

Kim jest użytkownik kampera i dlaczego warto w niego zainwestować?

data aktualizacji: 2020.11.13



Prowadzisz hotel, pensjonat, domki na wynajem? Dysponujesz dużym terenem i do końca nie wiesz, co z nim zrobić? Być może zastanawiasz się, jak można rozwinąć działalność, zainwestować i zacząć zarabiać więcej? Rozwiązaniem jest coraz popularniejszy caravanning, czyli kampery i przyczepy kempingowe. Oto tekst, który pokaże Ci, kim jest użytkownik „domu na kółkach” i dlaczego warto w niego zainwestować.

Caravanning w Polsce jest małym rynkiem, ale notuje ciągle wzrosty. Ten rok, rekordowy, pokazał, że Polaków stać na jeszcze droższą alternatywę do ekskluzywnych hoteli i wycieczek zagranicznych. Łącznie kamperów i przyczep kempingowych sprzedało się ponad tysiąc. To i tak nic w porównaniu z rynkiem pojazdów używanych. Tam sprzedaż oscyluje w okolicach 6500 sztuk. Warto pamiętać, że to dane obejmujące okres styczeń-wrzesień. Nie jest żadną tajemnicą, że największą sprzedaż dealerzy notują w okresie jesiennym (targowym). Statystyki na koniec roku mogą więc być zaskakujące i optymistyczne.

Kto kupuje nowego kampera? W ponad 90% przypadków są to właściciele dobrze prosperujących firm. Ich pozycja zawodowa jest stabilna, mogą sobie pozwolić na długie (i dalekie) wyjazdy. Najczęściej nie podróżują sami. Zabierają żony/mężów lub całe rodziny. Ich pojazdy są dostosowane do całorocznego użytkowania, więc chętnie wyjeżdżają również w okresie jesienno-zimowym.

Na polach kempingowych korzystają ze wszystkich atrakcji. Wypożyczają rowery, wydają pieniądze

w barze i restauracji, chętnie dopłacą za możliwość wynajęcia łódki, kajaka lub quada. Dużo podróżują po okolicy zwiedzając. Rozwijają więc rynek nie tylko samego kempingu, ale też całego regionu. Caravanningowcy zazwyczaj nie lubią siedzieć w miejscu. Są aktywni, ale to my, właściciele kempingu, powinniśmy podsunąć im pomysły na spędzenie wolnego czasu.

W naszym kraju brakuje zwłaszcza kempingów zimowych, ulokowanych w pięknych, górskich lokalizacjach. Lokalne władze często tłumaczą, że caravanningowiec „nie wydaje pieniędzy” lub „oszczędza na noclegu”. To duże uproszczenie i błąd w rozumowaniu. Posiadacz kampera chętnie zapłaci za postój na dobrze wyposażonym kempingu zimowym przystosowanym do pobytu w okresie niskich temperatur. Jeżeli damy mu tylko kawałek parkingu i karzemy za to słono zapłacić - niestety, ta polityka się nie sprawdzi. Nowoczesne „domy na kołach” są w stanie być niezależne od prądu czy wody nawet przez kilka dni. A caravanningowiec mądrym człowiekiem jest i bezsensownie pieniędzy tracić nie będzie.

Poza tym, posiadacz kampera też kupi karnety na wyciągi, też skorzysta z oferty gastronomicznej, wypożyczy narty lub deskę a wieczorem chętnie wskoczy do balii z gorącą wodą. Za dopłatą? Okej, ale niech infrastruktura będzie do niego odpowiednio przystosowana. Pamiętajmy, że to człowiek, który wydał ponad 300.000 tysięcy złotych na pojazd służący rekreacji i niczemu innemu! Mógł wybrać wszystko inne - wakacje za granicą, w najlepszym hotelu, z najlepszą obsługą. Zdecydował się jednak na pojazd kempingowy i teraz, mając do dyspozycji jedynie „dziurę w ziemi” służącą jako zlewnia toalety chemicznej, albo zrezygnuje z caravanningu albo przeniesie się w inne miejsce, dostosowane do jego potrzeb. Najczęściej wybór padnie na kemping poza granicami Polski.

A tam już dawno zrozumieli, że człowiek przyjeżdżający kamperem to cenny klient. Nie potrzebuje dużo - stacja serwisowa gdzie opróżni toaletę chemiczną, zbiornik na szarą wodę i zatankuje świeżą jest w zupełności wystarczająca. Koszt jej postawienia w naszym kraju zaczyna się od kilku tysięcy złotych. To niedużo jeżeli na naszym obiekcie pozostała infrastruktura (dostęp do jeziora, atrakcji, restauracji) już funkcjonuje np. przy okazji działającego od lat hotelu. Nie musimy budować od razu pełnowymiarowego kempingu. Caravanningowcy się dostosują wiedząc, że jadą na tak zwany „stellplatz” a nie „kemping”.

Oczywiście, studząc emocje, mamy dostęp do statystyk i raportów na temat turystyki w naszym kraju. Wiemy, jak duży odsetek Polaków wybiera hotele i pensjonaty. Kempingi i pola biwakowe to zaledwie niewielki procent wszystkich podróży. Należy jednak pamiętać, że otwierając się na caravanningowców przyciągniemy nie tylko Polaków. Nasz zachodni sąsiad, prawdziwy gigant caravanningowy, ocenia swój rynek kempingów na kwotę ponad 14 milionów euro (dane za 2018 rok). Tylko kamperów z niemieckimi tablicami rejestracyjnymi jeździło po Europie 530.000 sztuk. Mało? Okej - jeżdżących przyczep kempingowych było jeszcze więcej bo 670 tysięcy.

To realne „jeżdżące” pieniądze, które mocno mogą wpłynąć na rozwój Twojego biznesu. Obiektów funkcjonujących przez cały rok nadal w Polsce jest niewiele. Te, które są otwarte, często nie oferują nic poza dobrym zapleczem kempingowym. Brakuje atrakcji, zajęć i różnorodnych możliwości spędzenia czasu. Jeżeli rzeczywiście chcemy by caravanning w Polsce się rozwijał, musimy... zacząć podróżować przez cały rok. Korzystać z kempingów i dostępnych na nich promocji. Pieniądz nakręca pieniądz. Funkcjonując przez zaledwie 3-4 miesiące w roku właściciele pól nie będą skłonni do inwestycji. Nie będą też otwierali się na klientów przez cały rok bo tych w okresie jesienno-zimowym jest... garstka. A koszty (prąd, woda, pracownicy, ogrzewanie) wysokie.

Źródło: