opereret af lokale offentlige myndigheder, men kan også være privatdrevet. Pladserne varierer fra nogle få simple parkeringspladser til større specieldesignede autocamperpladser med plads til over 150 autocampere. De fleste pladser vil have mulighed for vandpåfyldning og tømning af spildevand og toiletter.

Nogle pladser er gratis, hvor de lokale myndigheder yder denne service for at tiltrække turister til deres lokalområde. I sådanne tilfælde anses det for god praksis at købe noget fra de lokale butikker eller restauranter som 'tak' for servicen.

Danske eksempler

I Hvide Sande har Hvide Sande Havn i forsommeren 2013 på basis af tilbud fra lokale campingpladser kontraheret med en campingplads om operation af 2-3 parkeringsanlæg. Autocampere betaler 75 kr. pr overnatning, hvoraf ca. 20% tilfalder Hvide sande Havn for brug af området. Der blev allerede i den første sæson registreret 3.000-4.000 overnatninger.

Vesthimmerlands Kommune satser i øjeblikket målrettet på at tiltrække autocampere og har etableret to deciderede autocamperpladser, en ved Løgstør Lystbådehavn og en ved Hvalpsund. I Løgstør koster en overnatning 110 kr. mod at autocampisterne kan bruge alle lystbådehavnens faciliteter.

Kommunen forestod sidste år et autocamper træf, som tiltrak over 500 autocampere.