

# Presseinformation

6. November 2018

## Die Digitalisierung der Camping-Branche: Interview mit Uwe Frers, Geschäftsführer der ADAC Camping GmbH

**Nach nur elfmonatiger Entwicklungsphase bringt die ADAC SE ein neues Camping-Portal an den Start: „PiNCAMP powered by ADAC“. Anlässlich des Launches sprachen wir mit dem Geschäftsführer des Camping-Startups über die jüngsten Markttrends und die Digitalisierung der Camping-Branche.**

**Herr Frers, die Camping-Branche boomt, immer mehr Menschen entdecken Camping für sich. Können Sie uns Zahlen nennen?**

**Uwe Frers:** Die 2017er-Zahlen der Camping-Branche in Europa sind in der Tat beeindruckend: 5,2 Millionen zugelassene Caravans und Wohnmobile, 367 Millionen Übernachtungen auf Campingplätzen, 3,4 Milliarden Euro Buchungsumsatz. Und der Markt wächst weiter: In den ersten acht Monaten 2018 wurden 12 Prozent mehr Neufahrzeuge zugelassen als im Vorjahreszeitraum. Neben den klassischen Camping-Formaten bieten Campingplätze heute immer mehr luxuriöse Mietunterkünfte an. Man spricht von „Glamping“, einem stark wachsendem Marktsegment, besonders geeignet für Familien mit schulpflichtigen Kindern. Und lukrativ für die Campingplätze, weil der Buchungsumsatz pro Nacht deutlich höher liegt als beim regulären Camping.

**Was sind die Gründe für diese positive Entwicklung?**

**Uwe Frers:** Vor 20 Jahren hat man Camping noch mit Adiletten und Gartenzwerge in Verbindung gebracht. Das Image dieser Urlaubsform hat sich mittlerweile komplett gewandelt. Camping ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen, die Urlaubsform ist massentauglich geworden.

Der Siegeszug von Camping lässt sich mit mehreren Megatrends erklären. Zum einen „Sicherheit“: Nach den Krisen in Nordafrika, Griechenland und der Türkei sind die Menschen auf der Suche nach sicheren Reisezielen zur Eigenanreise innerhalb Zentraleuropas. Familien wollen sich in einer erreichbaren, gut geschützten Campingplatz-Umgebung gut aufgehoben wissen.

Zum anderen sind „Individualisierung“ und „Urbanität“ von Bedeutung: Camper wollen jeden Tag aufs Neue entscheiden, wohin die Reise geht. Und sie wollen sich möglichst wenigen Konventionen anpassen müssen, wie dies etwa in Hotels der Fall ist. Diejenigen, die ihr Arbeitsleben in der Stadt verbringen, finden mit Camping eine flexible Möglichkeit, möglichst viel Freizeit in der Natur verbringen zu können.

**ADAC SE**

**Pressestelle**

Hansastraße 19  
80686 München  
T +49 89 7676 58 42  
F +49 89 7676 21 56

[medien@adac.de](mailto:medien@adac.de)

[presse.adac.de](http://presse.adac.de)



## **Die ADAC SE ist mit den ADAC Campingführern ein etablierter Player in der Branche. Warum gab es Anfang 2018 die Investition in ein neues Camping-Startup?**

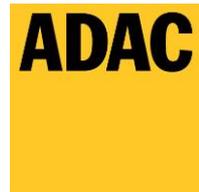
**Uwe Frers:** Obwohl die Branche in den letzten zehn Jahren massiv gewachsen ist, hat sich die Art der Vermarktung von Camping-Urlaub aber kaum verändert. Von den etwa 26.000 Campingplätzen in Europa sind weniger als 20 Prozent online buchbar. Das sind perfekte Voraussetzungen für mutige Startups, die nun angetreten sind, um den Markt zu digitalisieren. Das bestehende Geschäftsmodell der ADAC SE, nämlich redaktionell Inhalte zu publizieren und Anzeigen an Campingplätze zu verkaufen, ist zwar nach wie vor sehr erfolgreich, aber auf lange Sicht kein Zukunftsmodell mehr. Die ADAC SE musste also ihre künftige Rolle neu bestimmen. Deswegen gibt es jetzt ein flexibles ADAC Camping-Startup mit einem adäquaten unternehmerischen Konzept, um dem Wettbewerb erfolgreich begegnen zu können.

## **Die ADAC SE hat ein siebenstelliges Seed-Investment getätigt. Was ist seither passiert?**

**Uwe Frers:** Anfang Januar wurde das Start-up gegründet, um die Digitalisierung des Campinggeschäfts voranzutreiben. Innerhalb von elf Monaten haben wir ein internationales Team aus 25 Onlineprofis in Berlin aufgebaut, das Konzept für ein neues Camping-Portal erarbeitet, die Entscheidung für eine neue Marke getroffen, die Umsetzung gestartet und mit dem Launch Anfang November auch fristgerecht umgesetzt. Das war ein extrem harter Ritt, wir konnten das nur schaffen, weil wir von 14 Kollegen aus dem Camping-Team in München unterstützt wurden, wo unter anderem der ADAC Campingführer und die ADAC Camping-App produziert werden. Wir kombinieren alle Assets der ADAC SE, etwa die Reichweite, den Brand, den Content und das persönliche Know-how über die Campingplätze mit den uns heute zur Verfügung stehenden digitalen Produktionsmethoden. Das Ergebnis kann sich unter [pincamp.de](http://pincamp.de) sehen lassen: PiNCAMP powered by ADAC, das neue Campingportal des ADAC.

## **Und welche Vorteile hat der Camper durch PiNCAMP?**

**Uwe Frers:** Wer heute Campingplätze online sucht, kennt das Dilemma: vielfach veraltete Internetseiten der Campingplätze, selten für Smartphones optimiert, schlechte Bilder, unstrukturierte Informationen, keine Online-Buchbarkeit. Hier setzen wir an. PiNCAMP macht Campingplätze für Camper einfach vergleichbar, schon zu Hause emotional erlebbar und ab 2019 auch online buchbar. Ein verlässlicher Guide im Campingplatz-Dschungel, der mit tollem Content inspiriert und begeistert. PiNCAMP begleitet den Camper vom Anfang seiner Planung bis zur Rückkehr nach Hause. Ab Sommer 2019 zeigen wir zudem Preise und Verfügbarkeiten, wir führen den Camper zukünftig also auch von der Information zur Transaktion.



### **Wie sieht das Geschäftsmodell von PiNCAMP aus? Womit verdienen Sie Geld?**

**Uwe Frers:** PiNCAMP ist für Camper kostenlos nutzbar. Beim Geschäftsmodell fokussieren wir uns darauf, Campingplatz-Betreibern einen messbaren Mehrwert zu generieren und dafür honoriert zu werden. Im ersten Schritt bekommen die Campingplätze über unsere Plattform Traffic weitergereicht, den sie dann selbst monetarisieren können. Im nächsten Schritt binden wir uns an die Channel-Management-Systeme der Plätze an, um Raten und Verfügbarkeiten einzulesen und daraus echte Buchungsanfragen und Buchungen zu ermöglichen. Wir versuchen, in der Touristik gelernte und vom Kunden akzeptierte Modelle auch in der Camping-Branche zu etablieren.

### **Warum eigentlich PiNCAMP powered by ADAC?**

**Uwe Frers:** Innerhalb Deutschlands verdeutlicht das „powered by ADAC“, dass wir auf der ADAC Expertise aufbauen und der Marke verpflichtet sind. In Zukunft werden wir aber auch international agieren. Im Ausland, wo der Name ADAC eine geringere Strahlkraft hat als in Deutschland, können wir losgelöst mit PiNCAMP auftreten. Der Name ist überall gut verständlich und leicht zu merken.

### **Last but not least: Sind Sie privat auch Camper?**

**Uwe Frers:** Meine erste Camping-Erfahrung habe ich als 14-Jähriger beim Wintercamping in Lechbruck gemacht, als Student ging es mit dem Zelt nach Griechenland. Heute genießt es meine siebenjährige Tochter, die Sommerferien auf dem Campingplatz verbringen zu können. Wir haben das tolle Wetter im August genutzt und waren zwei Wochen auf dem Strandcamping Waging am See in Bayern. In den letzten 12 Monaten durfte ich zudem sehr viele Campingplätze beruflich kennen lernen, bislang war ich in Italien, Spanien, Deutschland und der Schweiz unterwegs, demnächst geht es nach Kroatien. Die Branche ist geprägt durch Familienbetriebe, viele Akteure kennen sich seit Jahrzehnten. Ich mag das Thema und meinen Job, anders würde das Pensum auch gar keinen Spaß machen.

### **Pressekontakt**

ADAC SE Unternehmenskommunikation  
Marion-Maxi Hartung  
T 089 76 76 38 67  
marion-maxi.hartung@adac.de

Diese Presseinformation sowie Bilder von Uwe Frers finden Sie online unter [presse.adac.de](http://presse.adac.de). Folgen Sie uns auch unter [twitter.com/adac](https://twitter.com/adac)