

# Årsrapport 2025



Svensk  
Camping

Statistik, fakta och trender om  
campingbranschen.



# Dags för lite schyssta klimatförändringar på er camping?



## **SEDAN 2023 HAR VI EN NY FÖRPACKNINGSFÖRORDNING ATT FÖLJA**

Det innebär bland annat att ni som driver en camping har ansvar för att tomma burkar och flaskor med pant hamnar där de ska: tillbaka in i pantsystemet. Så varför inte starta en liten klimatrörelse på campingen med vår kostnadsfria tjänst? Då blir det lätt att göra rätt – både för er och för era gäster!



Anslut er som kund på  
**pantamera.nu**



**PANTAMERA**



## Svensk Campings årsrapport 2025

|    |                                          |    |                                                                        |
|----|------------------------------------------|----|------------------------------------------------------------------------|
| 4  | Vd har ordet                             | 24 | Femstjärniga campingplatser 2025                                       |
| 6  | Branschstatistik                         | 25 | Camping.se Campers' Choice 2025                                        |
| 11 | Destination Öland                        | 26 | Svenska Campingpriset - Årets<br>företagare Maria Jonasson             |
| 12 | Statistik campingfordon                  | 28 | Svenska Campingpriset - Årets<br>hållbarhetsinsats Fredrik Fredriksson |
| 14 | Intervju: Alf Ekström, KABE Group        | 30 | Kort om Svensk Camping                                                 |
| 16 | Statistik internationella sommarturister | 31 | Associerade Partners 2025                                              |
| 18 | Reportage: Campingprofessorn             | 32 | Medlemsföretag 2025                                                    |
| 20 | Internationella campingstudenter         |    |                                                                        |
| 21 | Statistik camping i Europa               |    |                                                                        |
| 22 | Europeiska campingtrender                |    |                                                                        |

Svensk Campings årsrapport 2025 innehåller data ifrån flera olika källor samt intervjuer med branschpersonligheter. Källorna utgörs av SCB, Tillväxtverket, Svensk Camping, ADAC Camping, Husvagns- och Husbilsbranschens Riksförbund (HRF), European Caravan Federation, Eurostat samt Resurs. Vi reserverar oss för eventuella tryckfel. Produktion: Svensk Camping inhouse. Grafisk produktion: Magnus Körner. Omslagsfoto: Shutterstock. Innehållet i denna rapport är upphovsrättsligt skyddat. Det är tillåtet att citera, dela och återanvända materialet i icke-kommersiella sammanhang, så länge källan anges: Svensk Camping, Årsrapport 2025, svenskcamping.com. Copyright © Svensk Camping.

Martin Juhos, vd Svensk Camping:

# “Branschen står stadigt som Sveriges största turistboende under sommarmånaderna”



2024 blev ytterligare ett bra år för vår bransch, inte minst tack vare den internationella marknaden. I en omvärld som de senaste åren präglats av stor osäkerhet står sig Sveriges campingplatser väl. De senaste åren har antalet gästnätter slutat på 16 till 17 miljoner varje år. Det är en tydlig förändring jämfört med ett decennium tidigare då nivån var 13 till 14 miljoner gästnätter. Motståndskraften mot förändringar i samhällsekonomi, konkurrens från andra semesterformer och andra händelser är stark och branschen står stadigt som Sveriges största turistboende under sommarmånaderna.

## Vilka är utmaningarna?

– Det finns såklart alltid orosmoln, den inhemska och även den norska marknaden står och stampar – antalet gästnätter varken ökar eller minskar. Vi ser också att det säljs betydligt färre husvagnar idag än för tio år sedan. Sedan följer vår bransch den generella utvecklingen inom besöksnäringen i Sverige. 2024 ökade camping med 0,9 procent och svensk turism i helhet med 0,7 procent, när det gäller volym. Med ett allt större fokus på turister från Europa kommer Sveriges attraktionskraft där att bli ännu viktigare för vår bransch.

## Hur blir Sverige en toppdestination på den europeiska marknaden?

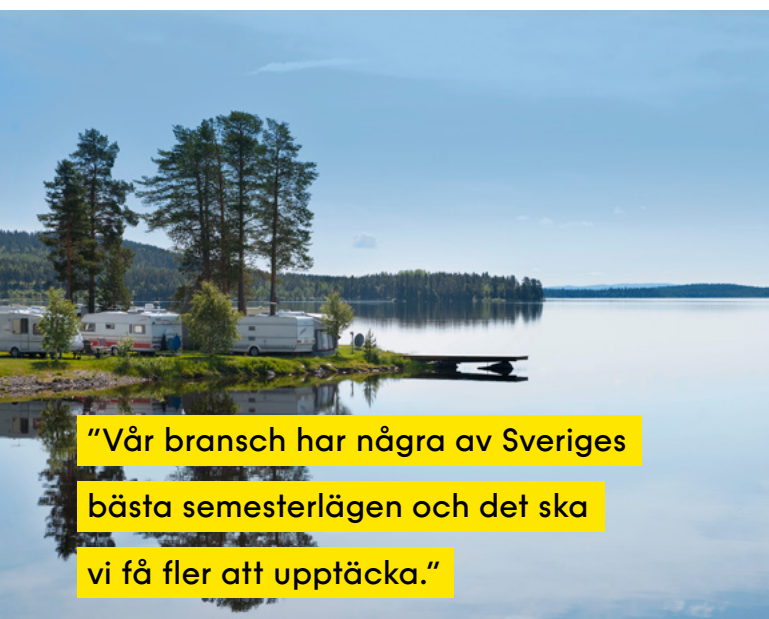
– Vår satsning på Tyskland och Europa är långsiktig. Sverige har ett starkt varumärke och marknaden är stor. Med rätt satsningar och en stark närvaro är jag säker på att vi kan fortsätta öka på dessa marknader, men det krävs investeringar och samarbeten. Den gemensamma internationella marknadsföringen av Sverige är för liten och det vilar ofta ett allt för stort ansvar på enskilda turistföretag och på boendeanläggningar i synnerhet. En campingturist spenderar bara en av fyra kronor på logi, resten går till annan konsumtion. Campingturismen är alltså en viktig ekonomisk turismmotor på många platser i Sverige.

## Varför är campingnäringen så viktig i ett internationellt perspektiv?

– Sverige har ett guldläge som destination, men ska vi lyckas i Europa måste vi vinna på campingmarknaden. Det är i Europa en stor del av tillväxten finns och här är camping på stark uppgång. För att få fler turister att uppleva mer av Sverige så behöver vi hjälpas åt och även arbeta över gränserna. Ett exempel på det är vårt ökade nordiska samarbete. Tillsammans kan vi i Norden bli en topp-5-destination i Europa och då blir det enklare att ta plats på marknaden.

## Vad borde alla känna till om campingnäringen?

– Branschens storhet syns ute på vägarna och i statistiken, men inte alltid där beslut fattas. Att nästan 50 procent av Sveriges volym av europeiska övernattningar



“Vår bransch har några av Sveriges bästa semesterlägen och det ska vi få fler att upptäcka.”

under sommaren görs på camping, är något som är okänt för många. På många svenska destinationer finns knappt någon sommarturism utan campingplatserna. Låt oss ta Värmland som exempel. Under sommarmånaderna sker fler än sex av tio gästnätter på camping och bland besökare från Europa genomförs fler än åtta av tio övernattningar på en campingplats. Och Värmland är bara ett exempel. Detta måste vi få fler att känna till.

### Vad blir viktigast för er 2025

– Vi vill underlätta våra medlemmars vardag och vara ett stöd i deras verksamhet. För oss på Svensk Camping har 2024 framför allt varit ett utvecklings- och förändringsår. Nu under 2025 lanserar vi flera nya tjänster och projekt. Med en uppdaterad visuell identitet och ett kanske inte helt nytt, men förenklat namn, ska vi förtydliga vår roll i Turistsverige och utveckla våra tre fokusområden: kvalitet- och hållbarhet, marknadsföring och branschkommunikation. Vi har en lång historia att vårda, samtidigt som vi måste utvecklas tillsammans med branschen och vår omvärld.

### Vad gör ni på hållbarhetssidan?

– Vi har klassificerat campingplatser sedan 1996 och har lång erfarenhet av det, under 2025 lanserar vi vårt nya kvalitets- och hållbarhetssystem. Med över 200 mätkriterier är det ett komplext system, men med en digital e-tjänst som gör alla beräkningar, blir upplevelsen för anläggningarna allt annat än komplex. Ett av målen är att göra det betydligt enklare att komma i gång med hållbarhetsarbetet, men också att lyfta in gästomdömen från globala plattformar i kvalitetsarbetet. Det ger inte bara trovärdighet och äkthet utan också direkt återkoppling från marknaden.

### Hur hjälper ni medlemsföretagen i deras marknadsföringsarbete?

– Vi ska stödja våra medlemsföretags tillväxt och konkurrenskraft även på marknadssidan. Med lanseringen av vår nya marknadsservice erbjuder vi ett uppdaterat utbud av marknadsförings- och bokningstjänster som är designat för campingplatser med olika behov. Basen är Camping.se som är branschens största marknadsplats, såväl som Sveriges största resemagasin och resenhetensbrev. Den kombinerar vi med digitala tilläggstjänster och en kanalväljare som inkluderar de bokningskanaler där gästerna finns.

### Ert tredje område är branschkommunikation, hur ser du att ni ska bidra där?

– Det handlar om att arbeta med bilden av camping, intressera omvärlden för campingnäringen och informera om vilken betydelse den har för svensk turism. Vi vill



Foto: Niklas Maupoix

få fler att jobba i branschen, investera i den och så klart välja campingsemestern. Det gör vi genom kommunikationsarbete och vi bedriver också påverkansarbete för att skapa bättre förutsättningar för våra medlemmar.

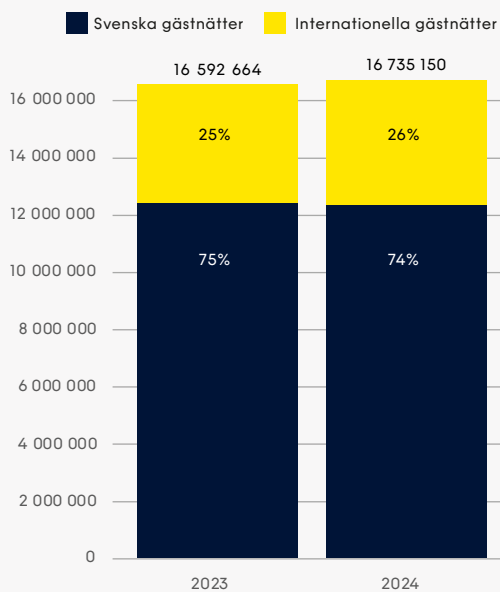
### Hur ser visionen ut?

– Som medlem i Svensk Camping och certifierad campingplats tar man plats i ett nätverk av campingplatser som delar visionen om att skapa Europas bästa campingupplevelser. Det är vår vision och den kommer vi att arbeta mycket mer med framöver. Vår bransch har några av Sveriges bästa semesterlägen och det ska vi få fler att upptäcka. Jag hoppas och tror att nästa nivå för branschen är 19–20 miljoner gästnätter och att vi är där 2035. ▲

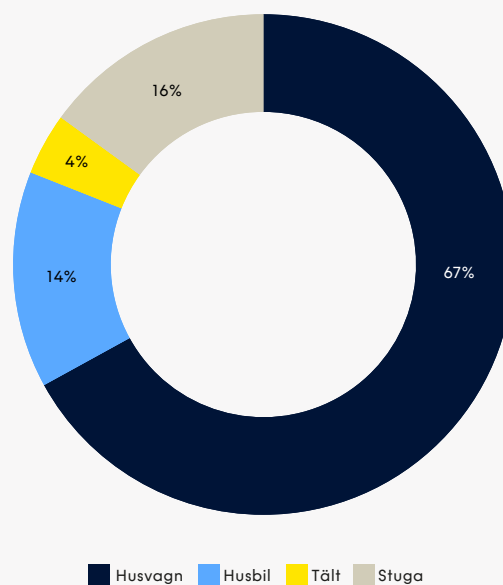
# Nästan 17 miljoner gästnätter på Sveriges campingplatser 2024

Sverige och Sveriges campingplatser fortsätter att locka allt fler. Under 2024 ökade antalet gästnätter på Sveriges campingplatser till 16,7 miljoner. 2024 blev därmed ett av de bästa åren någonsin. Camping är basen för turismen utanför storstäderna och står för en majoritet av turistövernattningarna på många destinationer i Sverige.

## Antal gästnätter på Sveriges campingplatser 2024



## Fördelning av antal gästnätter per boendeform 2024



Totalt finns cirka 104 000 campingtomter och 11 000 stugor på Sveriges campingplatser.

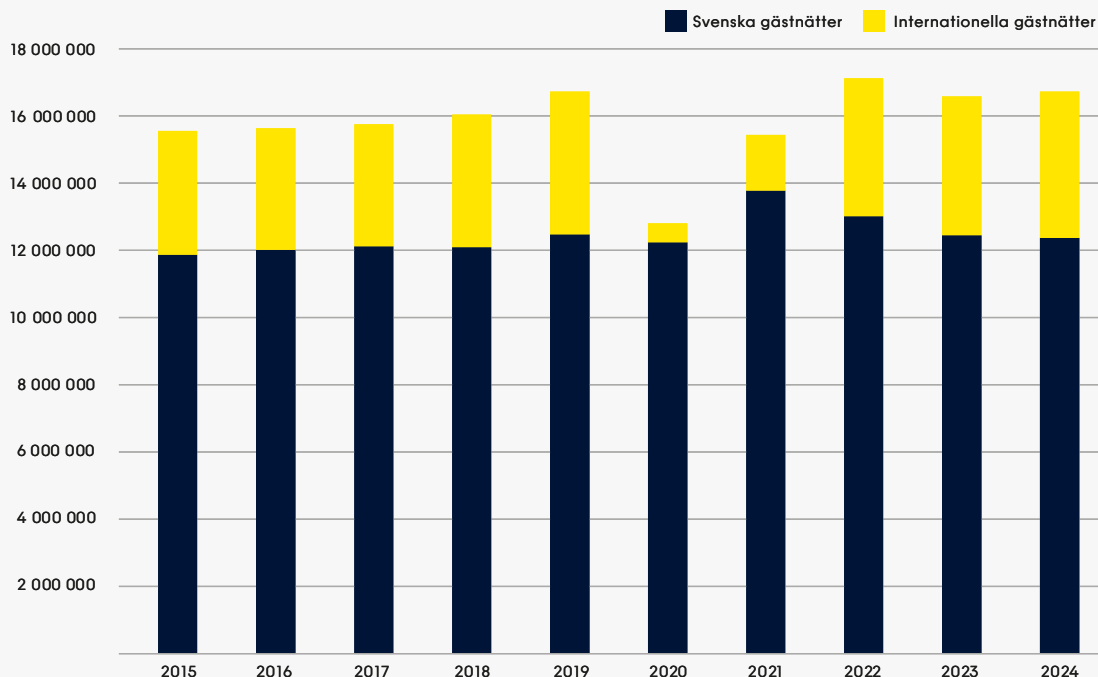


Foto: Adam Merking

# 2,9

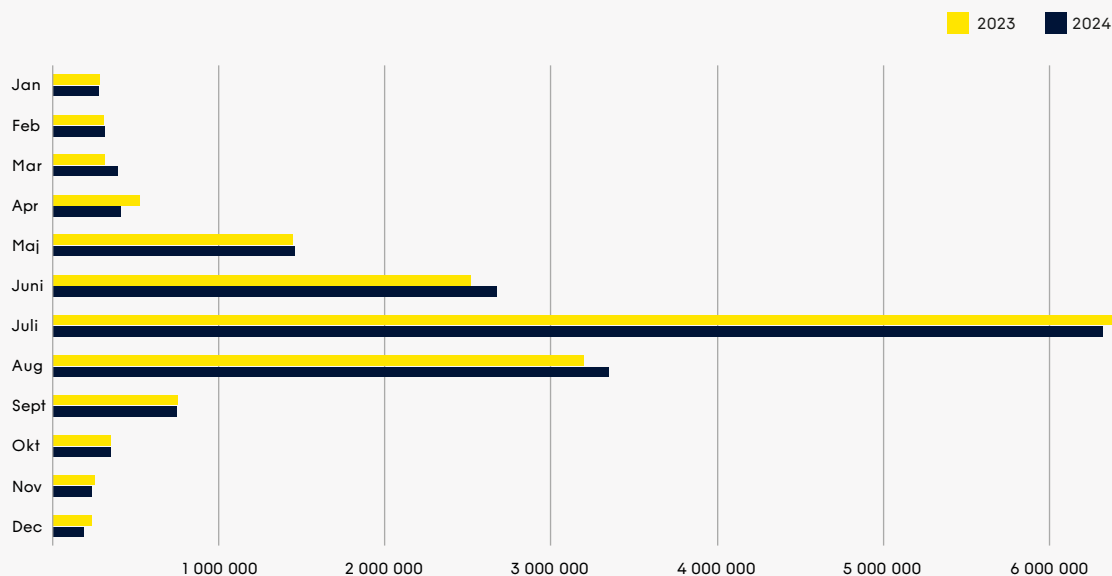
miljarder kronor i logiintäkter för branschen 2024, en ökning med 6 procent.

## Antal gästnätter på Sveriges campingplatser per år de senaste 10 åren



Branschens tillväxt är stabil. Under pandemin ökade den inhemska turismen kraftigt och det innebar fler svenska övernattningsnätter. Sedan toppåret 2021 har de inhemska övernattningsnätterna backat tillbaka till nivåer som innan pandemin. Trots en stor ökning av antalet internationella gästnätter växer branschen långsamt. Branschens tillväxt påverkas av hur attraktivt Sverige är som resmål.

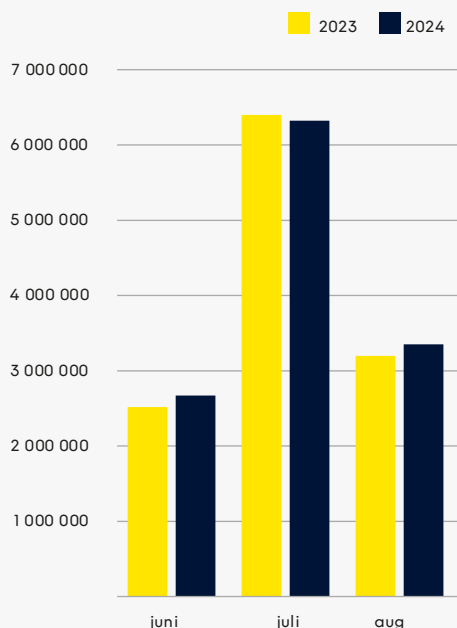
## Antal gästnätter på Sveriges campingplatser fördelat per månad under 2024 jämfört med 2023



# Camping året runt – stark sommar och växande vintersäsong

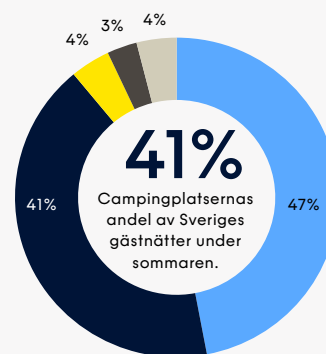
Sommaren 2024 stod camping för 41 procent av Sveriges turistövernattningar. Vintersäsongen kännetecknas av en stor andel säsongsuppställning, men det syns en ökning av branschens rörliga vinterturism. Under sommarmånaderna juni till augusti ökade antalet gästnätter med 1,9 procent till 12,3 miljoner, vilket var mer än den genomsnittliga ökningen för alla turistboenden i Sverige som var 1,2 procent.

## Gästnätter på campingplats under juni, juli, augusti

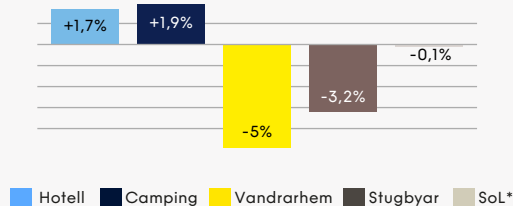


Enligt SMHI var sommaren 2024 rekordvarm i allra nordligaste Sverige. I södra och mellersta Sverige var det däremot en sommar med en månadsmedeltemperatur omkring det normala. Branschen har ungefär 41 procent av övernattningarna under juni till augusti.

## Fördelning av gästnätter per turistboende i Sverige juni–augusti 2024



Utveckling för perioden jämfört med 2023



# 47%

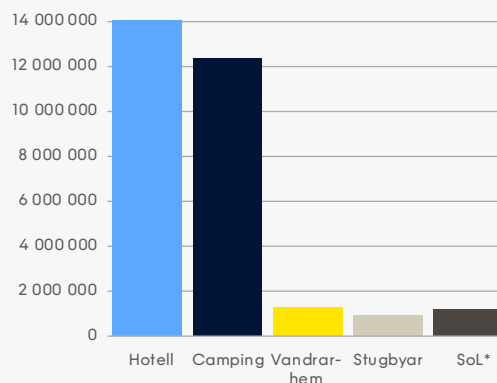
av Sveriges alla turistövernattningar i juli spenderades på en campingplats 2024.

## Antal gästnätter vintersäsongen 2024

# 1 228 000

Under vintersäsongen, december till mars, ökade antalet gästnätter med 9,4 procent jämfört med året innan. Även om vintersäsongen kännetecknas av en stor andel säsongsuppställning syns en tydlig ökning av branschens rörliga vinterturism.

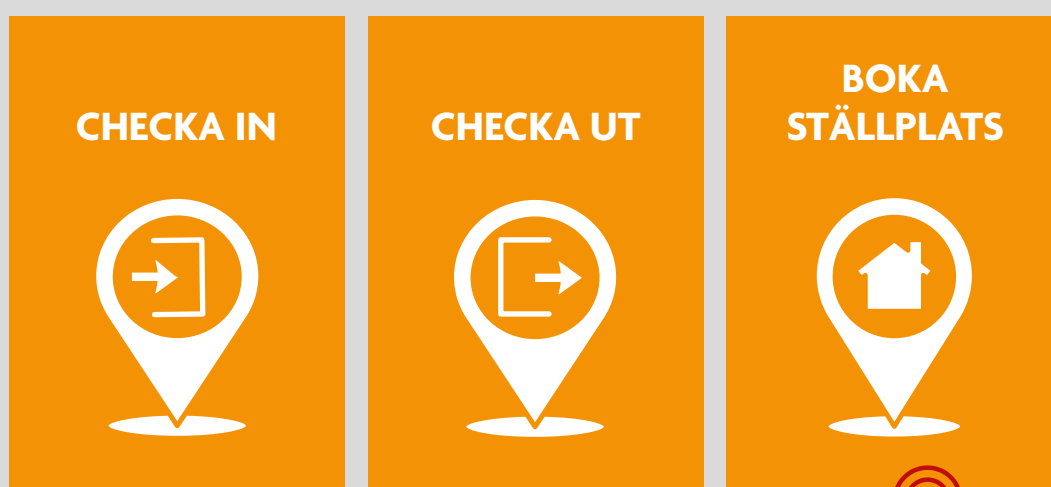
## Antal gästnätter per turistboende i Sverige juni-augusti 2024



\*Förmedlade privata stugor och lägenheter.

# Comers bokningssystem

den moderna lösningen för din camping



**CHECKA IN, UT ELLER SKAPA EN NY BOKNING**



**NYHET!** Nu lanserar vi vår smidiga självbetjäningsskiosk – boka, betala och checka in snabbt och enkelt, direkt i receptionen eller utanför. Gästen väljer sin plats från kartan och checkar in snabbt. Smidig start på vistelsen!

Bokningssystem i molnet för alla campingar – med alla funktioner du behöver!

Camping • Ställplats • Konferens • Aktiviteter  
Hyrprodukter • Biljetter • Evenemang

---

Vill du prova **Comers**, kontakta oss på [provacomers@comers.se](mailto:provacomers@comers.se)

[www.comers.se](http://www.comers.se)

PARTNER:



**ASSOCIERAD  
PARTNER**

## Västra Götaland och Borgholm i topp

Camping är det största semesterboendet under sommaren i 18 av Sveriges 21 län. I flera regioner överstiger marknadsandelen för camping 50 procent. På många destinationer är campingplatserna en grundförutsättning för sommarturismen. Under 2024 hade Borgholms kommun flest gästnätter på camping bland alla svenska kommuner, medan Västra Götalands län toppade listan bland länen.

### Antal gästnätter på Sveriges campingplatser fördelat per län, helår

|    |                 |           |
|----|-----------------|-----------|
| 1  | Västra Götaland | 3 168 577 |
| 2  | Kalmar          | 1 979 347 |
| 3  | Skåne           | 1 578 343 |
| 4  | Halland         | 1 529 665 |
| 5  | Dalarna         | 1 165 518 |
| 6  | Värmland        | 854 410   |
| 7  | Norrbottnen     | 841 430   |
| 8  | Västerbotten    | 625 462   |
| 9  | Stockholm       | 615 152   |
| 10 | Jämtland        | 554 344   |
| 11 | Östergötland    | 427 512   |
| 12 | Jönköping       | 425 222   |
| 13 | Blekinge        | 415 971   |
| 14 | Södermanland    | 404 701   |
| 15 | Örebro          | 394 060   |
| 16 | Gävleborg       | 338 631   |
| 17 | Västernorrland  | 316 860   |
| 18 | Kronoberg       | 314 269   |
| 19 | Uppsala         | 281 055   |
| 20 | Västmanland     | 254 124   |
| 21 | Gotland         | 250 497   |

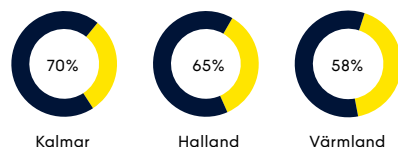
### Antal gästnätter på Sveriges campingplatser fördelat per kommun, helår

|    |              |         |
|----|--------------|---------|
| 1  | Borgholm     | 954 134 |
| 2  | Strömstad    | 563 347 |
| 3  | Falkenberg   | 456 109 |
| 4  | Varberg      | 413 118 |
| 5  | Tanum        | 344 428 |
| 6  | Västervik    | 319 762 |
| 7  | Halmstad     | 286 761 |
| 8  | Gotland      | 250 689 |
| 9  | Mörbylånga   | 250 332 |
| 10 | Sotenäs      | 248 823 |
| 11 | Uddevalla    | 214 875 |
| 12 | Piteå        | 197 075 |
| 13 | Kristianstad | 194 577 |
| 14 | Mora         | 185 858 |
| 15 | Karlskrona   | 171 928 |

Kommunstatistiken påverkas av att utfallet i vissa kommuner inte redovisas på grund av statistiksekretess, exempelvis saknas Göteborg i listan.

### Länen med störst andel gästnätter på campingplats under sommarmånaderna

Andel gästnätter som tillbringats på en campingplats av allt kommersiellt turistboende i länet under juni–augusti 2024.



Borgholms kommun på Öland var den största campingkommunen 2024, och när det kommer till andel av de totala turistövernattningarna är Kalmar län störst.

Västra Götalands län hade flest gästnätter på camping 2024, och när det kommer till andel av de totala turistövernattningarna är Kalmar län störst.



Johan Rustan, vd Öland & Co:

# "Campingbesökarna är vår viktigaste målgrupp"



Med 16,7 miljoner gästnätter under 2024 stärker campingnäringen sin position som den svenska sommarturismens ryggrad. På Öland blir detta särskilt tydligt. Av öns 1,5 miljoner gästnätter sker hela 1,2 miljoner på campingplatser – varav 950 000 i Borgholms kommun.



– Campingen är en viktig motor för hela Öland, och besökarna är vår allra viktigaste målgrupp, säger Johan Rustan, vd för destinationsbolaget Öland & Co.

Öland har länge varit en av Sveriges mest populära campingdestinationer, och Borgholm toppar år efter år listan över kommuner med flest gästnätter. De många soltimmarna spelar förstås in – men det är långt ifrån hela förklaringen till campingens framgång på ön.

– Det är kombinationen av god tillgänglighet, ett starkt varumärke, rik natur och ett brett utbud av anläggningar.

Här finns något för alla. Lägg därtill ett unikt världsarv och en campingkultur som vuxit fram under generationer, fortsätter han.

En central framtidsfråga även för campingnäringen på Öland är att förlänga säsongen. I dag sker den överväldigande majoriteten av gästnätterna

under sommaren, men potentialen för en längre säsong är stor.

– Öland är en stark destination även vår och höst, inte minst för naturälskare och fågelskådare. Anläggningarna har kapacitet och är redo att ta emot fler gäster utanför högsäsong.

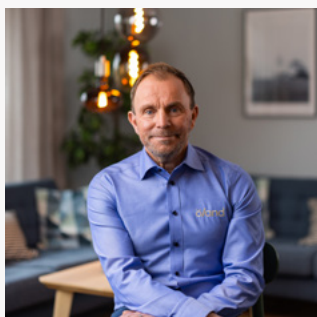
## Måste vårda platsen

Det ökande internationella intresset för Sverige som campingland skapar också nya möjligheter för branschen. Öland, med sin mix av naturupplevelser, kulturarv och välutvecklad infrastruktur, har goda förutsättningar att dra nytta av denna trend.

Men det är helt avgörande att tillväxten sker på ett långsiktigt hållbart sätt. Öland är redan i dag självförsörjande på el, med stor andel från sol- och vindkraft, och många campingföretag arbetar aktivt med att minska sitt klimatavtryck.

– Vi måste vårda platsen – och vi måste vårda kundupplevelsen. Det är så vi bygger en hållbar framtid, avslutar Johan. ▲

Foto: Marcus Carlsson

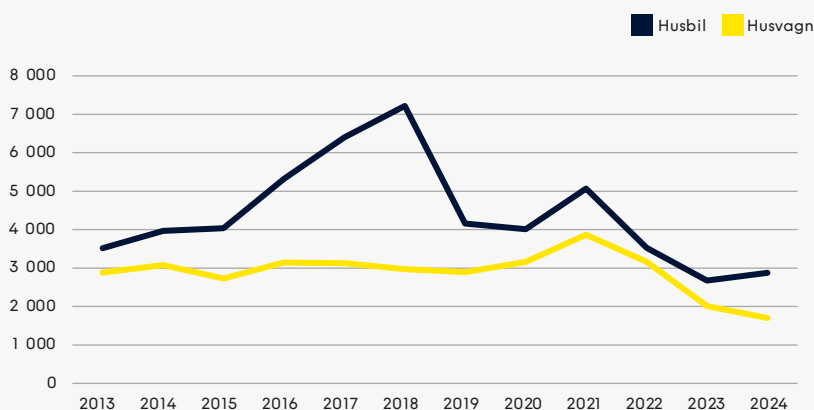


Johan Rustan, vd för destinationsbolaget Öland & Co.

## Husvagns- och husbilsbranschens utveckling

Efter några år med vikande försäljning har 2025 inletts med stärkt tro på framtiden. Husvagns- och Husbilsbranschens Riksförbund (HRF) har under flera år, med stöd från Svensk Camping, Caravan Club och Husbilsklubben, drivit Husbilskampen, som haft som mål att beskattningen av husbilar ska bli mer rättvis. En sänkt ränta och att malusbeskattningen av husbilar nu tagits bort är faktorer som talar för branschen.

Antalet nyregistrerade husvagnar och husbilar per år i Sverige sedan 2013



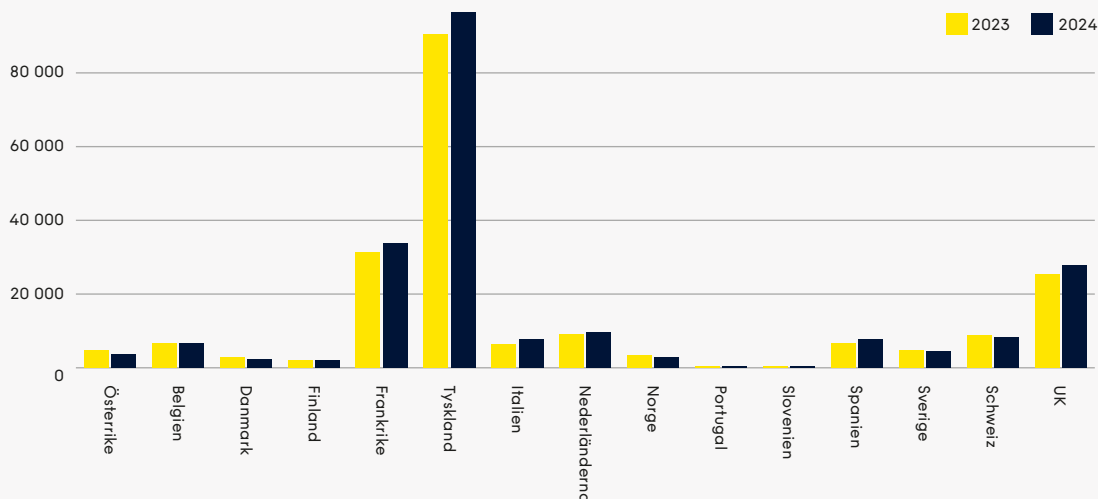
De 10 mest sålda husbilmärkena på svenska marknaden

- |           |                |
|-----------|----------------|
| 1. Adria  | 6. Sun Living  |
| 2. Kabe   | 7. Weinsberg   |
| 3. Knaus  | 8. Rapido      |
| 4. Pilote | 9. Bürstner    |
| 5. Hymer  | 10. Challenger |

# 408 628

så många husbilar och husvagnar finns det totalt i Sverige. Av dem är 69 procent husvagnar.

Nyregistreringar av husvagnar och husbilar i Europa



Den europeiska totalmarknaden för husvagnar och husbilar ökade med 5,2 procent under 2024. Husbilsförsäljningen fortsätter att stå för tillväxten, 9,5 procent, och husvagnsförsäljningen minskade med 4,7 procent. Den tyska marknaden är i särklass störst och här ökar beståndet med nästan 100 000 campingfordon per år. Nederländerna och Danmark sticker ut som två av få länder där det säljs fler husvagnar än husbilar.

Gör allt med CompuSofts  
mångsidiga, modulära  
bokningssystem.

-  Bokningssystem (PMS)
-  Onlinebokning
-  Dynamisk prissättning
-  Tillgänglighetskalender
-  Mina sidor
-  Paketerbjudanden
-  "Sista minuten"-erbjudanden
-  OTA-kanalhantering
-  Gästapp
-  Självbetjäning
-  Biljettförsäljning
-  Åtkomstkontroll
-  Elförbrukningsmätning
-  Kassasystem



## Frigör tid och skapa mer värde med ett kraftfullt bokningssystem

Har din camping den mest effektiva och gästvänliga onlinebokningen, som kan erbjuda dina gäster allt från övernattningar och aktiviteter till biljetter och specialerbjudanden?

CompuSofts onlinebokning och gästapp bidrar till en ännu bättre upplevelse för dina gäster och ökar samtidigt din merförsäljning.

Upptäck ett bokningssystem som inte bara frigör tid, utan också skapar förstklassiga bokningsupplevelser.

CompuSoft serverar över 600 campingplatser. Varje dag.

Få en demo: [www.compusoft.com](http://www.compusoft.com) - tlf: (+45) 63 18 63 18



Steven, vår svenska country manager, står alltid redo att assistera dig och besvara dina frågor.



ASSOCIERAD PARTNER

 Svensk Camping

Alf Ekström, koncernchef för KABE Group:

# ”Tillsammans skapar vi attraktiva upplevelser”



Efter några tuffa år för husvagns- och husbilsbranschen, präglade av stigande kostnader och minskad efterfrågan, ser Alf Ekström, koncernchef för KABE Group, en ljusning. I en intervju med Svensk Camping delar han sin syn på varför campinglivet är mer relevant än någonsin, vad som krävs för att locka barnfamiljer och storstadsbor, och varför branschen måste hålla ihop för att växa.

Pandemin gav branschen en rejäl boost och det var nästan som att det rådde en ”Klondyke-stämning”. I media pratades det om trender som ”hemester” och ”swemester”. Alla kurvor pekade uppåt.

Men snart drabbades även husvagns- och husbilsindustrin av nedgången - av komponentbrist, kostnadsökningar och svagare efterfrågan. Återförsäljare fick se sina lager växa. Det blev många neddragningar.

## Flera ljusglimtar

På toppen av detta fanns ”husbilsskatten”, som ytterligare sargade branschen. Men nu, trots att det höga kostnadsläget består, ser vd:n för tillverkaren Kabe Group, Alf Ekström, en positiv trend på flera marknader. Efter att den orättvisa skatten avskaffades i februari har försäljningen av husbilar ökat kraftigt på den svenska marknaden.

– Det var ett välkommet beslut som verkligen lyft marknaden, säger han.

Kabe har en stark ställning, inte bara i Sverige utan



Alf Ekström, koncernchef för KABE Group.

också i de nordiska länderna. Med tillverkning i Sverige, Polen och Storbritannien, och produkter som säljs i 14 europeiska länder, har företaget etablerat sig som en av Europas ledande aktörer.

Trots utmaningarna under föregående år har Kabe flera ljusglimtar att visa upp. Flertalet modeller har tilldelats internationella priser, och med en bred portfölj av premiummodeller har företaget lyckats ta marknadsandelar på viktiga marknader som Sverige, Tyskland och Storbritannien.

– Trots svårigheterna har vi lyckats växa där andra har tappat, konstaterar Alf.

## Ser möjlighet till fler samarbeten

Hemmamarknaden är mycket viktig för Kabe, den står för drygt 40 procent av försäljningen. Att ”Camping-sverige” fortsätter utvecklas har därför högsta prioritet.

– Campinganläggningarna är branschens motor. Investeringar i förbättrad service och ökad bekvämlighet är helt avgörande för efterfrågan på våra fordon. Bara tillsammans skapar vi attraktiva upplevelse för kunderna, säger Alf Ekström.

– Glöm inte husbils kunderna, vädjar han.

Han betonar att denna snabbt växande grupp, som ofta väljer enklare ställplatser, borde ses som en viktig kundgrupp för campinganläggningarna.

– Det är en målgrupp att inkludera. Som ofta har en stark köpkraft. Kan vi få in dem på campingplatserna vinner alla, säger han och lyfter fram möjligheten att erbjuda högre komfort och service som ett sätt att attrahera dem.

Faktum är att de krav på komfort som kunderna ställer har ökat kraftigt de senaste åren. Idag är det inte längre ett extra plus att ha dusch, bra toalettlösning eller golv-

**"Vi behöver arbeta gemensamt  
för att attrahera nya kunder  
och visa möjligheterna med  
mobilt boende året runt."**



värme i husvagnen eller husbilen – det är en självklarhet.

– Många av våra kunder förväntar sig samma standard i sin husvagn som i sitt eget hem, säger Alf Ekström och fortsätter:

– En satsning på ökad bekvämlighet och service kommer också att göra det lättare för branschen att locka fler till campingen, framför allt barnfamiljerna som är så viktiga att rekrytera för att trygga framtiden.

Alf Ekström ser möjligheter i fler samarbeten mellan sommar- och vinterdestinationer, exempelvis att underlätta för kunder som kan tänka sig att flytta sina husvagnar beroende på säsong.

– Det här är något vi verkligen skulle kunna utnyttja bättre.

### Stor potential i storstäderna

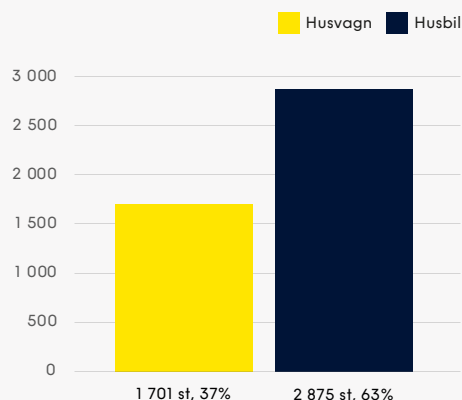
Han lyfter dock ett varningens finger som handlar om försäljningen av husvagnar, som kontinuerligt minskar. Under en 20-årsperiod har nyregistreringarna per år minskat från över 5 000 till under 2 000 årligen. Även om nedgången ännu inte märks fullt ut på campingarna, kommer effekterna bli tydliga på sikt.

– Vi behöver arbeta gemensamt för att attrahera nya kunder och visa möjligheterna med mobilt boende året runt, säger Alf.

En outnyttjad potential finns i storstäderna. Traditionellt har husbilar och husvagnar attraherat villaägare på landsbygden, men friheten och flexibiliteten som en husvagn eller husbil erbjuder borde även tilltala många som bor i lägenheter i storstäderna.

– Det här är en jättemarknad som vi ännu inte har nått.

### Antalet nyregistrerade husvagnar och husbilar i Sverige 2024



Källa: HRF

För den vanliga inkomstagaren är det svårt att köpa en tomt vid havet, men en husvagn ger friheten att uppleva både kust och fjäll – året om, säger Alf.

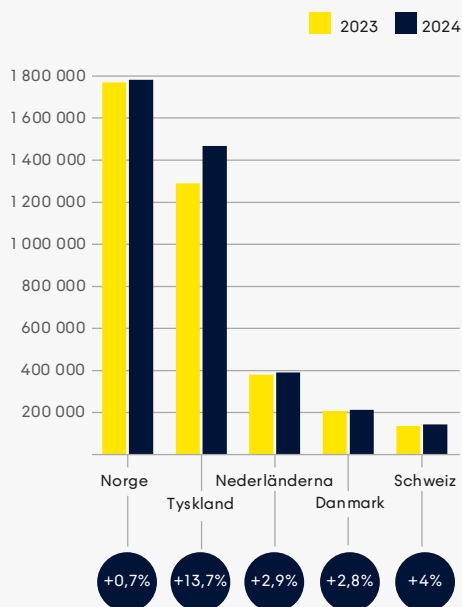
Även om diskussionerna om "hemester", "swemester" och "flygskam" har klingat av, lever de grundläggande behoven kvar. Att semestra nära hemmet och välja hållbara alternativ är inte längre en trend – det har blivit en självklarhet för många.

– Jag tror på Sverige som campingland, och jag ser en enorm potential i att vi kan växa och utvecklas här, avslutar Alf Ekström. ▲

# Europas sommarturister väljer campingboende när de besöker Sverige

Camping är förstahandsvalet för europeiska turister som besöker Sverige under sommarmånaderna. Norge är fortsatt den viktigaste utlandsmarknaden, men intresset från Tyskland ökar mest. Under 2024 ökade de tyska övernattningarna med 14 procent. Svensk Camping har under de senaste åren ökat marknadsföringsinsatserna i Tyskland tillsammans med den tyska motor- och reseorganisationen PiNCAMP/ADAC. Samarbetet omfattar bland annat att 30 000 campingtomter och 2 500 stugor har blivit bokningsbara på Tysklands största bokningssajt genom en integration med Camping.se. Inför 2025 utökas samarbetet till att även omfatta Nederländerna och Schweiz.

## Gästnätter på Sveriges campingplatser från de fem största internationella marknaderna



Tillväxten för branschen finns i Europa. Den tyska marknaden växer kraftigt och närmar sig nu den norska som förblev oförändrad 2024.

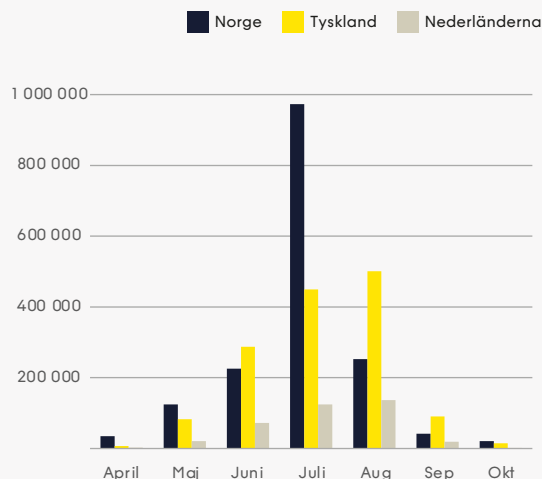
# 4,4

så många miljoner internationella gästnätter hade Sveriges campingplatser under 2024, en ökning med 5,6 procent.

# 47%

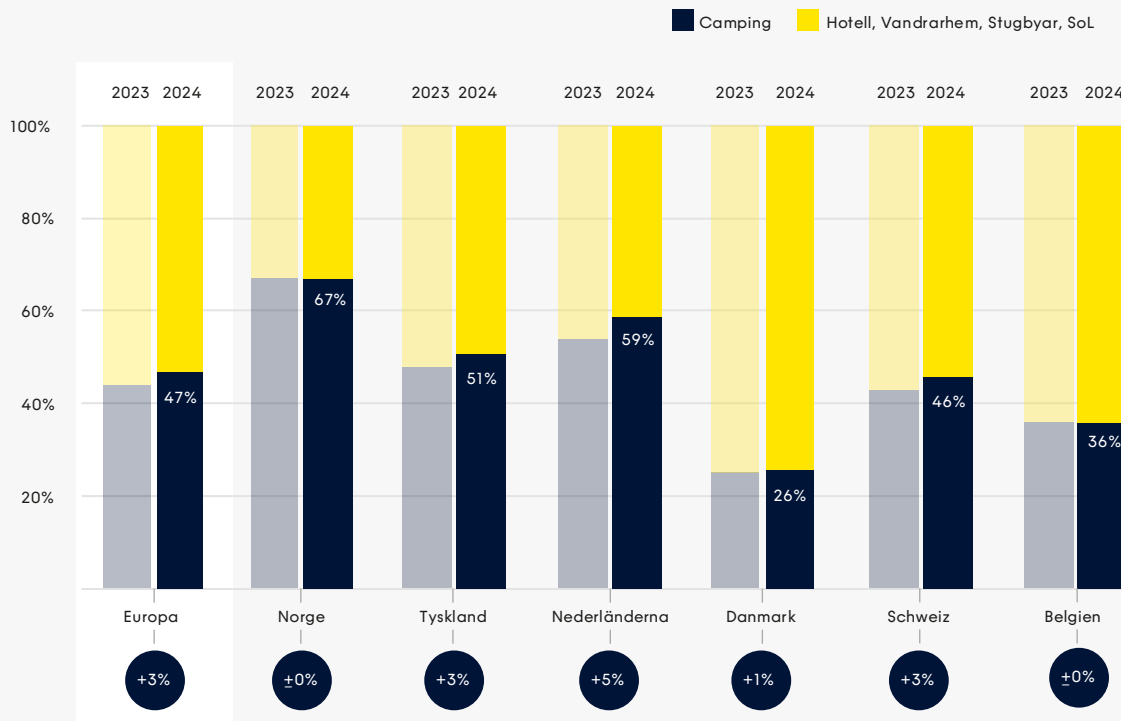
av alla europeiska turistövernattningar i Sverige under perioden juni-augusti 2024 var på camping. En ökning från 45 procent 2023.

## Internationella gästnätter per månad från de tre största marknaderna



I grafen visas hur den internationella marknaden förändras under året. I juni, augusti och september är den tyska marknaden större än den norska som är störst i juli. Turister från Europa reser generellt under fler perioder, och med rätt produktutveckling och marknadsföring kan den internationella marknaden förbättra branschens kapacitetsutnyttjande.

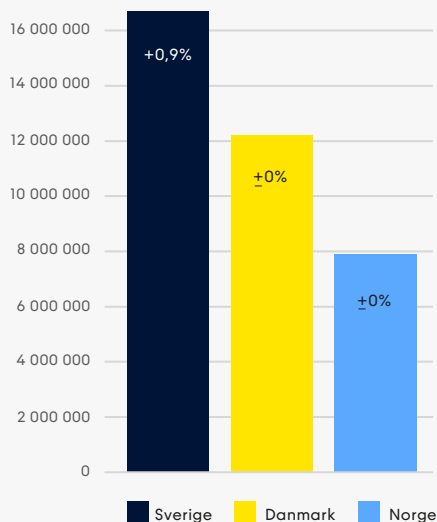
**Så stor andel av de internationella gästnätterna i Sverige är på camping.**  
Diagrammet visar andel och förändring av antalet gästnätter per internationell marknad på camping jämfört med övrigt turistboende i Sverige under juni-augusti.



Diagrammet visar branschens marknadsandel av de internationella gästnätterna i Sverige under sommarmånaderna juni, juli och augusti, samt förändringen jämfört med året innan. Mer än hälften av gästnätterna från Norge, Tyskland och Nederländerna är på campingplats under sommarmånaderna.

**51%**

av Sveriges tyska turistövernattningar under juni till augusti är på camping.



## Camping i Norden

### Gästnätter i Sverige, Norge och Danmark 2024 jämfört med 2023

Norden som helhet uppvisar en liknande trend som Sverige med tillväxt i Europa, men avvaktande på den inhemska marknaden. Svensk Camping har tillsammans med NHO Reiseliv initierat ett projekt för att öka marknadsföringen av området som campingdestination. Ambitionen är att på sikt kunna samla hela Norden i ett gemensamt marknadssamarbete. Tillsammans är länderna i Norden en topp fem destination i Europa.

Danmark och Sverige hade ungefär lika många internationella gästnätter under 2024 – omkring 4,3 miljoner. I Danmark kom mer än 75 procent av dessa från Tyskland.

# Josipa Cvelić Bonifačić sätter branschen på världskartan



Hon var först ut med att doktorera inom campingturism i Europa och har fått stor internationell uppmärksamhet för sina insatser att utveckla och professionalisera näringen. Men kroatien Josipa Cvelić Bonifačić talar helst om sina studenter och om framtiden – som ser mycket ljus ut bara det är fred på jorden.



”Bara det är fred på jorden  
så tror jag att campingen har  
en fantastisk framtid.”

Under våren tog hennes första masterstudenter examen – en liten men stolt grupp på fem personer som utbildats för att driva campingbranschen framåt med fokus på hållbar utveckling. Det handlar om ett unikt masterprogram i internationellt samarbete mellan universitet i Breda (Nederländerna), Rijeka (Kroatien) och Girona (Spanien). På 18 månader får studenterna hela tre examina – Master of Arts, Master of Economics och Master of Science – och praktisk erfarenhet från europeiska campinganläggningar.

– De blir världsmedborgare, säger Josipa. Och för-

hoppningsvis framtida ambassadörer för en bransch som förtjänar mer uppmärksamhet.

## Tre procent inhemska gäster

Kroatien är idag ett av Europas mest populära campingländer – i första hand för tyskar, slovenier och österrikare.

Men kroaterna själva är inte några stora campare.

– Vi har bara tre procent inhemska gäster. Sverige är lyckligt lottat som har en så stark inhemsk marknad, det är en enorm styrka, säger Josipa.

Mycket talar för att Sverige i ett internationellt per-

spektiv kommer stå starkt som campingland. Gästerna vill ha exklusiva naturupplevelser – och landet i norr har både plats och natur att erbjuda.

– Det handlar om lugn, frihet och att slippa trängas. Det är något som uppskattas alltmer, inte minst i tider av ökad miljömedvetenhet, säger hon.

**”Sverige är lyckligt lottat  
som har en så stark inhemsk  
marknad.”**

Josipas egen väg in i campingvärlden började ganska oväntat. Hon studerade internationell handel, men fick sitt första jobb som manager på ett campingföretag i början av 1980-talet – en tid då infrastrukturen var bristfällig och camping fortfarande sågs som något enkelt och primitivt.

– Jag tänkte aldrig att jag en dag skulle doktorera i ämnet, och definitivt inte att jag skulle bli invald i ADAC:s Hall of Fame, säger hon och ler.

### Spår fantastisk framtid

Den tyska bilistorganisationen ADAC beskriver hennes insatser som banbrytande – och det är lätt att förstå varför. Hon har inte bara undervisat, utvecklat kurser och startat branschorganisationer. Sedan nio år tillbaka driver hon också onlineprogrammet ”Management of Camping Resorts”, en uppskattad treveckorskurs för mellanchefer och entreprenörer inom branschen. Deltagarna får diplom, 10 ECTS och praktisk träning på en femstjärnig campingplats.

– Det handlar om ett livslångt lärande och en ständig förbättring, säger Josipa.

När Josipa blickar framåt är det med tillförsikt.

– Bara det är fred på jorden så tror jag att campingen har en fantastisk framtid. Vi ser trender som går helt i linje med vad campingen erbjuder – natur, hälsa, miljö och aktivitet.

Hon lyfter glamping särskilt – exklusiv camping i mindre skala, där gästen slipper trängas och naturen står i centrum.



Masterutbildningen

**TOURISM AND HOSPITALITY INNOVATION**  
– Master of sustainable outdoor hospitality management”

Längd: 18 månader.

Språk: Engelska

Studieupplägg:

Termin 1. University of Breda, Nederländerna

Termin 2. University of Rijeka, Kroatien (Fakulteten för turism och hotellmanagement, Opatija)

Termin 3. University of Girona, Spanien

Praktik: Genomförs vid campingplatser och campingorganisationer i Europa (organiseras av Breda)

Examen: Studenten erhåller tre examina

1. Master of Arts (Breda)

2. Master of Economics (Rijeka)

3. Master of Science (Girona)

Masterutbildningen ger 120 ECTS-poäng och kräver en kandidatexamen för antagning.

Läs mer på: [camping-master.eu](http://camping-master.eu)

– Det gäller att slå vakt om det unika. Skapa många små och egensinniga upplevelser. Försök undvika att fokusera på det storskaliga. Turismen måste anpassa sig efter naturen, inte tvärtom. Camping är inte bara fritid. Det är framtid. ▲



## Tre röster från master- programmet

### “Jag vill bidra till framtidens camping – i Kroatien och internationellt”

Vita Kralj, Kroatien,  
masterstudent i Sustainable  
Outdoor Hospitality  
Management



#### Vilken del av utbildningen har varit mest givande?

– Fokuset på kommunikation och samarbete. I mitt projekt om översvämningshantering i Limburg såg jag hur avgörande långsiktig planering är. Jag har också fått presentera mitt arbete på PiNCAMP-symposiet i Stuttgart och för EFCO, vilket varit otroligt utvecklande.

#### Hur ser du på framtiden?

– Jag vill jobba med att utveckla camping- och turismupplevelser, hitta nya lösningar och samarbeta med andra. Gärna internationellt – att resa och bygga relationer är en stor del av vem jag är, och jag ser fram emot att bidra till branschen på ett meningsfullt sätt.

### “Jag vill ta familjens camping vidare – med hållbarhet i fokus”

Marc Suñe Gou, Spanien,  
masterstudent i Sustainable  
Outdoor Hospitality  
Management



#### Vad har du uppskattat mest hittills?

– Att utbildningen är så praktisk! Vi besöker olika campingplatser, lär oss hur de fungerar i verkligheten och får göra praktik i branschen. Det ger insikter som ingen föreläsningssal kan ersätta.

#### Vad vill du göra efter examen?

– Jag vill ta med mig allt jag lärt mig tillbaka till vår camping och hjälpa till att behålla vår position som en av Europas ledande. Samtidigt vill jag driva utvecklingen mot ett mer hållbart sätt att semestra – både för gästerna och för planeten.

### “Programmet kändes som att det var skraddarsytt för mig”

Mohammad Najafi, Iran,  
masterstudent i Sustainable  
Outdoor Hospitality  
Management



#### Vad är det bästa med utbildningen?

– Att få möta branschfolk, göra studiebesök och ta del av verkliga case och gå på expertföreläsningar ger en praktisk förståelse som böcker inte kan förmedla. Och möjligheten till praktik är ovärderlig.

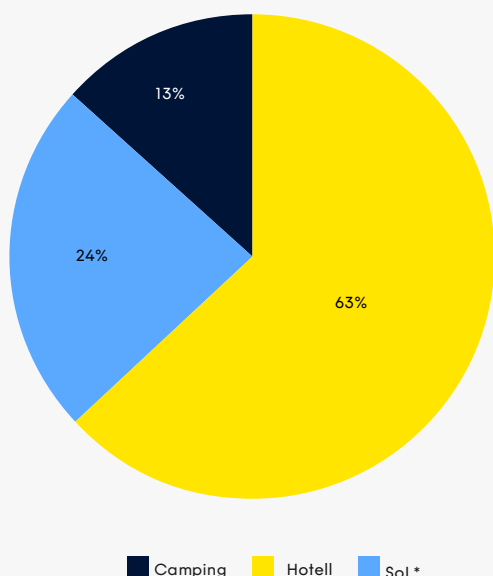
#### Vad har du för planer efter examen?

– Jag fortsätter inom turism och camping, gärna med mer fokus på Europa. Men pandemin har lärt mig att vara öppen för det oväntade – så jag tar det som det kommer, med nyfikenhet och driv.

# Camping i Europa

I Europa finns cirka 29 000 campingplatser. Dessa hade 407 miljoner gästnätter under 2024. Flest antal gästnätter hade Frankrike. Norden är den region som har högst andel inhemsk campingturism och också flest antal campingfordon per capita. Tyska turister står för den största andelen internationella gästnätter i Europa.

Så bor man i hela Europa 2024

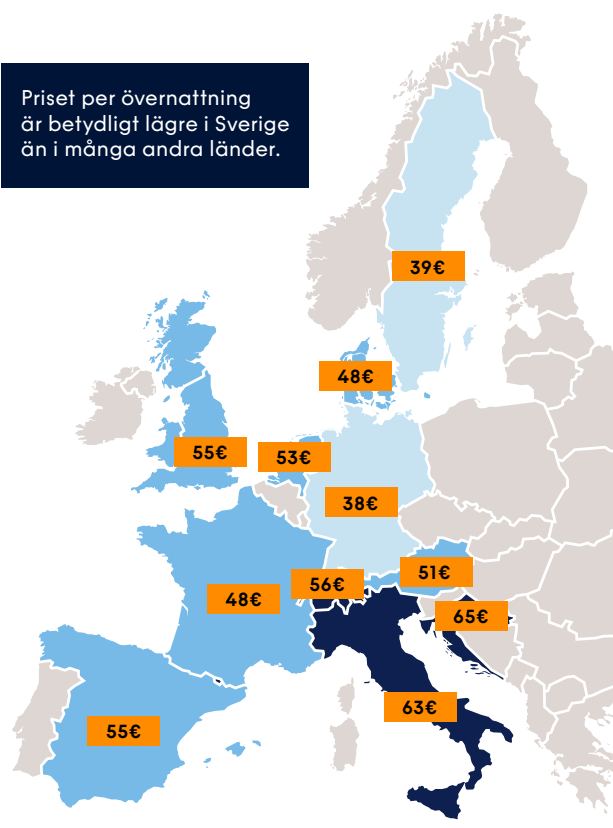


# 407

så många miljoner var det totala antalet gästnätter på camping i EU, inklusive Storbritannien. Campingbranschen står för 13 procent av övernattingarna på årsbasis. Motsvarande siffra i Sverige är 24 procent. Under 2024 minskade övernattingarna i EU, inklusive Storbritannien, med 1,3 procent.

ADAC:s prisjämförelse för övernattnig på camping i Europa

Priset per övernattnig är betydligt lägre i Sverige än i många andra länder.



Priserna visar den genomsnittliga kostnaden för en övernattnig under högsäsong för en familj på tre personer – två vuxna och ett barn upp till 10 år – med husvagn eller husbil. Priset är ett genomsnitt av det högsta och lägsta priset under högsommaren och inkluderar platsavgift, el (5 kWh), varma duschar och turistskatt.

Analysen görs årligen av PiNCAMP/ADAC. Underlaget omfattar över 2 000 campingplatser i elva av Europas mest populära semesterländer. Endast campingplatser med minst tre stjärnor i ADAC:s klassificering och minst 50 campingtomter har tagits med i analysen.

\*Förmedlade privata stugor och lägenheter.

# Åtta europeiska campingtrender

enligt Josipa Cvelić Bonifačić, professor inom campingturism



En campingplats är inte längre enbart en uppställningsplats för tält och husvagnar. Dagens gäster söker något mer – något personligt, naturnära, bekvämt och meningsfullt. En semester som gör skillnad, både för människa och miljö. Josipa Cvelić Bonifačić, professor inom campingturism, delar med sig av åtta trender som visar hur campingvärlden förändras – och vilka möjligheter det skapar för branschen.

Campingbranschen blir alltmer global och gästernas förväntningar förändras, detta ställer krav på branschen både vad gäller utveckling av produkter och tjänster, men också i hur campingplatser positionerar sig på markna-

den. Trenderna speglar inte bara gästernas förändrade behov, där hållbarhet och hälsa spelar en allt större roll, utan också hur branschen svarar med innovation, hållbarhet och ökad professionalisering.

“Trenden är tydlig: camping erbjuder en plats för glädje, gemenskap och sinnesro. För barn är det den bästa lekplatsen och ett klassrum i naturen, för vuxna är det en avkopplande oas för återhämtning.”

1

## Differentiering – från traditionell camping till outdoor hospitality

Differentiering och segmentering är en stark trend. Branschen rör sig mot tydligare profiler och nischade koncept. Allt från vildmarkscamping till kreativa glampingmiljöer, och enkla campingplatser som förvandlas till fullfjädrade resorts. Samtidigt växer specialiseringen mot specifika boendeformer: som till exempel platser för enbart husbilsresenärer, tältare eller stuggäster. Gästens förväntningar styr – och utbudet anpassas därefter.

2

## Professionalisering – ökad kompetens på alla nivåer

Campingbranschen genomgår en professionalisering när det gäller tillgången på utbildad personal. Det märks i allt från affärsutveckling och ledarskap till gästservice, drift, kommunikation försäljning och marknadsföring. Spetskompetens inom turism och värdskap blir allt viktigare, liksom förmågan att attrahera och behålla rätt personal. Kompetens kring verksamhetsledning inom besöksnäringen samt inom turism och värdskap blir avgörande för att driva moderna framgångsrika anläggningar.

3

### **Digitalisering – gästresan är helt uppkopplad**

Digitaliseringen präglar alla delar av campingresan – från inspiration och planering inför resan via sociala medier och internet, till information och bokning via digitala plattformar. Även fordon, utrustning och den dagliga driften på campingplatsen påverkas i allt högre grad av digitala verktyg som effektiviserar och förenklar både gästupp-levelse och verksamhetsstyrning. Den tekniska utvecklingen bidrar till ökad tillgänglighet, bättre service och mer datadrivet beslutsfattande i hela branschen.

4

### **Hållbarhet – en integrerad del i det dagliga arbetet**

Camping är redan den mest hållbara semesterformen – vilket är en konkurrensfördel som blir allt viktigare att lyfta i både destinationsmarknadsföring och varumärkespositionering. Efterfrågan från miljömedvetna resenärer ökar och de förväntar sig energieffektiva lösningar, minskat klimatavtryck och synligt ansvarstagande. Ekocamping, initiativ för energibesparing, mätning av klimatavtryck och fokus på resurseffektiv drift blir allt vanligare.

5

### **Hälsa och välbefinnande – naturen som terapi**

Camping passar perfekt in i den växande hälso-trenden. Gäster söker upplevelser som stärker både kropp och sinne, här erbjuder campingsemestern den helande närheten till naturen som ger återhämtning och välbefinnande. Många söker en paus från vardagen – inte bara semester, utan en personlig nystart. Här kopplas camping till begreppet "transformational tourism", att genom sin semester nära naturen utvecklas till att bli en bättre människa.

6

### **Fordonsförändring – mobilitet på nya sätt**

Campingfordon genomgår en snabb omställning med ökande efterfrågan på eldrivna alternativ, lyxigare husbilar ("landyachting") och smidiga, mindre fordon som tilltalar en yngre generation. Marknaden för husbilsuthyrning växer och områden speciellt anpassade för husbilar ökar.

7

### **Boendet som upplevelse – kreativt, bekvämt och unikt**

Boendet har blivit en upplevelse i sig. Utöver mobila boenden av alla sorter söker allt fler sig till unika boenden och lägen, som stugor i trädkroonarna, på vattnet, glasigloos eller tält med hotellstandard med mera. Mer och mer innovation och kreativitet visar sig i de olika boendeformerna, och inte bara i själva boendet utan även i utrustning, komfort och läge. Hotellservice – som bäddning, frukost och roomservice – dyker allt oftare upp även på campingplatser. Andra boendetrender är utrymmeslyx – mer utrymme och mer avskildhet.

8

### **Gemenskap – möten som stannar kvar**

Gemenskapen mellan gästerna är en av campingens stora styrkor. Det handlar inte bara om att minnas platsen – utan även människorna man mötte där. Livslånga vänskapsrelationer, och återkommande gäster bygger ofta på just detta, möjligheten till gemenskap. Den sociala dimensionen är en stark konkurrensfördel och ett viktigt säljargument för campingsemestern. Trenden är tydlig: camping erbjuder en plats för glädje, gemenskap och sinnesro. För barn är det den bästa lekplatsen och ett klassrum i naturen, för vuxna är det en avkopplande oas för återhämtning.

# Sveriges 5-stjärniga campingplatser 2025

14 campingplatser – från Piteå i norr till Landskrona i söder – får fem stjärnor enligt Svensk Campings klassificering inför säsongen 2025.

Sedan 1996 har Svensk Camping klassificerat svenska campingplatser. Nivån bland de som deltar i klassificeringen är hög – nästan 50 procent av campingplatserna har fyra eller fem stjärnor varav 14 campingplatser når den högsta nivån med fem stjärnor.

## Campingar med 5 stjärnor:

1. Byske Havsbad, Byske Västerbotten
2. Böda Sand Beach Resort, Löttorp Öland
3. Daftö Resort, Strömstad Bohuslän
4. Destination Apelviken, Varberg Halland
5. Gustavsvik, Örebro Örebro län
6. Hafsten Resort, Uddevalla Bohuslän
7. Kneippbyn Resort, Visby Gotland
8. Kronocamping i Lidköping Västergötland
9. Leksand Resort, Leksand Dalarna
10. Mötesplats Borstahusen, Landskrona Skåne
11. Pite Havsbad, Piteå Norrbotten
12. Ursand Resort & Camping, Vänersborg Västergötland
13. Västervik Resort, Västervik Småland
14. Årjäng Camping & Stugor, Sommarvik, Årjäng Värmland

## Här är klassificeringsresultatet för 2025

14 st ★ ★ ★ ★ ★

59 st ★ ★ ★ ★ ★

66 st ★ ★ ★ ★

9 st ★ ★

1 st ★

2 st Vildmarkscamping



# Camping.se Campers' Choice

Camping.se Campers' Choice är gästernas egen utmärkelse, en årligt återkommande tävling där både svenska och internationella gäster röstar på sina favoritcampingplatser i Sverige.

2025 deltog över 7 000 gäster i omröstningen, tillsammans röstade de fram vinnare i sju olika kategorier – från bästa helhetsupplevelse till bästa vintercamping. Utmärkelsen är ett sätt att lyfta

exempel på uppskattade anläggningar från hela landet och hylla företagare som alltid gör det lilla extra för sina gäster, genom sitt värdskap och sitt engagemang.



Foto: Tommy Hvitefeldt

## Alla vinnare 2025

### Bästa helhetsupplevelse

1. Dragsö Camping & Stugby, Blekinge
2. Gullbrannagården, Halland

### Bästa värdskap

3. Vimmerby Camping, Nossenbaden, Småland
4. Daftö Resort, Bohuslän

### Vackraste läget

5. Ramsvik Stugby & Camping, Bohuslän
6. Hafsten Resort, Bohuslän

### Bäst för familjen

7. Hultsfred Strandcamping, Småland
8. Böda Sand Beach Resort, Öland

### Bäst för lugn och ro

9. Överhörns Camping, Ångermanland
10. GrebbestadFjorden, Bohuslän

### Bästa vintercampingen

11. Arctic Camp Jokkmokk, Lappland
12. Caravan Club Tandådalen, Dalarna

### Internationella gästernas favoriter

13. Camping Tiveden, Närke
14. Getnö – Lake Åsnen Resort, Småland

Vinnarna presenteras utan inbördes ordning. Siffran hänvisar till positionen på kartan till vänster och gäller de gula cirklarna.





# Årets företagare Maria Jonasson tvekar inte att göra sin röst hörd



En etablerad sanning stämmer inte alltid. För Maria Jonasson är det givet att ständigt tänka nytt kring campingföretagandet.

– Vi borde alltid fråga oss: "Hur kan vi göra i stället?"

Maria Jonasson blev förvånad, överväldigad och tacksam över att få utmärkelsen Årets företagare.

– Men när man är svensk och dessutom kvinna är det lätt att bli obekvämd när man får ett pris, säger hon och ler.

Maria driver tillsammans med sin sambo Gålö Havsbad, som ligger cirka fyra mil söder om Stockholm. Där finns bland mycket annat 150 tomter, 45 stugor, tre konferenslokaler och skärgårdens längsta sandstrand. Maria och sambon Johan Blomqvist arrenderar anläggningen sedan 2006. Att det blev så kallar Maria en ren slump. Hon är lärare i grunden, men på somrarna brukade hon driva glasskiosken på Gålö Havsbad. Sommaren 2004 satt hon och fikade med dem som drev campingrestaurangen.

– Då sade jag att när det var dags för dem att sluta skulle var jag intresserad av att ta över. Det var nog mest ett infall. Jag var ung och såg inga hinder.

### Massor av potential

Redan samma höst ringde restaurangföretagaren. Maria lyckades övertala Johan att de borde göra verklighet av infallet.

Marken där Gålö Havsbad ligger ägdes då som nu av Skärgårdsstiftelsen. Den är en av länets största markägare och har målet att utveckla natursköna områden för friluftsliv.

Hösten 2005 fick Maria och Johan frågan från stiftelsen om de ville utöka sin insats på Gålö.



– Johan frågade hur mycket, och fick svaret: "mycket"

Maria och Johan nappade på att arrendera hela Gålö Havsbad, så på våren 2006 tog de emot nycklarna till anläggningen. Campingen hade på den tiden väldigt enkel standard och det var stökigt. Där fanns många fastboende och elen ingick i den då mycket låga avgiften.

– Vi såg massor av potential, det fanns möjlighet att göra saker på ett annat sätt. På vårt eget sätt, säger Maria.

Det blev en lång resa för dem att rusta upp området och modernisera stugorna. Och göra om campingen till en fyrstjärnig turistcamping med möjlighet att bo endast säsongvis.

### Ifrågasätter gamla sanningar

Som nyblivna campingföretagare kände de sig varmt välkomnade in i branschen. De fick mycket stöd och hjälp av den campingkonsulent som fanns hos dåvarande SCR. Maria uppskattar mycket att verka i en bransch där alla delar med sig till varandra, både av sådant man gör som funkar bra och det som går mindre bra. Något som är gemensamt för alla campingföretagare, oavsett storlek eller geografi, är enligt Maria att man ofta jobbar så hårt att man inte hinner ta reda på allt som skulle vara bra att veta.

– Men man måste inte kunna allting själv och springa på alla bollar, utan kan fråga dem som är riktigt duktiga. Som företagare ska man aldrig tveka att använda Svensk Camping eller Visita och deras kompetens.

Att Maria tidigare var med i Svensk Campings styrelse,



#### Ur juryns motivering:

”Pristagaren har under många år varit en drivande kraft inom den svenska campingbranschen, som brinner för att utveckla både sin egen verksamhet och branschen i stort. Engagemanget sträcker sig långt utöver det egna företaget, och pristagaren har varit en stark röst i frågor som påverkar campingnäringen på både lokal och nationell nivå.”

var en följd av hennes starka engagemang för branschfrågorna. Hon tycker om att vara en del av ett sammanhang med andra som har kunskap och erfarenhet.

– Tillsammans kan vi hämta inspiration och kläcka nya idéer. Men det är också ett sammanhang där man kan ifrågasätta gamla sanningar om att saker ska vara på ett visst sätt. Bara för att något har varit på ett visst sätt är det kanske inte det bästa. Jag är inte rädd för att ställa dumma frågor. Man får inte tveka att säga ”Jag förstår inte”.

#### Blir aldrig tråkigt

Maria upplever att branschen ibland kan fastna i problem och tycka att allt är orättvist och omöjligt. Då kommer hon tillbaka till sin devis: ”Hur kan vi göra i stället?”

– Att någonting är svårt att förändra eller kan ta lång tid är inget skäl att låta bli att försöka. Då tar det ju bara ännu längre tid, säger Maria.

Som exempel tar hon Plan- och bygglagen, PBL. I den finns ingen definition av vad camping är. Maria anser att tydliga regler som går att förhålla sig till skulle förbättra förutsättningarna för att driva och utveckla campingföretag. Maria ger ett konkret exempel på hur hennes egen kommun agerade i ett bygglovsärende.

– Vi skulle ersätta tio stugor med modernare varianter. De skulle stå på samma ställe som tidigare och vara lika stora. Då var vi tvungna att ansöka om separat bygglov

för varje stuga. Om kommunen ser på camping på det viset blir det otydligt, krångligt och kostsamt att driva företag.

Dessutom tolkas lagar och riktlinjer på olika sätt i olika kommuner. Många av dem har också egna regler. Det gör att företagens möjligheter att utvecklas skiljer sig åt.

– Därför måste det bli klart och tydligt vad en camping är enligt lagen. Och det ska framgå vad du som driver en camping får göra och inte. PBL är bara ett av många exempel. Det ska vara lätt att göra rätt.

#### Campingbransch i förändring

Nu har Maria drivit camping i nästan 20 år. Hon säger att det aldrig har blivit tråkigt, eftersom hon har förmånen att få jobba med sitt engagerade och sammansvetsade åretruntteam. Under de två decennierna har inte bara Gålö Havsbad förändrats utan hela campingbranschen.

– När jag kom in i den var det viktigt för mig att kunna fråga de erfarna företagarna. Nu tycker jag att det är jättespännande att fråga de som är nya i branschen om deras perspektiv.

Maria var med och startade den regionala föreningen Camping Mälardalen Gotland där hon nu avgår som ordförande efter sju år.

– Man får inte vara rädd att lämna plats för andra och låta dem vara kreativa på sitt sätt. Det blir inte likadant som du själv gör – det blir oftast bättre. ▲



# Vinnaren av årets hållbarhetsinsats Fredrik Fredriksson vill minimera sitt klimatavtryck



Fredrik Fredriksson på öländska Wikegårds lever för hållbarhet, både miljömässig och social. Nästa mål är att campinganläggningen ska börja återanvända duschvattnet.

– Någon måste ju vara den som går först.

Utmärkelsen för Årets hållbarhetsinsats blev en total överraskning för Fredrik. Han grät på scenen när han tog emot diplomaten. Wikegårds är ingen stor aktör i branschen, men enligt Fredrik ligger man långt före med exempelvis återvinning av avfall. Gästerna källsorterar glas, papper, plast med mera.

– Vi har inte textade skyltar utan har ramat in själva sakerna som kan återvinnas på de olika ställena. Även barn ska kunna göra rätt.

Avfallet hämtas inte av kommunen. Wikegårds har i stället ett avtal med ett privat företag för att vara säkra på att allting återvinns och inte eldas upp. Också matavfallet sköts av gästerna.

– Alla får en spann att fylla som de kan tömma i vår egen kompost. Det blir till jordförbättringsmedel. Vi får rensa ibland eftersom någon har fuskat, eller bara misslyckats, och lagt ner till exempel en skinkförpackning. Men det är lätt att sortera ut.

### Använder havsvattnet

Fredrik tycker att arbetet med avfallshanteringen blir allt enklare i takt med att gästerna blir mer vana att sortera hemma. Han är också nöjd med att redan ha all infrastruktur på plats.

– Nu är det ju tvingande för alla campingföretag att ta hand om matavfallet, men det är en icke-fråga för mig.

Något annat som Fredrik försöker göra till en icke-fråga är vattenförsörjningen. Han understryker att detta inte minst är viktigt på Öland där färskvatten är en bristvara. Allt vatten som används på Wikegårds kommer



Foto: Tommy Hvitefeldt

Årets hållbarhetsinsats 2025: Fredrik Fredriksson, Wikegårds Semesterby och Ställplatscamping

raka vägen från havet; årsförbrukningen är 1 400 kubikmeter. Vattnet till duschar och handfat avsaltas en gång. Den gäst som vill diska får hämta en balja varmvatten, på så sätt sparas 200 kubikmeter per år. Och till toaletterna leds rent havsvatten.

– Det är håll i huvudet att använda dricksvatten till att spola i toaletten. Fast havsvatten är en nackdel i vår egen avloppsanläggning. Saltet försämrar reningen av kväve och fosfor, så på sikt vill vi avsalta även spolvattnet för miljöns skull.

### Tänker på kommande generationer

Campingens dricksvatten har också sitt ursprung i havet, men avsaltas och renas i ett separat verk och får en tillsats av mineraler. All energi som går åt till avsaltning och uppvärmning kommer från solpaneler och ett eget vindkraftverk.

– Mig veterligen är Wikegårds först i Campingsverige med ett vindkraftverk, men någon måste ju vara stigfinnare fastän det är snårigt och kuperat. Det är inte alltid enkelt att gå först, det finns ingen att fråga om vägen, säger Fredrik med ett leende.

Stigen till ännu bättre hållbarhet må vara snårig, men Fredrik tänker fortsätta ta täten. Nästa steg, inför säsongen 2026, är en ny servicebyggnad.

– Den ska vara Sveriges mest klimatneutrala. Visionen är att allt duschvatten ska rinna ner i en särskild behållare, renas och återanvändas. På det sättet minskar vi mängden utgående avloppsvatten med 70 procent.

Wikegårds har bara drygt 100 platser, men Fredrik

”

**Ur juryns motivering:**

”Pristagaren har ett brett och långsiktigt hållbarhetstänk och har under många år arbetat aktivt med vatten, avfall och energi för att minimera sitt klimatavtryck. Genom egen vattenförsörjning med avsaltnings teknik, solpaneler och minivindkraftverk strävar verksamheten mot klimatneutralitet. Här finns även välorganiserad källsortering.”



framhåller att företagets hållbarhetslösningar går att skala upp till vilken storlek som helst. Han erkänner dock att investeringarna för att spara vatten kostar en del.

– Jo, jag är nog mer pionjär än ekonom. Men jag har det bra och kan äta mig mätt.

Vad är det då som driver Fredrik att ständigt gå ett steg längre för att hushålla med naturens resurser?

– Jag har barn och barnbarn som jag älskar. Nästkommande generationer kommer att sparka på våra gravar: ”hur kunde ni förstöra Moder Jord?”

### **Alla är välkomna**

Det finns ytterligare ett område där Fredrik är något av en pionjär: hans camping är öppet HBTQI-vänlig. Redan 2013 hissade han regnbågsflaggan vid infarten. Det skedde mycket på initiativ av två gäster, ett killpar som Fredrik lärt känna och numera är god vän med. De är hans konsulter i allt som har med gaycommunityn att göra.

Flagghissningen var kontroversiell på konservativa norra Öland. 2016 gick det så långt att flaggstängen sågades ner. Det hände även att potentiella gäster vände efter att de såg flaggan. Men Fredrik säger att de som inte delar hans värderingar om allas lika värde vill han inte ha som gäster.

I övrigt ska alla på Wikegårds känna sig välkomna, trygga och fria att vara sig själva oavsett sexuell läggning eller könsidentitet. Fredrik sticker dock inte under stol med att HBTQI-gäster även ekonomiskt är en bra kundgrupp.

– De har sällan barn och därmed mer pengar att röra sig med, och de har större utrymme att komma hit när de vill på året.

### **Sveriges första nakenlopp**

Det senaste tillskottet på Wikegårds har också att göra med friheten att vara sig själv. Lite avskilt på norra delen av området finns sedan i fjol en officiell naturistcamping. Lanseringen av den har fört med sig en del uppmärksamhet i media, vilket Fredrik ser som en bonus. Han smider vidare medan järnet är varmt och anordnar veckan efter midsommar Sveriges första nakenlopp i det intilliggande naturreservatet.

Oavsett om gästen är klimatkämpe, gay eller naturist kommer Fredrik göra sitt yttersta för att hen ska bli nöjd.

– Ja, jag har fått förtroendet att ta hand om människors viktigaste tid på året – deras rekreation och återhämtning. Då är det min plikt och förbannade skyldighet att se till att de har det bra. Vädret kan vi inte göra något åt, men allt annat är vårt ansvar. ▲

# Kort om Svensk Camping



I snart 60 år har Svensk Camping samlat Sveriges campingplatser, deras ledare och medarbetare tillsammans med branschens leverantörer i ett gemensamt nätverk för att möjliggöra erfarenhetsutbyte, påverka omvärlden och driva branschutveckling med målet att Sverige ska vara Europas bästa campingdestination. Varje år knyter vi också samman Sveriges campingplatser med miljoner svenska och internationella turister genom vårt marknadsföringsarbete.

## Kvalitet- och hållbarhet

Svensk Camping driver branschens ledande kvalitets- och hållbarhetsarbete. Sedan 1996 har vi klassificerat campingplatser baserat på Svensk Campingstandard®. Nu lanserar vi ett nytt system som inkluderar hållbarhetsperspektivet och gästupplevelsen. Tillsammans med certifiering av Sveriges campingplatser utgör detta en kärnverksamhet för oss.

## Branschkommunikation

Vi förbättrar förutsättningarna för vår bransch och underlättar för våra medlemsföretag att driva framgångsrik verksamhet. Det gör vi genom kommunikationsarbete och marknadsföring både i Sverige och internationellt, genom att skapa mötesplatser och genom långsiktiga affärsprojekt som tar ansvar för hela branschens framtid.

## Marknadsföring

Med Camping.se som bas erbjuder vi branschledande marknadsförings- och onlinebokningstjänster. Via vår marknadsportal ger vi Sveriges certifierade campingplatser tillgång till den europeiska marknaden i ett och samma system. Här har vi hjälpt miljoner svenska och europeiska gäster att hitta och boka de bästa semesterupplevelserna i Sverige sedan 1967.



## Svensk Campings styrelse 2025

Från vänster: Ulf Hindsén, Mette Kempe, Kent Halvarsson, Agneta Ahlberg, Ola Ambuhm, Celia Yoshida Ahlin, Michael Carlsson (ordförande) och Magnus Christoffersson. Saknas på bilden Christer Jönsson.



## ASSOCIERAD PARTNER

Svensk Camping Associerad Partner är vårt partnerprogram för branschens leverantörer. Vi har skapat det för företag som har eller vill bygga långsiktiga affärsrelationer med campingplatser som är medlemmar i Svensk Camping.

Affärsverken Energi AB  
 Aktiviteter Sverige  
 AllOffice Nordic AB  
 Aplareds Konfektion AB  
 Arla Foods AB  
 Barilla Sverige AB  
 BG Byggros AB  
 Bording AB/Turistbyråshopen  
 Camper Clean Sverige AB  
 Capass AB  
 Casa Italia Sweden AB  
 City Golf Europe AB  
 Comers  
 CompuSoft A/S  
 ConCoction AB  
 Destio  
 DreamDomes  
 Eldon Installation AB  
 Electrolux Professional AB  
 Enviro Process AB  
 Essity Hygiene and Health AB  
 Exenze  
 Extrahuset Sweden AB  
 Garo AB  
 HAGS i Aneby AB  
 Julia AB  
 Kama Fritid  
 Kompan Sverige AB  
 KSAB Golf Equipment AB  
 Magnusson & Freij AB

Maskinparken Sverige AB  
 Media4you i Sverige AB  
 Menigo Foodservice AB  
 Metsä Tissue AB  
 Miljömedia Väst AB  
 Morgan Nyman AB  
 Nyah gruppen  
 Orkla Foods Sverige AB  
 PAC Production Sweden AB  
 PacsOn AB  
 Polaris Scandinavia AB  
 Popz Sverige AB  
 Rodeco AB  
 Rullebo AB  
 Seiva by Visma  
 SIA Glass AB  
 Skåne Mejerier Storhushåll AB  
 Solar Sverige AB  
 Sportchansen Sweden AB  
 Stiliom AB  
 Swedly AB  
 Swimtec AB  
 Säkra AB  
 TallyKey A/S  
 Triumf Glass AB  
 Unisport Sverige AB  
 Varsego i Sverige AB  
 Visab  
 Wetteröl  
 Woodworks by Bergs

# Medlemsföretag 2025

|                                          |                                            |                                           |
|------------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Alholmens camping                        | Caravan Club Smednäset                     | Hav & Logi Skärhamn                       |
| Ammeråns Fiskecamp AB                    | Caravan Club Sollerö Camping               | Haverdals Camping                         |
| Anfasteröd Gårdsvik                      | Caravan Club Sturkö Camping                | Hedesunda Camping                         |
| Antjärns Camping                         | Caravan Club Tandådalen                    | Herrfallets Fritids & Konferensanläggning |
| Apelvikstrand                            | Caravan Club Timmernabbens Camping         | Hjortsjöns Camping                        |
| Arctic Camp Jokkmokk                     | Caravan Club Tisarstrand                   | Hjälmaresunds Camping                     |
| Arkösunds Camping                        | Charlottenberg Camping & Stugor, Haganäset | Hjälmarginäset & Läppe Camping            |
| Askeviks Camping & Stugor                | Daftö Resort                               | Hotell Klövsjöfjäll                       |
| Astrid Lindgrens Världs Ställplatsområde | Dalskärs Camping                           | Hotings Camping                           |
| Barsebäckstrands Camping                 | Degnäs Camping                             | Hultsfred Strandcamping                   |
| Bergafjärdens Camping & Havsbad          | Destination Apelviken                      | Hälleviks Camping                         |
| Bergeforsparkens Camping & Stugby        | Destination Sikfors                        | Hätte Camping                             |
| Billings Stugby och Camping              | Djulö Camping                              | Hätteboda Vildmarkscamping                |
| Bingsmarkens Camping                     | Djupadalsbadet bad och camping             | Hölick Havsresort                         |
| Bjursås Berg & Sjö                       | Dragsö Camping & Stugby                    | Idre Fjäll Camping                        |
| Björkebo Camping                         | E4:ans Camping                             | Ingestrands Camping                       |
| Björknäs Camping                         | Ekeby Camping                              | Ivö Camping                               |
| Boda Camping                             | Eksjö Camping & Konferens                  | Jogersö Eco Camp                          |
| Bofors Camping                           | Emmaboda Camping                           | Johannesvik Camping & Stugby              |
| Bomstadbaden, Karlstad Swecamp           | Evedals Camping Växjö AB                   | Jormvattnets Fiskecamp                    |
| Borgsjö Strand                           | Falkudden Camping, Cafe och Stugby         | Jägersbo Camping SweCamp                  |
| Borrbysstrands Camping                   | Falsterbo Camping Resort                   | Jälluntöfta Camping                       |
| Borås Camping                            | Farstanäs Camping                          | Järnaviks Camping                         |
| Bovikens Havsbad                         | Filsbäckers Camping                        | Kalmar Camping - Rafshagsudden            |
| Bredsand Camping & Bad                   | Frykenbadens Camping                       | Kapellskärs Camping                       |
| Breviks Camping & Ställplats             | Funäsdalens Fjällcamping                   | Kapelludden Camping                       |
| Bromölla Camping & Vandrarhem            | Fyrishov stugby och camping                | Karesuando Camping & Rekreation           |
| Bullarebygdens FamiljeCamping            | Färlaparken                                | Karlsborgs Camping                        |
| Byske Havsbad                            | Gekåsbyn Ullared                           | Kerstins Camping                          |
| Båstad Camping                           | Getingaryds Camping & stugor               | Kinneulle Camping & Stugby                |
| Böda Hamns Camping                       | Getnö - Lake Åsnen Resort                  | Kiviks Familjecamping                     |
| Böda Sand Beach Resort                   | Glaskogens Vildmarkscamping                | Klarälvens Camping                        |
| Bödagårdens Camping                      | Gnosjö Strand                              | Klinta Camping                            |
| Camp Gielas                              | GrebbestadFjorden                          | Klintagårdens Camping                     |
| Camp Kajutan                             | Grotthyns Camping                          | Kläppens Camping                          |
| Camp Kittelfjäll                         | Grums Fish n' Camp - Sävsjön               | Kneippbyn Resort Visby                    |
| Camp Viking                              | Grännäs Camping och Stugby                 | Kojbyns Camping                           |
| Camping 45                               | Gröndals Camping & Stugor                  | Kolleviks Camping och Stugby AB           |
| Camping Tiveden                          | Gröne Backe Camping & Stugor               | Korskullens Camping, Stugor & Café        |
| Camping Vättersmålen                     | Grönhags Camping                           | Kristianopol Resort                       |
| Cape East                                | Gullbrannagården                           | Kristinehamn Herrgårdscamping & Stugor    |
| Caravan club Björkö Örns Camping         | Gullviks Havsbad Höga Kusten Resort        | Krokomvikens Camping                      |
| Caravan Club Borensäng                   | Gustavsvik, Örebro                         | Kronocamping i Lidköping                  |
| Caravan Club Gusselby Annorlunda         | Gålö Havsbad                               | Kukkolaforsen Turist & Konferens          |
| Caravan Club Norbergs Camping            | Gökaskratts Camping                        | KustCamp Ekön                             |
| Caravan Club Norrvikens Camping          | Hafsten Resort                             | KustCamp Gamleby // Hammarsbadet          |
| Caravan Club Norsträsk Camping           | Haga Park Camping & Stugor                 | Kävsta Camping                            |
| Caravan Club Sandvik Camping             | Halens Camping och Stugby                  | Köpingbaden Camping                       |
| Caravan Club Silvköparen                 | Hallmare Havsbad                           | Lagunen Camping & Stugor                  |
| Caravan Club Skagern                     | Hanatorps Camping                          | Landöns Camping                           |

|                                          |
|------------------------------------------|
| Laxsjöns Camping och Friluftsgård        |
| Leksand Resort                           |
| Liens Camping                            |
| Lisebergs camping Askim Strand           |
| Lisebergsbyn                             |
| Ljugarn Semesterby                       |
| Ljusdals Camping                         |
| Ljusnefors Camping                       |
| Lofsdalen Camping                        |
| Lomma Camping                            |
| Lovsjöbadens Camping Jönköping           |
| Luffa Camping & Restaurang               |
| Lundegård Camping & Stugby               |
| Långasjönäs Camping & Stugby             |
| Långsele Camping                         |
| Långsjön Stugor & Camping                |
| Läckö Strand Camping                     |
| Lökholmens Camping                       |
| Lövekulle Camping                        |
| Lövhults Camping                         |
| Malexander Camping                       |
| Malmköpings Bad & Camping                |
| Malö Camping                             |
| Marstrands Familjecamping                |
| Mellbystrands Camping                    |
| Mjölknabbens Camping                     |
| Munkebergs Camping                       |
| My Camping Tredenborg                    |
| Mälarbadens Camping                      |
| Möllstorps Camping                       |
| Mösseberg Camping                        |
| Mötesplats Borstahusen                   |
| Naturcamping Lagom                       |
| Neptuni Camping                          |
| Nordmalings Camping                      |
| Norje Bøke Camping                       |
| Norra-Dellen-Familjecamping              |
| Norrfällsvikens Camping, Stugby & Marina |
| Norrtälje Camping                        |
| Norråkers Camping                        |
| Nossebro Bad och Camping                 |
| Nås Camping Dalarna                      |
| Näsåkers Camping & Stugby                |
| Orbadens Camping                         |
| Orebackens Camping                       |
| Orsa Grönklitt                           |
| Otterbergets Bad och Camping             |
| Pajala Camping Route 99                  |
| Partille Ställplats                      |
| Pite Havsbad                             |
| Ramsvik Stugby & Camping                 |
| Ringsjöstrands Resort                    |
| Ristafallets Camping                     |
| Ronneby Havscamping                      |
| Rosendals Camping                        |

|                                       |
|---------------------------------------|
| Rätans Camping                        |
| Rörviks Camping                       |
| Rösjöbaden Camping & Stugby           |
| Sagaliden. En liten plats             |
| Saiva Camping & Stugby                |
| Saltviks Camping                      |
| Sandaholm Camping, Bad & Restaurang   |
| Sandbybadets Camping                  |
| Sandnässets Bad & Camping             |
| Sandviken Camping & Stugby            |
| Sandvikens Havscamping                |
| Sandviks Camping                      |
| Sannabadet                            |
| Saxnäs Camping Öland                  |
| Siggefora Camping                     |
| Sikhalls Camping                      |
| Siviks Camping - Lysekil              |
| Sjöbodsviken Lövvik                   |
| Skantzö Bad & Camping                 |
| Skellefteå Camping                    |
| Skeppsdockans Camping & Vandrarhem    |
| Skokloster Camping                    |
| Skotteksgården Camping & Stugby       |
| Skuleberget Havscamping               |
| Skummeslövs Ekocamping                |
| Skärälids Camping                     |
| Skärgårdsbyn Mon St Anna              |
| Snibbens Camping, Stugby & Vandrarhem |
| Sollefteå Camping                     |
| Sonfjällscampen                       |
| Sonjas Camping & Stugor               |
| Sotenäs Camping                       |
| Stenrösets Camping Trollhättan        |
| Stenåsa Stugor & Camping              |
| Stenö Havsbad & Camping               |
| Stocken Camping                       |
| Stockholm Swecamp Flottsbro           |
| Storforsens Camping                   |
| Storsands Camping                     |
| Storstrand Kursgård                   |
| Storumans Camping                     |
| Storängens Camping, Stugor & Outdoor  |
| Strandstuvikens Havsbad & Camping     |
| Stråvalla Camping                     |
| Strömsunds Camping                    |
| Ställplats Valdemarsviks gästhamn     |
| Stöde Camping                         |
| Sudersand Resort                      |
| Svegs Camping                         |
| Sälstens Camping                      |
| Särna Camping                         |
| Sävsjö Camping                        |
| Sölje Camping                         |
| Sörfjärdens Camping                   |
| Sörsjöns Camping & Stugby             |

|                                                  |
|--------------------------------------------------|
| Sörälgens Camping                                |
| Tingsryd Resort                                  |
| Tobisviks Camping                                |
| Tofta Camping                                    |
| Torsby Camping                                   |
| Trehörningsjö Camping & Stugor                   |
| Trelleborg Strand Camping                        |
| Trollhättans Camping City                        |
| Trosa Havsbad & Camping                          |
| Tyrlöt Camping                                   |
| Tånga Heds Camping                               |
| Tättö Havsbad & Camping                          |
| Unda Camping                                     |
| Ursand Resort & Camping                          |
| Vadstena Camping                                 |
| Valjevikens Camping                              |
| Vallen Camping                                   |
| Vallnäs Camping                                  |
| Valsjöbyns Camping                               |
| Vetlanda/Östanå Camping                          |
| Vildmarkscenter Sysslebäcks Camping & Klarälvbyn |
| Villa Björkhamnen                                |
| Vilshärads Camping                               |
| Vilsta Camping & Stugby Eskilstuna               |
| Vimmerby Camping, Nossenbaden                    |
| Vindelforsarnas Camping                          |
| Visby Strandby - Norderstrands Camping           |
| Vita Sandars Camping                             |
| Vivstavarsvstjärns Camping                       |
| Vålågårdens Vårdshus & Camping AB                |
| Vännäs Bad & Camping                             |
| Värnamo Camping Prostsjön                        |
| Värnäs Camping                                   |
| Västervik Resort                                 |
| Västra Kajen Camping                             |
| Waxholms Camping                                 |
| Wiggersviks Camping                              |
| Wikegårds                                        |
| Wildlife Sweden Camp Ängra                       |
| Ystad Camping                                    |
| Yxningens Camping & Café                         |
| Åkersjöstrand Camping                            |
| Åminne Fritid & Havsbad AB                       |
| Åre Camping                                      |
| Årjäng Camping & Stugor, Sommarvik               |
| Årsunda Strandbad                                |
| Åsarna Skicenter                                 |
| Älvdalens Camping                                |
| Älvkarleby Fiskecamping                          |
| Ängskärs Havscamping                             |
| Örnäs Camping                                    |
| Östersunds Camping                               |
| Överhörnäs Camping                               |



**Svensk  
Camping**

Svensk Camping  
Mässans Gata 10, 412 51 Göteborg  
Box 5079, 402 22 Göteborg

+46 (0)31-355 60 00  
[info@svenskcamping.com](mailto:info@svenskcamping.com)  
[www.svenskcamping.com](http://www.svenskcamping.com)  
[www.camping.se](http://www.camping.se)





**MorganNymanAB**

**Svensktillverkade Villavagnar o Stugor av högsta kvalitet direkt från fabriken i Stenstorp.**

**BOKA ETT BESÖK HOS OSS - VI BJUDER PÅ MAT O HOTELL !**

**Vi anpassar storlekar och planlösningar efter Ert behov**



**WWW.VILLAVAGNAR.COM**

Häggum Ranstadsverket 521 64 Stenstorp Tel: 0500-445600