

Caravan salon Düsseldorf 2012

Od šotora do velikega avtobusa z vsem udobjem

BOŽO ZORKO

V Evropi je okoli 30 tisoč kampov, največ v Franciji, Italiji in Veliki Britaniji. Z okoli 370 milijoni prenočitev na leto ta oblika turizma prispeva dobrih 15 odstotkov vseh prenočitev. Pomembno je, da ta oblika preživljanja dopusta kljub kriznim časom narašča.

Hkrati se kampi postopoma spreminjajo in vedno bolj postajajo prava turistična naselja. V zadnjem desetletju je k temu razvoju veliko prispevalo vedno več ljubiteljev počitniških prikolic, avtodomov in v zadnjih letih tudi premičnih počitniških hišic. Po Evropi se vozi okoli 4 milijone počitniških prikolic in skoraj 1,4 milijona avtodomov. Zato ne preseneča, da se je ob takšnem razvoju zelo hitro povečalo število proizvajalcev teh vozil, po

letu 2009 pa jih je žal nekaj tudi zaprlo vrata. V evropskih državah je bilo med letoma 2005 in 2008 prodanih okoli 200 tisoč prikolic in avtodomov, leta 2009 pa se je prodaja zmanjšala za okoli 40 tisoč enot. Prodaja prikolic se še naprej nekoliko zmanjšuje, medtem ko se je prodaja avtodomov povečala za okoli 7 odstotkov. A ne povsod. V Franciji, Italiji in Španiji, pa tudi pri nas prodaja še naprej upada, trg pa drži pokonci le prodaja v Nemčiji, na Norveškem, v Avstriji in Švici.

Pri nas so v dobrih letih prodali okoli 300 avtodomov in prikolic na leto, že leta 2009 pa je prodaja občutno upadla in se niža tudi letos. Trenutno je registriranih okoli 300 enot. Ta oblika turizma je pri nas pomembna predvsem zaradi kampov, ki ustvarijo vsako leto več kot 13 odstotkov vseh turističnih prenočitev, in zaradi Adrie Mobil, ki sodi v sam vrh evropskih proizvajalcev avtodomov, prikolic in

premičnih hišic in skoraj vse izvozijo. Sicer je še nekaj manjših podjetij, ki se ukvarjajo s to dejavnostjo, a delajo skoraj izključno za domačo prodajo in po naročilu.

Na sejmu

Nemčija zaradi svoje velikosti in pomena v evropskem gospodarstvu močno kroji usodo turizma na stari celini in tudi v industriji avtodomov in prikolic. Ni proizvajalca, ki bi se lahko ognil tako pomembnemu trgu, po velikih padcih prodaje v drugih državah pa lahko zapišemo, da se tistim proizvajalcem, ki ne bodo uspešni v Nemčiji, slabo piše. Zato ne preseneča, da se vsakoletni Caravan salon v Düsseldorfu ponaša z nazivom največjega tovrstnega sejma na svetu. Letos se je predstavilo 570 razstavljavcev iz 25 držav, ki so na ogled ponudili vse, od najbolj prestižnih avtodomov do šotorov in opreme za kampiranje. Da je in-

teres proizvajalcev res velik, govori že podatek, da je razstavljenih nekaj več kot 1800 počitniških vozil.

Vtis na sejmu v Düsseldorfu je bil, da je ponudnikov vedno več. Kakšnih revolucionarnih novosti sicer ni bilo, se pa večina trudi, da bi za enako vsoto denarja ponudila nekaj več. Torej bolj oblikovano, bolj uporabno, tehnično izpopolnjeno, narejeno iz boljših in lažjih materialov.

Že uveljavljenim znamkam, predvsem nemškim, se v ponudbi manjših avtodomov in prikolic pridružujejo novi ponudniki, ki v večini stavijo na predelavo Volkswagnovih modelov. Tako imata dedka na tem področju, Volkswagnova kombija T1 in T2, ki so ga proslavili predvsem hipiji v poznih 60. letih, številne naslednike. A vsi imajo skupno slabost: stanejo približno toliko kot veliko bolj opremljeni kombiji na Fiatovi, Renaultovi ali Citroenovni osnovi, predelani v avto-

me (vani), to je od 30 do 40 tisoč evrov. Če si omislite kakšno bolj pustolovsko različico z dvignjenim podvozjem in štirikolesnim pogonom ali bolj športno z nizkoprofilnimi gumami, boste denarnico olajšali toliko kot z avtomobilom srednjega razreda.

Ravno v tem srednjem razredu, med 40 in 60 tisoč evri, je ponudba največja, a po kakovosti opreme zelo raznolika. Medtem ko večja imena iz te industrije, med njimi tudi naša Adria, vsako leto ponudijo kakšne izboljšave, dodelave in podobno, se za nekatere lahko samo čudimo, kako preživijo. Ob skoraj enaki ceni je razlika v kakovosti velika. To velja za avtodome in za prikolice.

Prav posebna skupina so šotorske prikolice. Vedno večje so, vedno večji so seveda tudi šotori, ki jih izvlečete, po obliki šotorov pa bi sklepal, da so namenjene le kampiranju v krajih brez vetra. Vsaj za nekatere si ne znam



Potovati je mogoče na veliko in luksuzno, a ne vprašajte za ceno. (Božo Zorko)



Za silo gre tudi tako. (Božo Zorko)



Če je avto res majhen, pa na streho. (Božo Zorko)



Eden od številnih naslednikov T1 (Božo Zorko)



Tudi prikolice je mogoče raztegniti. (Božo Zorko)



Nekaterih niti voda ne ustavi. (Božo Zorko)

predstavljati, kako bi preživeli manjšo burjico ob Jadranskem morju. Z različnimi dodatki je večina poskrbela, da osnovno konstrukcijo sicer lahko postavite zelo hitro, z vsem drugim pa se boste lahko zabavali kar cel dan. Da o zabijanju klinov v kampih ob Jadranu niti ne govorim. Zato lepo in zanimivo na pogled, pogosto pa precej neuporabno za kampiranje. V marsičem bi se lahko zgledovali po stari "brakici". Res je tudi nekaj ponudnikov takšnih prikolic, le da so malo večje in težje, kot so bile "brakice".

Precej manjših izdelovalcev se je lotilo tudi ponudbe dodatkov za običajne avtomobile s petimi vrati. Zopet prevladujejo Volkswagnovi modeli, a nekatere bi se dalo uporabiti tudi na berlingu, kangooju in podobnih avtih. Osnova je šotorski dodatek ob dvignjenih zadnjih vratih in lahka zlozljiva postelja v zadnjem delu avta. Potem pa si lahko omislite kar nekaj siste-

mov škatel, iz katerih se naredi kuhinja, pomivalno korito, tuš, miza in tako naprej. Reči niso ravno poceni, si pa precej stvari lahko naredite sami v domači garaži.

O predelanih avtobusih in tovornjakih z vsemi mogočimi dodatki raje ne bi. To ne sodi več v kategorijo avtodomov in kampiranja, ampak nekam drugam. Upam si trditi, da gre, tako kot pri mnogih drugih stvareh, tudi pri tem za ceneno bahanje bogatih, ki ne vedo več, kaj bi si izmislili. Pa si omislijo velik predelan avtobus, ki lahko na levo in desno poveča bivalne prostore, v prtljažniku pa vozi ferrarija. Če je treba skočiti na tržnico, na primer. Zamislite si, da ste na tržnici kupili ribe in kakšno zelenjavo. Ker ferrari nima ravno velikega prtljažnika, mora vse skupaj med nogami držati vaša plavalasa prijateljica. In če vas kdo od znancev vidi, ste zapravili ves ugled.

Ponudba kampov

Tam, kjer so avtodomarji in prikoličarji, so seveda tudi kampi. Čeprav se ta sejem očitno ni uveljavil kot sejem ponudnikov kampiranja, jih je bilo kar nekaj, žal iz Slovenije nikogar. Matjaž Grm iz Adrie pravi, da bi lahko sodelovali, a se na njih ni nihče obrnil. So jih pa poklicali iz hrvaškega združenja kampov, a so bili za letos nekoliko prepozni. Tako tudi hrvaških kampov na sejmu ni bilo. Bil je le predstavnik kampov Jadranke iz Malega Lošinja, ki upravlja štiri kampe (Baldarin na Puntji Križi, Čikat, Bijar in Slatina), in pravi, da se je izplačalo.

Vsekakor bi lahko, morda skupaj z Adrio, naši kampi in STO poskrbeli za več informacij o naši turistični ponudbi, kampih, postajališčih za avtodome in podobnem. To je namreč del popotnikov, ki so na poti skoraj vse leto, in tudi tako je mogoče podaljšati sezono.

Priznanji za Adrio Mobil

Konec tedna se v Düsseldorfu končuje letošnji sejem Caravan, kjer se predstavljajo vsi največji evropski proizvajalci počitniških prikolic in avtodomov. Sejem je sicer posvečen tudi drugim oblikam kampiranja in ponudbi kampov, a večina obiskovalcev se vendarle vrtili okoli počitniških prikolic in avtodomov.

Že peto leto zapored na sejmu največja evropska revija na tem področju Reise Mobil na podlagi ankete med bralci podeli priznanja za "kralja kupcev" v devetih kategorijah in hkrati razglasi skupnega zmagovalca. Priznanje je pomembno in hkrati pomaga pri utrjevanju blagovne znamke na trgu. Adria je drugič zapored skupna zmagovalka, najbolje pa je bila ocenjena v kategorijah kakovost, potovalno udobje, razmerje cena/vrednost in odnos do kupcev.



Matjaž Grm (Božo Zorko)

"Dobiti to priznanje pred vsemi dobrimi in kakovostnimi nemškimi proizvajalci pomeni, da nam bodo kupci še bolj zaupali. Pomaga pri utrjevanju našega tržnega položaja na nemškem trgu, kjer je konkurenca z domačimi proizvajalci zelo močna. Že sedaj sodimo med pet vodilnih ponudnikov v Nemčiji. Smo edino tuje podjetje, ki se uspešno kosa z domačimi. Priznanje pomeni tudi, da nam bodo bolj zaupali tudi v drugih državah, kjer nekako sklepajo, da če je dobro v Nemčiji, to res nekaj pomeni," pravi o nagradi Matjaž Grm, direktor prodaje in trženja pri Adriu Mobil.

Osrednja novost v letošnji Adriini ponudbi, ki je bila predstavljena na sejmu, je bila počitniška prikolica Astella Glam Edition. Sodobno oblikovana prikolica je pritegnila veliko pozornost med oblikovalci, navdušila pa je tudi člane strokovne žirije, ki nagradjuje najbolj inovativne razvojne dosežke v industriji karavaninga. Astella je namreč osvojila prvo mesto v letošnjem izboru EIA (European Innovation Award). Kot navajajo v obrazložitvi, je žirijo prepričala z inovativno zasnovano zunanostjo in oblikovanjem notranjega ambienta. Adria tako kljub velikim težavam mnogih proizvajalcev v tej panogi uspešno gradi svoj razvoj in utrjuje položaj v tujini.

Težki časi so tudi priložnost

Sejma v Düsseldorfu se je udeležila tudi števila ekipa iz Adrie Mobil. Kje drugje kot ob pivu je stekel klepet o sejmu, težavah panoge in Adriu:

Marko Lekše, direktor nabave: "Razen Nemčije je povsod slabše kot v prejšnjih letih. Ključno za vse proizvajalce je, da ohranijo prilagodljivost. Ni lahko, se pa da tudi v teh časih in vztrajajo. Žal se cene surovin povečujejo, zato težave v panogi ne pomenijo, da lahko pri nabavi računamo na nižje cene, je pa vedno več dobaviteljev, predvsem iz Italije, ki se trudijo prodajati tudi pri nas. Domači trg jim ni dovolj."

Nina Hrovat, vodja programa počitniških prikolic: "Morda poglavitna sprememba je, da se razvoj in predstavitev novih izdelkov na trgu ne dogajajo več od leta do leta, ampak stalno. Novi elementi, ki smo jih uporabili v prikolicah Astella Glam, nam bodo omogočili tudi hitrejši razvoj drugih izdelkov."

Andraž Šapec, oblikovalec: "Za prikolicico Astello Glam smo razvili kar nekaj novih sklopov, ki so pomembni tudi za druge naše izdelke. V tej prikolicici so združeni vsi novi elementi, ki se postopoma selijo tudi v druge izdelke."
Miha Klinar, Gigodesign: "Ponudba je zelo podobna. Pogosto bolj odraža tehnične težave proizvajalca kot pa potrebe kupca. Zato se v tej panogi da še marsikaj narediti, samo vztrajati je treba in biti dovolj samozavesten tudi v težjih časih." (boz)



Marko Lekše (Božo Zorko)



Andraž Šapec, Nina Hrovat, Miha Klinar (Božo Zorko)



Dedek med avtodomi, Volkswagnov T1 (Božo Zorko)



Električno kolo je že skoraj obvezni del opreme. (Božo Zorko)



Tudi z navadnim avtom se daleč pride. (Božo Zorko)



Niti prikolicice niso več, kar so bile. (Božo Zorko)

Cinque Terre in Mantova 08.09. (2D), Floriada in Porenje 21.09. (3D), Budimpešta 22.09., Normandija in Bretanija 22.09. (8D), Kitajska 27.09. (8D), Po modri Donavi 29.09. (2D), Bavarski dvorci 06.10. (2D), Trgatev mandarin v dolini Neretve 12.10. (3D), Toskana in Elba 12.10. (3D), Mehika in Kuba 21.10. (15D), Izrael in Jordanija 23.10. (8D), Pariz 26.10. (5D), Benetke 27.10., Trubarjeva pot (Nemčija) 27.10. (2D), Praga 27.10. (2D), Dubaj 27.10. (5D), Turčija s Kapadokijo 27.10. (9D), Florida in križarjenje po Bahamih 27.10. (11D), Avstralija, N. Zelandija 04.11. (21D), Šri Lanka, Maldivi 16.11. (12D)

BLUE WAVES RESORT**** Malinska-Krk, 12.-29.09., 4x NZ+TT: 171 €
 APP SALINERA*** Strunjan, do 22.09., 2x POL: od 76 €

Severni CIPER: hotel 5*(letalo, slov. vodnik, 1x izlet) 10.09., 7xALL: 665 €

turistična SAJKO agencija Vašega obiska se veselimo vsak dan od 08. do 19. ure!
 PE MB: TC CITY, 2000 Maribor: 02/ 23 80 830
 www.sajko-turizem.si, info@sajko-turizem.si