

# Årsrapport 2026

Statistik, fakta och trender  
om campingbranschen.



## Branschstatistik

Branschen växer: 2025 i siffror



## Svenska campingpriset

Vinnarna berättar om sina  
framgångsrecept



## Internationella trender

Nordamerikaner campar för  
sin mentala hälsas skull



Svensk  
Camping



### Komplett system för campingplatser

- ✓ Bokningssystem & Channel Manager
- ✓ Kassasystem för butik, café och kiosk
- ✓ Passer- och biljettsystem
- ✓ Självincheckning och gästapp
- ✓ Administration & CRM
- ✓ Digital elstyrning

## Full kontroll över bokningarna. Mer tid för gästerna.

Bokning, betalning och administration – allt i ett system.

CompuSoft är ett bokningssystem utvecklat för campingplatser. Här hanterar du onlinebokning, betalning, incheckning och gästkommunikation – enkelt och samlat.

Automatisering och smarta integrationer minskar det manuella arbetet och frigör tid i vardagen.

- ✓ Utvecklat för camping – enkelt att komma igång med
- ✓ Flexibelt och modulärt – anpassat efter din verksamhet
- ✓ Fler direktbokningar – mindre beroende av externa kanaler

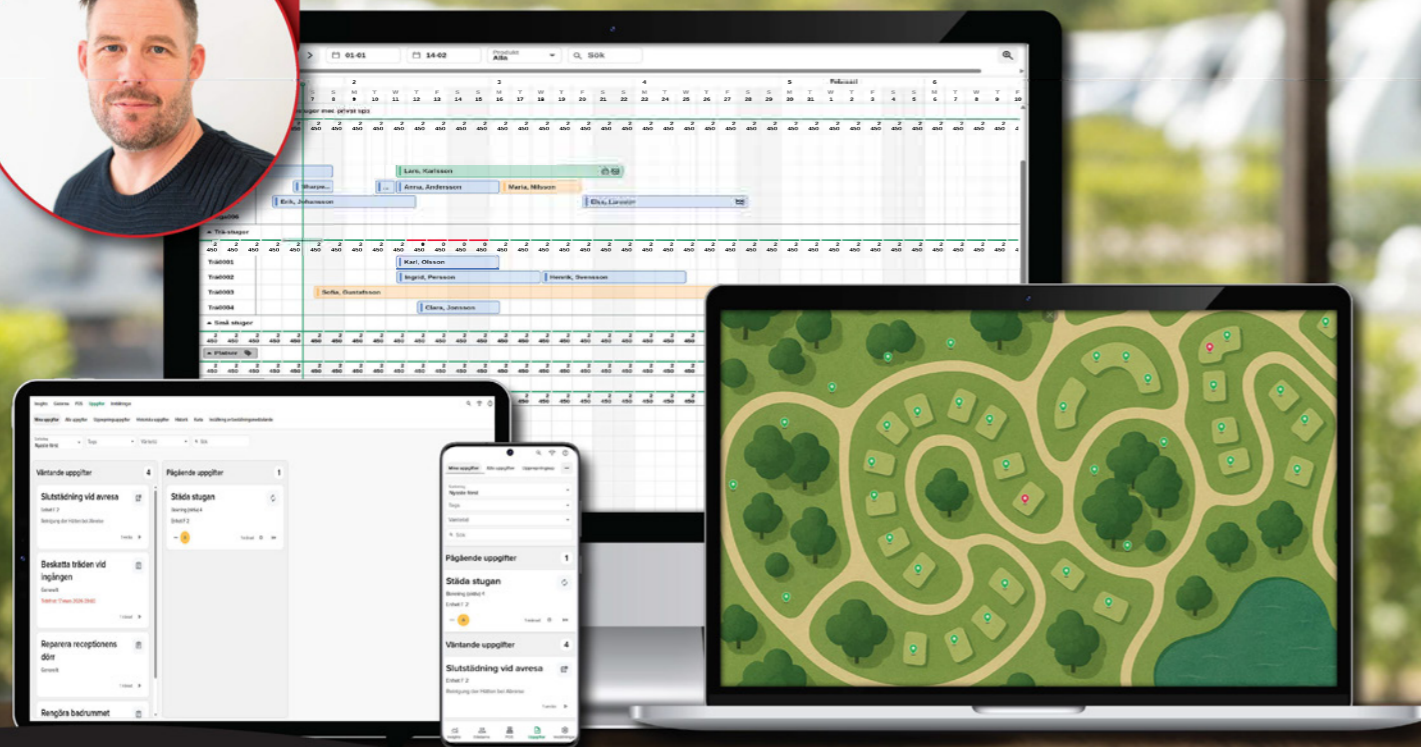
Redan över 600 campingplatser och anläggningar använder CompuSoft.

Boka en kostnadsfri demo



Prata med Steven, landschef i Sverige

[www.compusoft.com](http://www.compusoft.com)  
+45 63 18 63 18



## Svensk Campings årsrapport 2026

4	Vd har ordet	22	Nordamerikanska campingtrender
6	Branschstatistik	24	Femstjärniga campingplatser 2026
10	Camping och turism: Mia Landin, vd Visit Värmland	25	Camping.se Campers' Choice 2026
12	Samarbete i växande bransch: Svensk Campings ordförande Michael Carlsson	26	Svenska Campingpriset 2026 - Årets företagare Ramsvik Stugby & Camping
14	Statistik campingfordon	28	Svenska Campingpriset 2026 - Årets hållbarhetsinsats Daftö Resort
16	Stark framtidstro: Bergholms vd Lars Bergholm	30	Nordiskt campingsamarbete
18	Statistik internationella sommarturister	32	Kort om Svensk Camping
20	Lobbying i Bryssel	33	Associerade Partners 2026
21	Statistik camping i Europa	34	Medlemsföretag 2026

Svensk Campings årsrapport 2026 innehåller data ifrån flera olika källor samt intervjuer med branschpersonligheter. Källorna utgörs av Tillväxtverket, Svensk Camping, PiNCAMP/ADAC, Husvagns- och Husbilsbranschens Riksförbund (HRF), European Caravan Federation, Eurostat samt Resurs. Vi reserverar oss för eventuella tryckfel, felskrivningar och ändringar i underliggande statistik. 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 2026, svenskcamping.com  
Copyright © Svensk Camping.

Martin Juhos, vd Svensk Camping

# ”Sverige har goda förutsättningar att bli Europas bästa campingdestination”



2025 blev ett nytt år av tillväxt för campingturismen i Sverige. Antalet gästnätter fortsatte att öka och landade på 17,3 miljoner vilket är en ny toppnotering. Allt fler svenska och internationella gästnätter spenderas på campingplatserna och ingenting tyder på att den här uppåtgående trenden kommer att brytas.

Tvärtom, data och statistik visar att campingsektorn växer i popularitet i hela Europa. Under 2025 stod campingplatserna inom EU för 413 miljoner gästnätter och i Tyskland finns numera hela 1 miljon registrerade husbilar.

Det är också glädjande att se att branschen utvecklas och det finns i dag ett större och mer varierat utbud av campingplatser än någonsin tidigare. Redan i dag är en majoritet av Sveriges alla europeiska turistsnätter på en campingplats under sommarmånaderna, och vi har de bästa förutsättningarna någonsin för att lyckas etablera oss som en ledande campingdestination i Europa.

Våra egna satsningar på den europeiska, och framförallt på den tyska marknaden, fick ny kraft i slutet av året

när vi fick klartecken för Interreg-projektet Nordic Camping Experience. Genom projektet ska vi tillsammans med Norge utveckla vår internationella marknadsföring, skapa gränsöverskridande samarbeten och underlätta platsutveckling. Det är ett spännande projekt som kommer att börja leverera värden redan under 2026.

## En strategi för att skapa medlemsvärden

Under året har vi arbetat med att förtydliga vår roll i Turistsverige. Visionen Europas bästa campingupplevelser är förankrad och efter 58 år med förkortningen SCR bytte vi under 2025 namn till Svensk Camping.

Namnbytet följdes av en ny grafisk identitet, vilket uppmärksammades internationellt när Svensk Camping tilldelades designpriset Red Dot Award 2025 i Berlin.

För att bli tydligare i vår roll och skapa långsiktigt värde för våra medlemsföretag och för Sverige som campingdestination har vi prioriterat tre fokusområden.

## Branschkommunikation som underlättar

Vi ska förbättra förutsättningarna för campingnäringen och stärka medlemsföretagens affärsmöjligheter genom relevant kommunikation och rådgivning.

Vår bransch skapar levande destinationer som hela Sveriges besöksnäring har nytta av. På många platser är camping det i särklass största boendeanternativet under sommaren och en avgörande motor för lokal turism. Det vill vi att flera ska känna till.

Under 2025 har också dialogen med myndigheter utökats och vi har varit aktiva i flera politiska sammanhang på nationell, regional och lokal nivå. Tillsammans med våra samarbetspartners har vi sett till att campingfrågorna fått ökad politisk synlighet och en starkare position i det näringspolitiska arbetet.

Campingfrågorna tog under året plats i riksdagen på ett mer konkret sätt än tidigare när motioner lämnades in med direkt bäring på branschens vardag. Att politiker från flera håll i riksdagen identifierar dessa hinder är ett tecken på att näringen tas på allt större allvar i den näringspolitiska debatten. Frågorna är inte lösta, men arbetet pågår.

## Marknadsföring som ger resultat

Vi erbjuder marknadsföringstjänster som stärker våra medlemmars konkurrenskraft. Med Camping.se och vårt partnersätverk av försäljningskanaler i Europa erbjuder vi branschens största kanal för inspiration, information och bokning.



börjar i AI-tjänster i stället för på bokningssidor, ökar möjligheten att synas för aktörer med högt förtroende.

För att lyckas krävs också en bred närvaro i flera kanaler. Här spelar Svensk Campings kanalväljare en viktig roll genom att göra det enklare att synas via olika plattformar, bland annat med PiNCAMP och vår nya partner CamperContact.

## I tåten för kvalitet och hållbarhet

Vi ska vara en drivkraft för branschens kvalitets- och hållbarhetsarbete. Klassificering är en del av vårt DNA på Svensk Camping sedan mer än 30 år. Under 2025 lanserade vi vårt nya kvalitets- och hållbarhetssystem – QualCamp.

Det är en omfattande och långsiktig satsning som ska förse våra medlemmar med konkreta verktyg och stöd i verksamheten samtidigt som det skapar jämförbarhet och trygghet för alla gäster.

Resultatet har varit över förväntan och antalet klassificerade campingplatser har ökat med nästan 20 procent. Under året har också mer än 50 campingplatser genomfört den nya hållbarhetscertifieringen som är en del av vårt nya system. Det lovar gott för framtiden.

Tillsammans skapar vi Europas bästa campingupplevelser!

Martin Juhos, vd Svensk Camping ▲



”Tillsammans skapar vi Europas bästa campingupplevelser!”

Martin Juhos, vd Svensk Camping

Foto: Niklas Maupoix

Marknadsföringslandskapet förändras nu snabbt och det innebär väsentliga utmaningar som kräver satsningar framåt. Under 2025 har vi börjat anpassa vår digitala strategi till ett förändrat kundbeteende.

När allt fler resenärer använder AI-tjänster för reseplanering förändras förutsättningarna för alla. Vår satsning på redaktionellt innehåll och resereportage är ett direkt svar på detta skifte. När kundresan i allt högre grad



Camping skapar destinationer

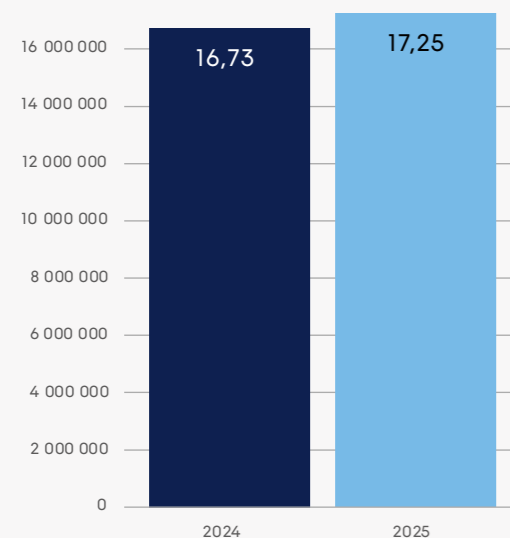
och är motorn för svensk

sommarturism.

## Gästnätterna fortsätter att öka på Sveriges campingplatser

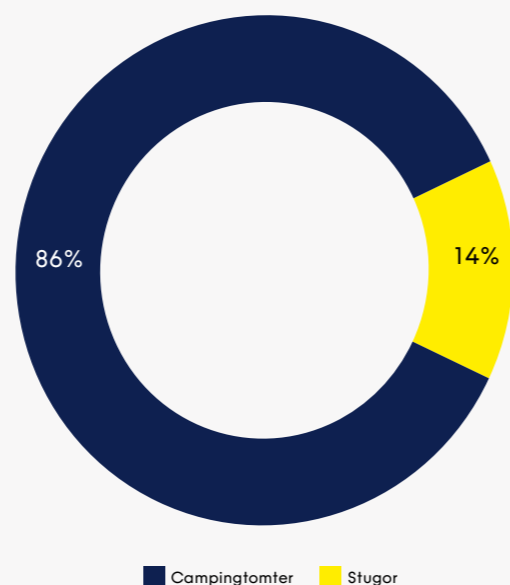
Tillväxten fortsätter i campingbranschen. Antalet gästnätter på Sveriges campingplatser ökade med cirka 3 procent under 2025 och nådde rekordnivån 17,3 miljoner. Både svenska och utländska gäster bidrog till uppgången.

### Över 500 000 fler gästnätter på Sveriges campingplatser 2025



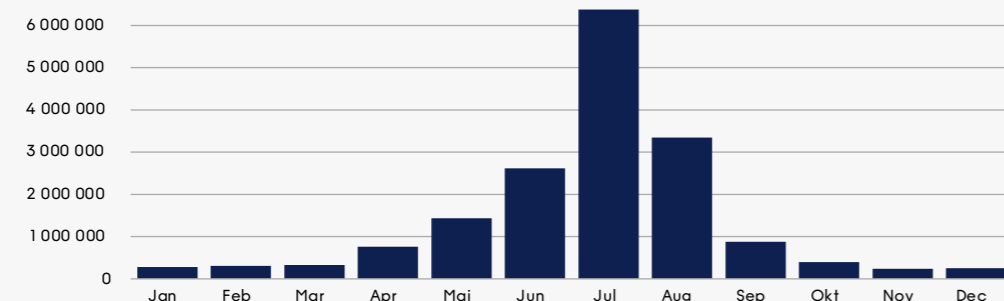
Antalet gästnätter på Sveriges campingplatser ökade 2025 med cirka 520 000 eller 2,8 procent jämfört med föregående år.

### Fördelning av antal gästnätter per boendekategori på Sveriges campingplatser 2025



Totalt finns cirka 104 000 campingtomter och 11 000 stugor på Sveriges campingplatser. På en campingtomt bor gästen i husbil, husvagn eller tält.

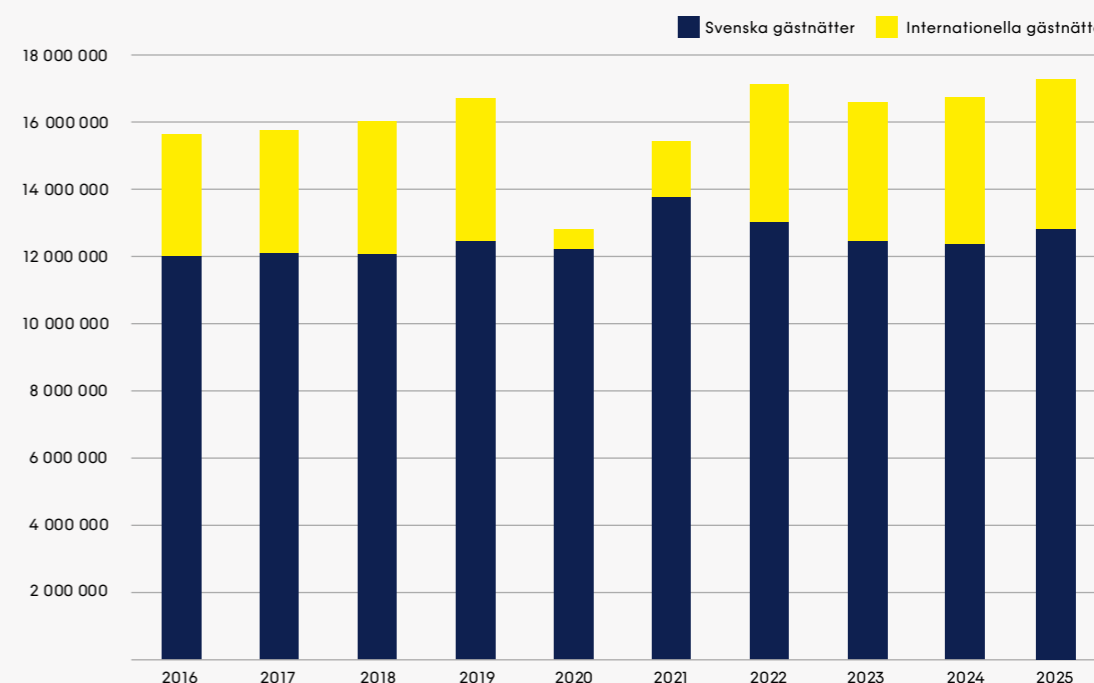
### Antal gästnätter på svenska campingplatser per månad 2025



Ökning i antal gästnätter  
520 000

**2,8**  
miljarder kronor i logiintäkter för branschen 2025. Siffran omfattar intäkter för övernattnings och avser inte branschens totala omsättning.

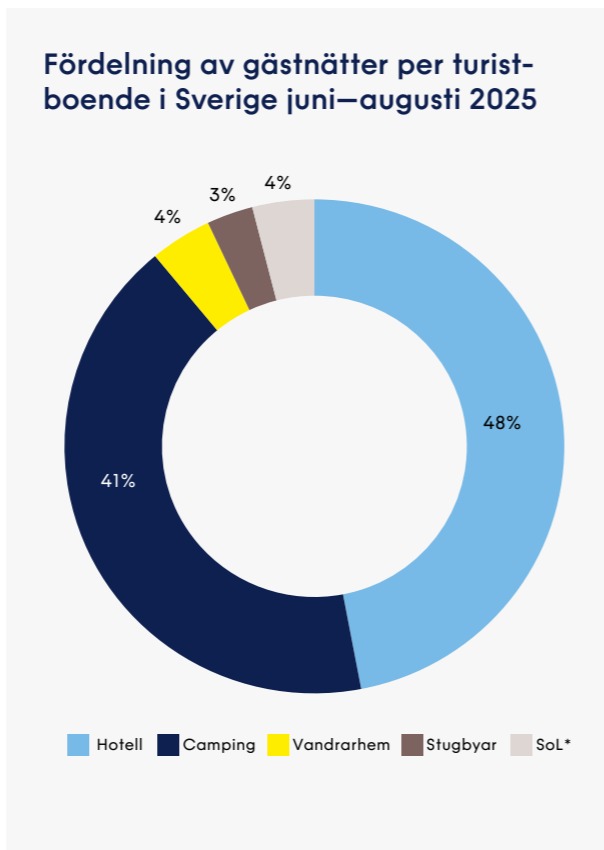
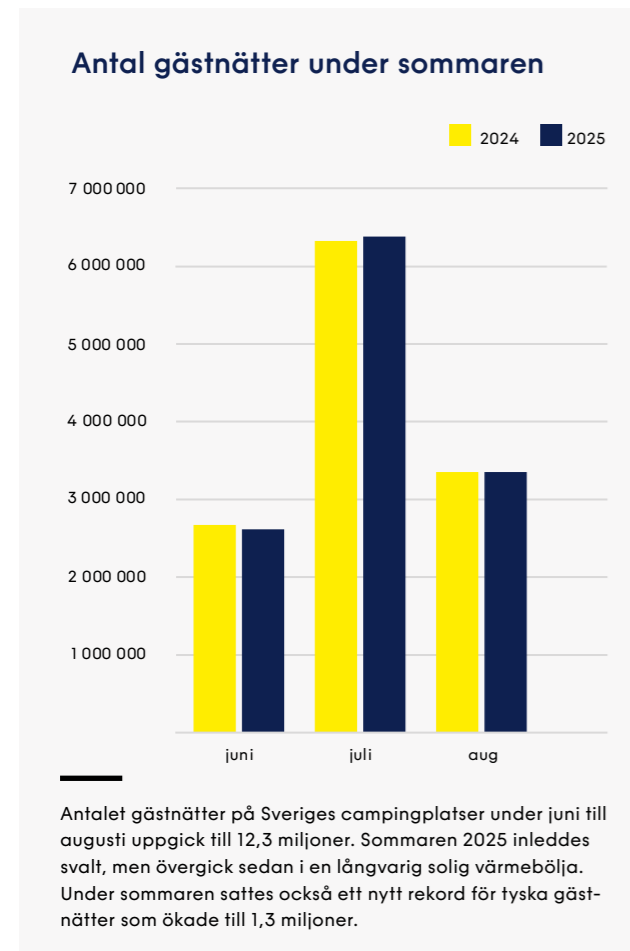
### Antal gästnätter på Sveriges campingplatser per år de senaste 10 åren



Sveriges campingplatser befinner sig i en långsiktig trend av stabil tillväxt med en genomsnittlig ökning på ett par procent. På tio år har antalet gästnätter ökat med cirka 13 procent. Under pandemin ökade de svenska gästnätterna kraftigt för att sedan backa tillbaka, men de senaste två åren har de ökat igen. Sedan pandemin har tillväxten främst drivits av internationella gästnätter i Sverige.

## Juli står för hälften av gästnätterna under juni–augusti

Juli är den månad då Sveriges campingplatser har flest gästnätter, under 2025 ökade antalet till 6,4 miljoner. Det motsvarar 37 procent av årets totala beläggning och hälften av gästnätterna under sommarmånaderna. I juli hade campingplatserna flest gästnätter av alla turistboenden i Sverige.



**47%** av Sveriges alla turistövernattningsnätter i juli spenderades på en campingplats 2025.

**Antal gästnätter under vintersäsongen 1,1 miljoner**

Under vintersäsongen, december 2024 till mars 2025, uppgick antalet gästnätter till 1,1 miljoner. Vintermånaderna står för en mindre del av branschens volymer och har länge kännetecknats av en stor andel säsongsboende, men de senaste åren syns en ökning av branschens rörliga vinterturism.



\*Förmedlade privata stugor och lägenheter.

## Camping största boendeformen i 18 av Sveriges 21 län

Branschen är avgörande för sommarturismen på många håll i landet. På flera destinationer stod campingplatserna för mer än hälften av alla turistövernattningsnätter under sommaren 2025. Störst marknadsandel hade campingplatserna i Kalmar län, där sju av tio kommersiella gästnätter under sommaren var på en campingplats. I Kalmar län ligger även Borgholm som hade flest campinggästnätter av Sveriges kommuner. Näst flest hade Strömstad följt av Varberg. Västra Götaland var det län som hade flest campinggästnätter, följt av Kalmar och Halland.

### Antal gästnätter på Sveriges campingplatser fördelat per län

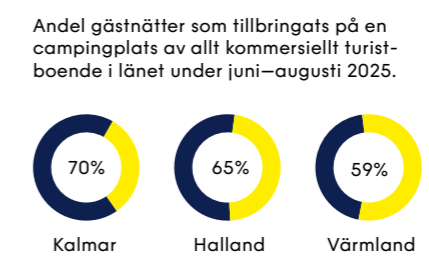
1	Västra Götaland	3 320 089	+5%
2	Kalmar	1 998 111	+1%
3	Halland	1 654 047	+8%
4	Skåne	1 599 881	+1%
5	Dalarna	1 146 533	-2%
6	Värmland	893 788	+5%
7	Norrbottnen	839 856	0%
8	Västerbotten	670 976	+7%
9	Stockholm	623 093	+1%
10	Jämtland	551 519	-1%
11	Blekinge	470 433	+13%
12	Jönköping	437 848	+3%
13	Östergötland	423 110	-1%
14	Örebro	422 185	+7%
15	Södermanland	407 072	+1%
16	Gävleborg	354 010	+5%
17	Västernorrland	331 737	+5%
18	Kronoberg	328 407	+4%
19	Uppsala	273 620	-3%
20	Västmanland	268 403	+6%
21	Gotland	238 518	-5%

### Topp 15 kommuner med flest antal gästnätter på campingplats\*

1	Borgholm	931 698
2	Strömstad	599 327
3	Varberg	476 685
4	Falkenberg	447 562
5	Tanum	386 094
6	Västervik	366 237
7	Halmstad	291 570
8	Sotenäs	273 102
9	Mörbylånga	247 185
10	Gotland	242 397
11	Uddevalla	220 004
12	Kristianstad	207 122
13	Piteå	189 750
14	Malung-Sälén	186 202
15	Karlskrona	172 813



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



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

Mia Landin, vd Visit Värmland

# “När campingen växer,

Campingens betydelse för turismen i Värmland kan inte underskattas. Under somarmånaderna sker mer än sex av tio gästnätter på campingplatser, och på många destinationer i länet är campinganläggningarna själva motorn för sommarturismen. – Den bidrar till arbetstillfällen, skatteintäkter och attraktiva regioner, säger Mia Landin, vd Visit Värmland.

Under 2025 ökade antalet gästnätter på campingplatser i Värmland med omkring fem procent, två procentenheter mer än riket i sin helhet. Både svenska och internationella gäster bidrog till uppgången.

– Vi har redan många internationella campinggäster och det är naturligtvis viktigt att fortsätta utveckla den marknaden. Men det är extra roligt att se att ökningen är stark även bland svenska besökare, säger Mia Landin, vd Visit Värmland.

Totalt sett blev 2025 också ett rekordår för turismen i länet – i nivå med toppåret 2018 – och utvecklingen ser fortsatt ljus ut.

## Juni ökar mest

När det gäller campingturismen – som står för sextio procent av alla gästnätter sommartid – är tillväxtpotentialen fortsatt mycket stor i länet, speciellt under de så kallade ”axelsäsongerna”, perioden precis före och efter högsäsongen.

Under juli är det ju fullt på många ställen i länet men under övriga månader finns ledig kapacitet.

– Vi har pratat om säsongförslängning länge men nu ser

vi faktiskt en del positiva resultat, framför allt i juni där internationella gästerna står för ökningen, säger Mia Landin.

Antalet gästnätter under juni månad förra året ökade med 5 procent jämfört med 2024, och med elva procent sedan 2023. Totalt handlar det om 14 000 fler gästnätter under en tvåårsperiod.

## Naturen största styrkan

Marknadsföringen och hur vi kommunicerar kring Värmland är viktig, anser Mia.

– ”Sola skiner i Karlstad” är ett känt uttryck. Men vi ska inte låtsas som att det aldrig regnar för det gör det ju ibland. Vi ska prata om Värmland som det ser ut, säger Mia.

Det som gör länet speciellt är inte soltimmarna eller badtemperaturen utan den fantastiska naturen – året om – samt kulturutbudet från Selma Lagerlöfs Mårbacka till festivaler, konserter och lokala evenemang runt om i regionen.

– Det är därför gästen kommer att välja Värmland och campingens kan spela en nyckelroll här eftersom det är det naturliga boendeanternativet på många platser. När camping växer så växer hela Värmland, säger Mia Landin. ▲



# växer Värmland”

## Camping i Värmland

Totalt 893 788 gästnätter på campinganläggningar i Värmland 2025, en ökning med 4,6 procent jämfört med 2024, varav:

- 416 465 svenska gästnätter, +4,8 procent
- 475 935 utländska gästnätter, +4,1 procent



Under sommaren är 6 av 10 gästnätter i Värmland på en campingplats. Tredje högsta andel i Sverige.

Norge är den största utländska marknaden med cirka 300 000 besökare per år. Därefter följer Tyskland och Nederländerna

Antalet gästnätter på campingplats i juni i Värmland har ökat med elva procent sedan 2023. Totalt handlar det om 14 000 fler gästnätter under en tvåårsperiod. ”Bredden är en av våra styrkor. Vissa vill ha aktiviteter och service, andra söker natur och lugn”, säger Mia Landin, vd för Visit Värmland.



Svensk Campings ordförande och entreprenören Michael Carlsson

# Samarbete som styrka i en växande bransch

Som ordförande för Svensk Camping representerar Michael Carlsson en växande framtidsbransch som i dag genererar en turismekonomisk omsättning på cirka 12 miljarder kronor och sysselsätter omkring 7 000 årsarbeten. Men han är också själv campingföretagare och driver flera framgångsrika anläggningar längs Smålandskusten.

När vi får tag på Michael är han på språng. Han sitter i bilen efter ett styrelsemöte i det kommunala energibolaget i Västervik där han har ett ledamotsuppdrag – en av flera roller vid sidan av företaget.

– Jag gillar att ha många järn i elden och att kunna bidra med det jag är bra på. Omväxling och utveckling är ju också typiskt för campingbranschen så det känns som jag har hamnat rätt, säger han.

Campingföretagandet tar upp den mesta tiden. Han beskriver sig själv som en ”doer” och berättar att småföretagandet ligger i blodet. Föräldrarna drev ett åkeri- och entreprenadföretag.

– Men jag utbildade mig till ingenjör och arbetade



Foto: Niklas Maupoix

”Ska vi fortsätta växa behöver

Sverige bli bättre på att

marknadsföra oss internationellt.”

Michael Carlsson,  
ordförande Svensk Camping

som datorkonsult och utbildare på en turismutbildning när det dök upp ett tillfälle att ta över en anläggning i trakten, säger han.

Det blev början på en entreprenörsresa som fortfarande pågår. Tillsammans med sin familj driver Michael företaget KustCamp som har anläggningar och hotell i Gamleby, Västervik och Valdemarsvik. Företaget har ett tiotal anställda och en omsättning på omkring 20 miljoner kronor per år.

## Utbilda politikerna

När han ser tillbaka på branschen han kom in i för snart fjortio år sedan är förändringen stor.

– 1985 var en helt annan tid. Det fanns inte mycket till service i branschen. I dag är det egentligen inte så mycket som är likt, förutom naturupplevelsena.

Samtidigt menar han att få riktigt såg potentialen i campingnäringen vid den tiden – och att den bilden delvis lever kvar än i dag, även om mycket har förändrats.

– Campingnäringen var länge inte högt prioriterad politiskt och hanterades ofta av beslutsfattare som inte var särskilt intresserade av frågorna. Jag tycker att vi fortfarande lider lite av det, även om det har blivit bättre. Vi behöver helt enkelt utbilda våra politiker om campingens betydelse och om hur avgörande den är för att skapa attraktiva destinationer på många håll i Sverige.

För många turistorter är campingplatserna en central del av infrastrukturen för besöksnäringen. Utan dem skulle flera av Sveriges mest välkända besöksmål ha svårare för att ta emot de stora mängder gäster som varje år söker sig dit. Detta bör alla känna till.

Samtidigt fortsätter branschen att växa, stadigt år för år.

– Campingens är ju en av de största boendeformerna inom svensk turism, och utvecklingen drivs av både svenska och internationella gäster, säger Michael.

De utländska besökarna är en nyckel till fortsatt



tillväxt och just där Michael driver sina anläggningar är andelen utländska gäster särskilt hög, speciellt under perioden efter den svenska industrisemestern då andelen ligger på cirka 60 procent.

– Det visar vilken potential som finns. Många tyskar och andra européer har semester mer utspjutt än vi svenskar, vilket gör att vi kan fylla sensommaren utan att behöva bygga mer kapacitet.

Här ser han en stor möjlighet för branschen.

– Ska vi fortsätta växa behöver Sverige bli bättre på att marknadsföra oss internationellt.

Samtidigt betonar han att branschen redan i dag erbjuder en stor bredd av upplevelser. Utbudet sträcker sig från enkla naturcampingar till mer utvecklade semesteranläggningar med ett stort serviceutbud.

– Det är en av styrkorna i näringen. Gästerna kan välja mellan väldigt olika upplevelser.

## Underlätta för kreativa företagare

För att branschen ska fortsätta utvecklas menar han också att det behöver bli enklare för entreprenörerna att genomföra sina idéer.

– Det går att underlätta för kreativa företagare som vill utveckla campingverksamhet. Det finns onödiga hinder i regelverken.

Ett hinder är plan- och bygglagstiftningen, där

campingverksamhet i dag inte är tydligt definierad.

– Det gör att utvecklingsprocesser ibland blir onödigt krångliga och långsamma.

Som ordförande för Svensk Camping ser Michael Carlsson därför ett viktigt uppdrag i att samla branschen och föra dialog med beslutsfattare.

– Om vi lyckas förklara vilken betydelse campingen har för turismen tror jag att vi kan få ett större gehör.

Han menar att förutsättningarna finns för att lyckas – inte minst eftersom branschen redan präglas av ett starkt samarbete.

– Vi är en stark näring och vi har mycket att bidra med. Dessutom finns en stark kollegial kultur i branschen. Campingföretagare delar erfarenheter, hjälper varandra och besöker ofta varandras anläggningar. Det gör att vi har goda förutsättningar att utveckla branschen tillsammans.

## Ljus framtid

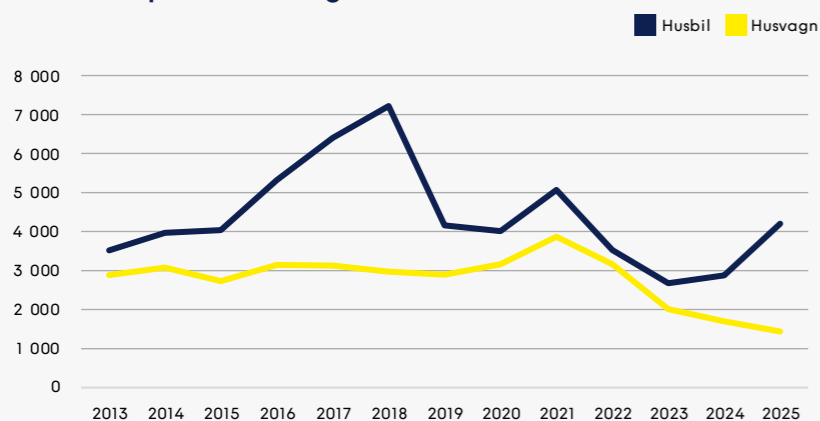
Mycket talar för att campingens framtid är ljus. Semesterformen ligger i tiden, menar han, och erbjuder både naturnära upplevelser och flexibilitet.

– Vi har alla förutsättningar att fortsätta växa på ett hållbart sätt. Med fler internationella gäster kan vi förlänga säsongen, skapa fler arbetstillfällen och utveckla fler anläggningar till verksamheter som håller öppet större delar av året. ▲

## Kraftig rekyl uppåt för husbilar i Sverige

Efter en period med vikande försäljning av nya husbilar och husvagnar i Sverige präglades 2025 av en kraftig återhämtning på husbilsmarknaden. Antalet nyregistrerade husbilar ökade med 46 procent jämfört med 2024. Borttagandet av malusskatten för husbilar och lägre räntor har varit positiva faktorer för utvecklingen i branschen. Samtidigt som husbilar stod för cirka 75 procent av nyregistreringarna under 2025 är husvagnar fortfarande den vanligaste typen av campingfordon i Sverige. Av det totala beståndet på cirka 425 000 registrerade husvagnar och husbilar i Sverige är cirka 300 000 husvagnar, vilket motsvarar 71 procent.

### Antalet nyregistrerade husvagnar och husbilar per år i Sverige sedan 2013



2025 präglades av en kraftig ökning av nyregistrerade husbilar i Sverige, även om nivåerna fortfarande ligger under toppåren kring 2018. För husvagnar fortsatte den nedåtgående utvecklingen. Källa: HRF

### De 10 mest sålda husvagnsmärkena på svenska marknaden

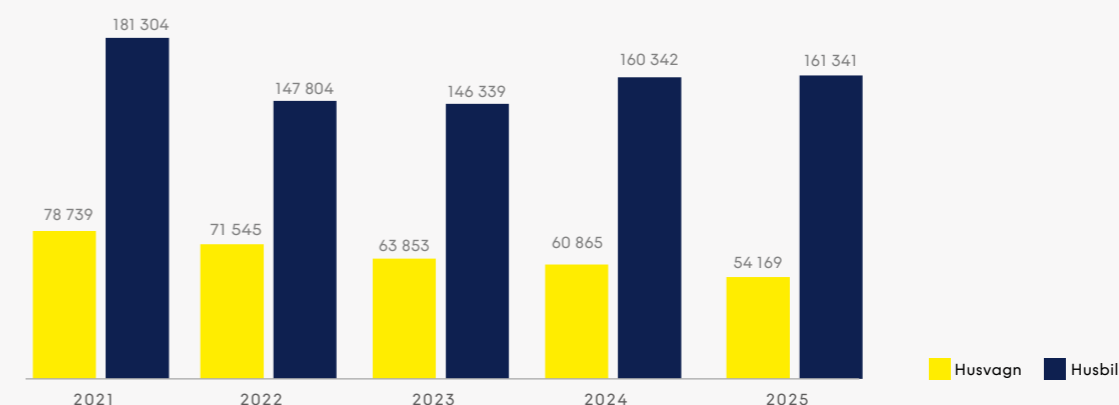
1. Kabe
2. Adria
3. Hobby
4. Polar
5. Knaus
6. Weinsberg
7. Dethleffs
8. Tabbert
9. Camp-let
10. Eriba

### De 10 mest sålda husbilsmärkena på svenska marknaden

1. Adria
2. Kabe
3. Knaus
4. Pilote
5. Sunlight
6. Hobby
7. Bürstner
8. Sun Living
9. Challenger
10. Rapido



### Nyregistrering av husvagnar och husbilar i Europa totalt de senaste fem åren

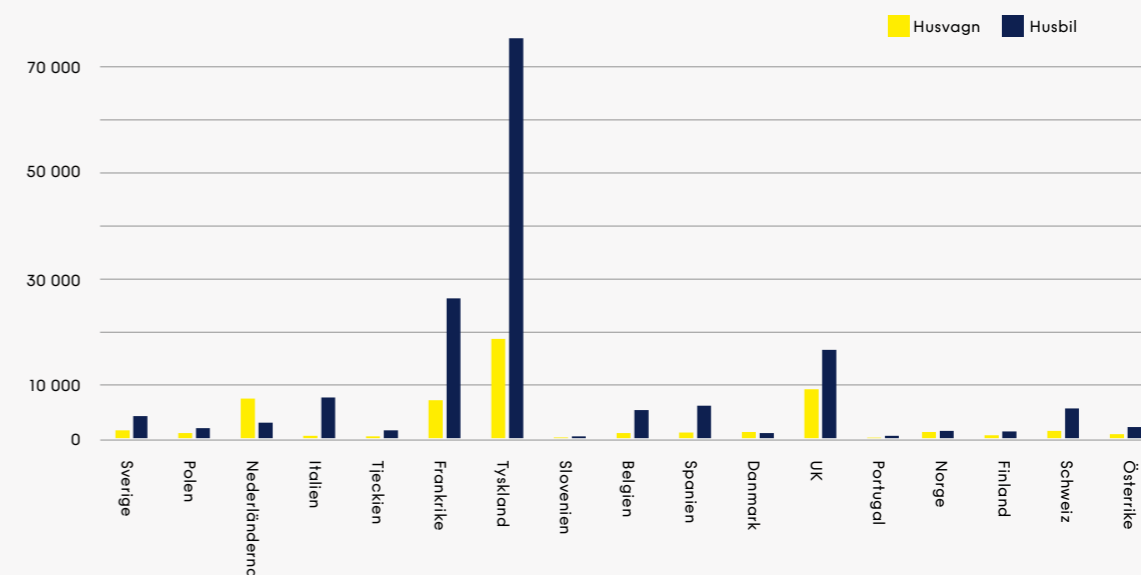


I Europa som helhet syns en positiv utveckling för nyregistrerade husbilar medan nyregistreringarna av husvagnar fortsätter att minska. Källa: European Caravan Federation

# 1 000 000

Den tyska marknaden blir allt viktigare för svensk camping och den fortsätter att växa. Under 2025 nåddes en viktig milstolpe när antalet registrerade husbilar i Tyskland för första gången översteg en miljon.

### Nyregistrering av husvagnar och husbilar i Europa per land 2025



I så gott som alla länder – med undantag för Nederländerna – är det nyregistreringar av husbilar som ökar. Den tyska marknaden är i särklass störst med nästan 100 000 nyregistreringar av husbilar under 2025. Källa: European Caravan Federation

# När husbilslivet växer tar Bergholms klivet in på börsen

Bergholms börsnotering markerar ett nytt kapitel för företaget – men speglar också en större utveckling i branschen. Registreringarna av fritidsfordon ökar, nya kundgrupper hittar till campinglivet och framtidstron är stark.

Bergholms har vuxit från ett familjeföretag i Kristinehamn till en av Sveriges ledande importörer av fritidsfordon. Företaget grundades 1992 av Olle Bergholm, som lämnade husvagnstillverkaren Cabby för att starta eget. Sonen Lars Bergholm började arbeta i bolaget direkt efter studenten 1997 och blev företagets första anställda.

2009 blev han vd.

– Pappa ville trappa ned och jag tog över. Det var mitt under finanskrisen och företaget genomgick ett stålbad. Men sedan kom ett uppsving för campingen igen och vi fick uppleva skiftet från husvagnar till husbilar, säger Lars.

I dag representerar Bergholms sju varumärken, stöttar 27 återförsäljare runt om i landet och har 28 anställda i Kristinehamn. Företaget befinner sig i en kraftig tillväxtfas och 2025 ökade bolaget sin omsättning till 586 miljoner kronor. Men tillväxt kräver kapital och i slutet av mars noterades företaget på börsen.

– För något år sedan tog vi in Entreprenörsvärden som extern investerare, och i samband med det började vi också diskutera en börsnotering.

## Hade töntstämpel

Företaget befinner sig på anrik industrihistorisk mark med en lång historia av produktion av fritidsfordon och staden är än idag ett viktigt nav för sektorn.

Förutom Cabby hade även motorpionjären Albin Motor sin fabrik i Kristinehamn – så varför inte beskriva noteringen på börsen i rena motortermer.

– Det handlar egentligen om att öka cylindervolymen i en redan bra motor. Detta för att bättre kunna hantera både uppförsbackar och nedförsbackar, säger Lars.

En stor del av kapitalet ska användas till att stärka rörelsekapitalet i en verksamhet där stora varuflöden, lagerhållning, support och eftermarknad kräver finansiell uthållighet. Investeringar planeras också att göras för att effektivisera interna produktionsprocesser. Högre grad av automatisering ska göra det möjligt för bolaget att rusta för större volymer och ännu högre kvalitet.

Ambitionen är att vara en aktiv del av ekosystemet kring det mobila semestrandet – nära återförsäljare, verkstäder, campingplatser och slutkunder.



## Fakta Bergholms

- Importör av husbilar och husvagnar sedan 1992
- Grundat av Olle Bergholm
- Vd: Lars Bergholm
- 28 anställda
- Omsätter 568 MSEK (2025)
- Aktien börsnoterades 2026, Spotlight Stock Market

På bilden syns Lars Bergholm som ringer i klockan då Bergholms börsintroducerades.

– Först ligger fokus på att växa vidare i Sverige, där det fortfarande finns vita fläckar på kartan, säger Lars.

Lars var bara 31 år när han tog över. Då var det en bransch som förde en ganska så undanskymd tillvaro. Men detta har ändrats. Och det är inte en slump och handlar inte bara om skiftet från husvagn till husbil.

Många bidrog med stora marknadsföringsinsatser och Bergholms samlade återförsäljarkåren för en satsning på TV-reklam.

– För trettio år sedan – när jag var ny i branschen – hade vi en töntstämpel hos många. Idag vill alla prata husbilar. Det är såklart roligt, säger han.

## Efterfrågan på husbil är stark

Antalet nyregistrerade husbilar i Sverige ökade från 2 877 under 2024 till 4 200 under 2025, en ökning med cirka 50 procent. 2026 har börjat ännu starkare: under årets första månader registrerades 434 nya husbilar, jämfört med 204 under samma period föregående år. Det är mer än en fördubbling.



Lars Bergholm, vd på Bergholms. På stora bilden syns Knaus Südwind Black Selection, en av företagets storsäljande husvagnar.

Men det är inte nödvändigtvis husbilen som är intressant. Lars beskriver husbilen som en möjliggörare.

– För golfspelaren blir den ett sätt att enkelt ta sig mellan olika banor. För hundägaren skapar den frihet att resa. För storstadsbon öppnar den vägen till natur, kust och fjäll. Husbilen är inte huvudanledningen utan möjliggöraren – och då öppnar sig en stor marknad upp.

Efterfrågan på husbilar är stark över lag men sticker i väg ordentligt när det gäller de mindre modellerna – campervans.

## Rörelse och variation

De nya körkortsreglerna som är på gång från EU – och som gör att du får ratta 4 250 kilo (efter något slags prov) har skapat en stark tilltro även till de tyngre modellerna.

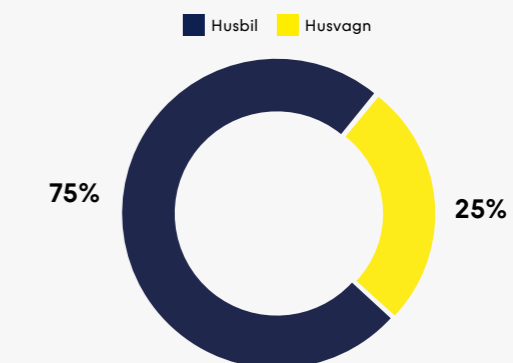
– Fordonen blir tyngre när det blir allt säkrare och komforten ökar men detta lägger ju även grunden för att kunna sätta in tunga batterier i bilarna, säger Lars.

På sikt kommer även elektrifieringen att påverka marknaden, även om utvecklingen väntas ske stegvis. Först får vi nog se hybridlösningar, tror Lars.

Elektrifieringen ställer förstås i sin tur krav på campinganläggningarna. Laddmöjligheter blir en allt viktigare del av infrastrukturen i takt med att fordonen utvecklas, men minst lika betydelsefullt är att entreprenörerna fortsätter att anpassa sina erbjudanden efter gästernas förändrade beteenden.

Veckolånga vistelser på samma plats blir mer ovanligt, tror Lars. I stället handlar det mer om rörelse, flexibilitet och variation. Därför ökar behovet av anläggningar och

## Fördelning av nyregistrerade husvagnar och husbilar i Sverige 2025



Under 2025 registrerades 4 200 nya husbilar i Sverige – en ökning med 46 procent jämfört med 2024. Samma period registrerades 1 366 nya husvagnar. Källa: HRF

ställplatser som erbjuder mer differentierade lösningar – där gäster kan välja just det som passar dem, snarare än färdiga paket.

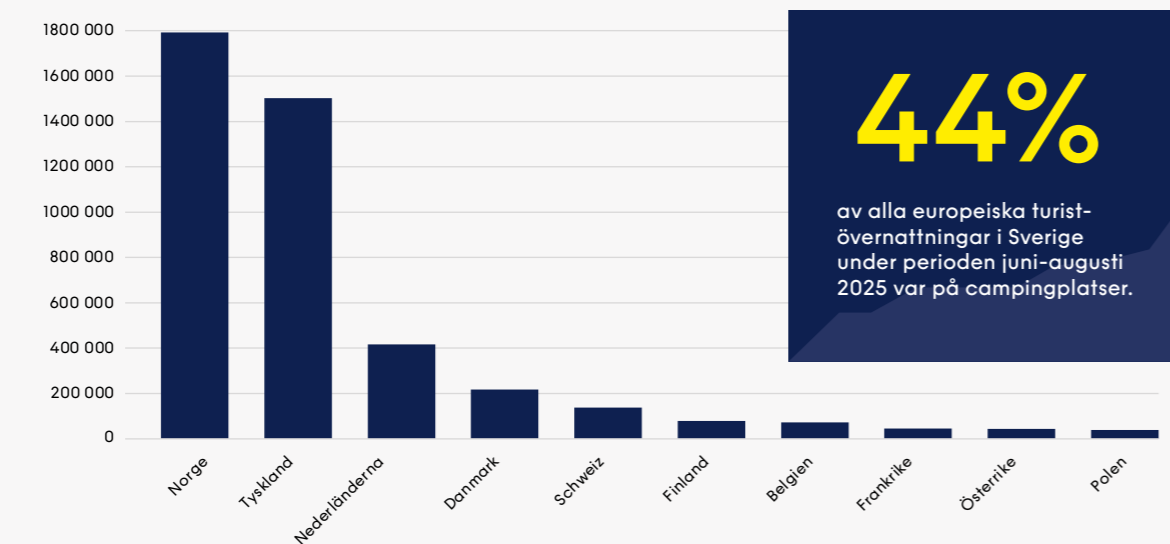
– För många blir campingplatsen inte längre slutdestinationen, utan en del av resan – en plats för återhämtning, service och logistik mellan olika stopp, säger Lars.

Det öppnar för en bredare utveckling av campingnäringen, där anläggningar i allt större utsträckning behöver fungera som nav i ett mer rörligt och upplevelsedrivet resande. ▲

## Europas sommarturister väljer campingboende när de besöker Sverige

Camping är det största semesterboendet för europeiska turister som besöker Sverige under sommarmånaderna. Den största marknaden är Norge med nästan 1,8 miljoner gästnätter och god tvåa är Tyskland. Den tyska och även den nederländska marknaden bedöms ha en stor potential varför ett stort fokus på marknadsföringsåtgärder ligger på just dessa marknader.

Gästnätter på Sveriges campingplatser från de största internationella marknaderna

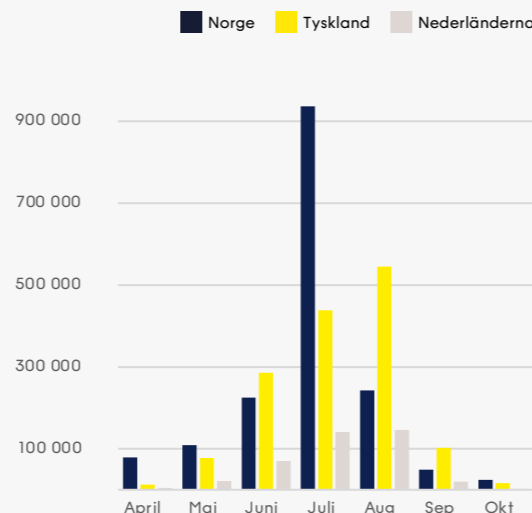


Norge är alltså den största utländska marknaden men den tyska marknaden växer snabbare över tid. Inom 2-3 år beräknas den tyska marknaden vara den största utlandsmarknaden för Sveriges campingplatser.

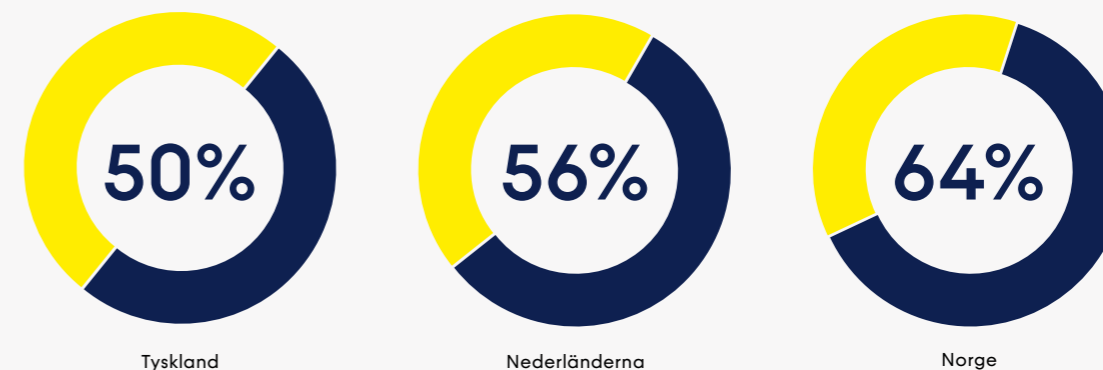
### Internationella gästnätter per månad från de tre största utlands-marknaderna

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.

Det är under de så kallade "axelsäsongerna" utanför juli som Sverige har stor chans att växa som campingdestination. Camping är motorn för sommarturismen på de flesta destinationer i Sverige och fler internationella campingturister skapar en längre turistsäsong för hela Sverige som destination.



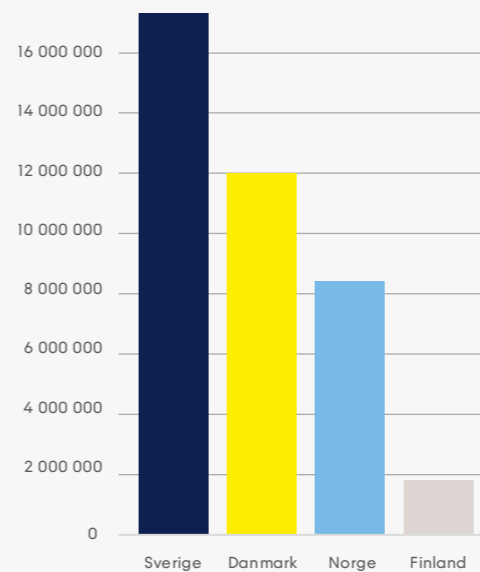
### Branschens andel av de internationella gästnätterna i Sverige



Diagrammen visar branschens marknadsandel av de tre största utländska marknaderna – Tyskland, Nederländerna och Norge – under sommarmånaderna juni, juli och augusti.

### Nordisk campingstatistik

#### Gästnätter i Sverige, Danmark, Norge och Finland 2025



Norden fortsätter att stärka sin position som internationell campingdestination. Tillsammans hade campingplatserna i Sverige, Danmark, Finland och Norge över 39 miljoner gästnätter under 2025.



# Avgörs campingens framtid i Bryssel?

Svensk Camping är medlem i den europeiska paraplyorganisationen EFCO & HPA, där branschorganisationer från 23 länder samarbetar för att driva och påverka i frågor som är viktiga för campingnäringen. Frågor kopplade till lagstiftning, digitalisering, hållbarhet och standardisering ligger högt upp på agendan.

Just nu pågår ett standardiseringsprojekt kring en gemensam europeisk uppförandekod för digitala omdömen där campingnäringen arbetar tillsammans med aktörer som TripAdvisor, Airbnb och Booking.com.

– Vi har sett vad som hänt i hotellindustrin, och därför är det viktigt att prata om hur vi vill ha det innan samma sak händer här. Campingen behöver äga kundrelationen,



**”Den som tappar bokningen riskerar också att förlora lönsamhet.”**

Arthur van Disseldorp ordförande EFCO & HPA.

säger Arthur van Disseldorp, ordförande för den europeiska campingorganisationen EFCO & HPA, där Svensk Camping är medlem.

Arthur beskriver en bransch som blir alltmer internationell, där bokningsplattformar, jämförelsesajter och AI-drivna tjänster står och knackar på dörren och vill ta del av marknaden.

– De tar plats mellan gästen och anläggningen och skär naturligtvis också emellan vilket påverkar lönsamheten i branschen, säger Arthur.

## Rättvisa betyg

Det är företag med stora tekniska och finansiella resurser som vill in i branschen. Det är heller ingen liten marknad det handlar om. Campingen står i dag för över 400 miljoner gästnätter i Europa, motsvarande cirka 13 procent av alla gästnätter.

Kärnfrågan är bokningen.

– Den som tappar bokningen riskerar också att förlora lönsamhet, kontrollen över kundkontakten och möjligheten att bygga sitt varumärke på lång sikt, säger han.

En viktig del av Arthurs arbete sker i Bryssel. Där fattas viktiga beslut som påverkar hur företag får synas, sälja och möta sina gäster i framtiden.

– Om campingnäringen inte finns med där besluten fattas finns risken att utvecklingen går i en riktning som

gynnar andra mer. Vi får inte hamna i ett läge där andra sätter villkoren, säger han.

En aktuell fråga som diskuteras just nu är hur branschen ska hantera recensioner och omdömen online.

Det är EU-kommissionen som tillsammans med aktörer inom besöksnäringen och konsumentorganisationer tagit fram något som de kallar ”Code of Conduct for online reviews and ratings for tourism accommodation”. En frivillig europeisk överenskommelse som ska göra recensioner och betyg mer trovärdiga, transparenta och rättvisa.

## Alla viktiga aktörer med

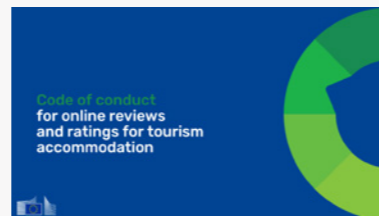
Syftet är att minska problemen med falska recensioner, köpta omdömen och otydliga regler för hur recensioner hanteras. Koden omfattar bland annat bokningsplattformar, jämförelsesajter, konsumenter och boendeaktörer – och även de stora internationella techaktörerna är med i detta arbete.

– Alla viktiga aktörer är med. Det ökar chansen att förändringen får verklig betydelse, att det inte bara blir en skrivbordsprodukt utan att frågan tas på allvar av hela kedjan kring hur gäster söker och bokar sitt boende, säger Arthur Van Disseldorp. ▲

## EFCO & HPA

EFCO & HPA (European Federation of Campingsite Organisations and Holiday Park Associations) är den europeiska branschorganisationen för camping och semesteranläggningar. Organisationen samlar nationella campingorganisationer från 23 länder och arbetar med att driva branschfrågor på EU-nivå, bland annat kring lagstiftning, standardisering, digitalisering och hållbarhet.

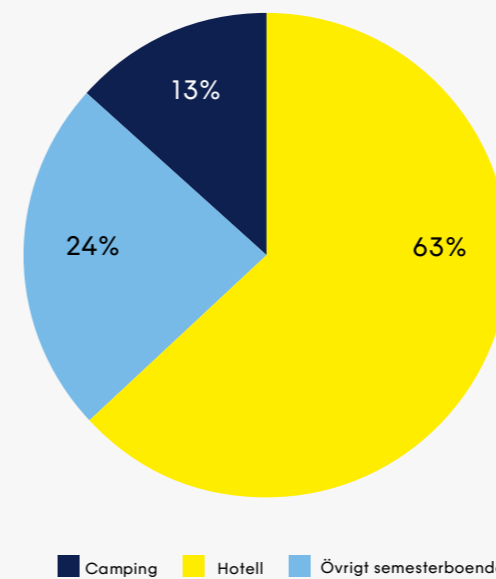
Svensk Camping representerar Sverige i organisationen. Ordförande för EFCO & HPA är Arthur van Disseldorp.



# Campingturismen fortsätter att växa i Europa

Enligt Eurostat finns det cirka 25 000 campinganläggningar inom EU. Tillsammans hade de 413 miljoner gästnätter under 2025, det är en ökning med cirka 2 procent jämfört med 2024. Campingbranschen står för 13 procent av alla turistövernattnings i Europa, medan motsvarande siffra för Sverige är 24 procent.

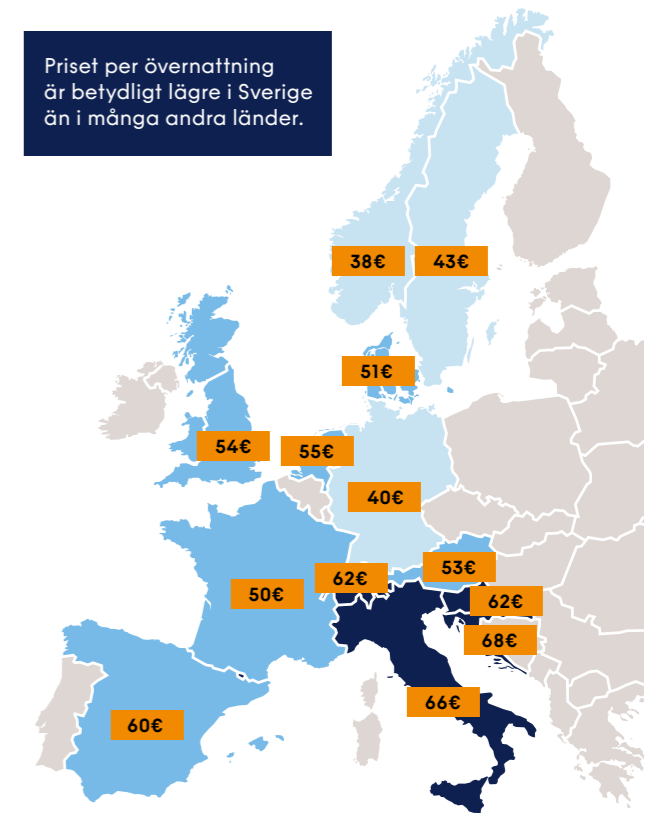
## Så bodde turisterna i EU 2025



Källa: Eurostat

## PiNCAMP/ADAC:s prisjämförelse för övernattnings på camping i Europa

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



Priserna visar den genomsnittliga kostnaden för en övernattnings 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.

# 413

miljoner gästnätter spenderades på campingplatser i EU under 2025.

Källa: Eurostat

Internationell trendspaning

# Nordamerikaner campar för den mentala hälsans skull

Återhämtning och att "ladda batterierna". Den mentala hälsan står i centrum när nordamerikanerna får svara på varför de campar. Samtidigt ökar konsumtionen. Det visar 2026 års trendrapport från Campgrounds of America, KOA, en av världens största aktörer inom outdoor hospitality.

Det våras för campingen även på andra sidan Atlanten. Inte mindre än 52 miljoner amerikanska hushåll besökte en anläggning under 2025 och besöksiffrorna överstiger nu nivåerna som rådde innan pandemin. Samtidigt skjuter intäkterna i höjden.

CampanDET genererade lokala intäkter på totalt 66 miljarder US-dollar, en summa som motsvarar cirka 600 miljarder svenska kronor.

– Den här rapporten visar att camping inte är en nischmarknad, utan en betydelsefull del av Nordamerikas reseekonomi och en viktig resurs för lokalsamhällen, säger KOA:s vd Toby O'Rourke.

## Återhämtning

Bryter man ner rapporten på individnivå verkar det som att många amerikaner har "spenderarbyxorna" på sig även när de campar. Här gör man av med cirka 200 US-dollar varje dygn – på mat, aktiviteter och annat roligt. Då är inte boendet inräknat.

Men det som överraskar mest i årets rapport är svaret på frågan varför man campar.

Rapporten som bygger på en undersökning där 4 000 slumpmässigt utvalda nordamerikaner deltagit, visar att

det i första hand handlar om att "må bra" och att det är naturupplevelsorna som bidrar till detta.

77 procent av respondenterna svarade att "bara vara i naturen är tillräckligt" och klarar sig utan organiserade aktiviteter och extra bekvämligheter. Hälften av alla campare uppger att huvudanledningen när de bokar sina resmål är att öka sitt mentala välbefinnande, att de hittat något som hjälper dem att "ladda om".

– Det speglar ett skifte där enkelhet och naturlig återhämtning nu värderas högre än tillrättalagda upplevelser, säger Toby O'Rourke.

Och det råder ingen skillnad mellan åldrarna. Psykiskt välbefinnande är den främsta hälsodrivkraften i samtliga generationer och det är enkla aktiviteter som härliga promenader, titta på djur och njuta av en stjärnklar natthimmel som är de mest uppskattade.

– För aktörer i branschen är detta en viktig insikt, eftersom det innebär att själva campingupplevelsen blir produkten, säger Toby O'Rourke.

## Möjlighet till gemenskap

Att campingen också kan fylla en viktig social funktion är uppenbart för de som någon gång varit på en campingplats. Här är det lätt att få nya bekanskap och vänner.

Tre av fyra amerikaner ser campingen som en mötesplats och naturlig plats för gemenskap med andra. För yngre generationer tycks detta ha särskild betydelse. Nästan hälften i den här gruppen uppger att de idag har kontakt med andra som de träffat under en campingsester. ▲



## Tre nordamerikanska trender



Foto: Arina P Habich / Shutterstock.com

### Campingboomen fortsätter

Camping är större än före pandemin och bidrar starkt till lokala ekonomier.

2025 campade 52 miljoner nordamerikanska hushåll, samtidigt som resenärernas lokala konsumtion fortsatte att öka.

- 52 miljoner hushåll campade under 2025
- 66 miljarder dollar spenderades i lokalsamhällen
- 67 procent ökning av lokal konsumtion på fem år

### Naturen är dragplåstret

Det som lockar mest är inte aktiviteter eller underhållning, utan naturen i sig.

Rapporten visar att camping allt oftare förknippas med återhämtning, enkelhet och närhet till naturen.

- Naturen är främsta skälet till att nya campare provar camping
- Aldern 65+ ökar och är på högsta nivå på åtta år
- 20 procent gjorde sin första solresa under 2025



Foto: My Curly Adventures / Shutterstock.com

### Glamping och gemenskap

Glamping växer och campingplatserna blir viktiga sociala mötesplatser.

För många är glamping en väg in i campinglivet, samtidigt som många campare lyfter fram gemenskapen som en viktig del av upplevelsen.

- 15 miljoner hushåll valde glamping 2025
- 29 procent av alla campingupplevelser var glamping
- 3 av 4 ser campingplatser som mötesplatser utanför hem och arbete

# Sveriges 5-stjärniga campingplatser 2026

14 campingplatser – från Piteå i norr till Landskrona i söder – får fem stjärnor enligt Svensk Campings klassificering inför säsongen 2026.

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.

## Campingplatser med 5 stjärnor:

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



## Här är klassificeringsresultatet för 2026

- 14 st ★★★★★
- 67 st ★★★★
- 94 st ★★★
- 2 st Vildmarksamping



# Prisade gästfavoriter 2026

Camping.se Campers' Choice är tävlingen som varje år utser gästernas favoritcampingplatser i Sverige. Vinnarna röstas fram av både svenska och internationella gäster. 2026 deltog fler än 8 000 i omröstningen.



Syftet med Campers' Choice är att lyfta fram gästernas favoriter och hylla företagarna bakom campingplatserna.

Utöver vinnaren av kategorin "Best of the best", som är den anläggning som fått allra flest röster i årets tävling, presenteras vinnarna utan inbördes ordning i de övriga kategorierna.

## Alla vinnare 2026

**Best of the best**  
Hultsfred Strandcamping

**Internationella gästernas favorit**  
Bomstadbaden, Karlstad Swecamp

**Bästa helhetsupplevelsen**  
Dragsö Camping & Stugby  
Ursand Resort & Camping

**Bästa semesterläget**  
Ramsvik Stugby & Camping  
Tobisviks Camping

**Bäst på värdschap**  
Överhörns Camping  
Gullbrannagården



Rickard och Erica Hammarlund driver Hultsfred Strandcamping som fick flest röster i Camping.se Campers' Choice 2026.

**Bästa platsen för lugn och ro**  
Särna Camping  
Caravan Club Sollerö Camping

**Bästa platsen för barnen**  
Daftö Resort  
Västervik Resort

**Bästa semesterkänslan**  
Harge Resort  
Borstahuset Campingresort



Årets företagare 2026: Torbjörn Backlund och Annika Johansson.

Foto: Niklas Klempitz

# Årets företagare Torbjörn och Annika delar gärna med sig av sin kunskap

Årets företagare håller inga framgångsrecept hemliga. Tvärtom sprider Annika Johansson och Torbjörn Backlund på Ramsvik Stugby & Camping gärna sina erfarenheter och idéer.

– Vi har alltid haft nytta av det fina samarbetet i branschen, så det är självklart att vi delar med oss, säger Annika.

Torbjörn och Annika blev både glada och överraskade när de tilldelades utmärkelsen Svenska Campingpriset i kategorin Årets företagare 2026. De har drivit Ramsvik Stugby & Camping norr om Smögen sedan 1999. Men historien går längre tillbaka än så. Anläggningen startades av Torbjörns pappa 1958, och det var han som tidigt tog initiativ till regional samverkan campingföretag emellan.

– Det är självklart för oss att bidra till det samarbete vi har, både lokalt, regionalt och nationellt. I den här branschen är inställningen att vi inte är konkurrenter utan kollegor, säger Torbjörn.

Annika är för tillfället ordförande i Camping Väst kust

och sitter i styrelsen för Camping Bohuslän. Hon anser att campingnäringen är helt beroende av gott samarbete, inte minst eftersom företagandet är så komplext. Du ska kunna väldigt mycket inom camping, stuguthyrning, restaurang och butik, aktiviteter, marknadsföring, personalvård och mycket, mycket mer.

– Det är ingen ansträngning att engagera sig i samarbetet – tvärtom. Vi har otroligt roligt tillsammans med våra branschkollegor, säger hon.

Ett av de senaste projekten på Ramsvik som Annika och Torbjörn har kunnat dela med sig av är certifiering enligt Green Key. Svensk Camping har skapat en hållbar-

hetscertifiering som delvis baseras på denna märkning. På Ramsvik ville man passa på att gå hela vägen till en fullständig Green Key-certifiering.

– Då märkte vi att det var ganska omfattande. Men vi drog ihop ett nätverk för att hjälpas åt eftersom det ju var många som skulle certifieras för hållbarhet samtidigt. Vi hade Teamsmöten och bollade tankar. Det är mycket enklare att inte lösa allting själv, säger Annika.

Ett annat projekt där Ramsvik har kunnat bidra med kunskap till branschen är den solcellsanläggning som man byggde på taken till alla stugor 2019–2020. Den var då besöksnäringens största anläggning. Där genereras lika mycket el som Ramsvik Stugby & Camping gör av med. Nyfikenheten var stor bland andra företagare om hur man ska resonera kring att skaffa en anläggning och hur man gör rent praktiskt.

### Vill förlänga säsongen

Det finns också områden som är mindre fysiskt påtagliga men där mycket samarbete sker.

– En typisk grej är bokningssystem. Där kan alla som har samma system bara lyfta luren till varandra och fråga om någon detalj, säger Annika.

Hon tillägger att det som gör samverkan i campingbranschen extra bra är att alla företag drivs utifrån campingägarens egna intressen. Torbjörn och hon är ekonomer i grunden.

– Så vi gillar att hålla på med system, medan någon annan kanske är superduktig på markarbeten. Man har olika kompetenser. Något som jag kan tycka är superenkelt är det någon annan som tycker är hur svårt som helst – och tvärtom.

De senaste åren har Annika och Torbjörn lagt mycket jobb på att utveckla boendepaket som lockar med olika aspekter av naturen kring Ramsvik, bland annat med vandrings- eller fisketema. Ett av målen har varit att få fler gäster i maj och september. För att förlänga säsongen utanför högtrycksveckorna på sommaren har Ramsvik också satsat på att ta emot skolresor. Det blir ungefär hundra per år, så det finns en väl uppbyggd rutin. Även evenemang är en säsongsförlängare. Annika ger som exempel att skoföretaget Icebug varje år anordnar ett evenemang för trailrunning i september, med gäster från hela världen.

– Det blir både intäkter och bra internationell marknadsföring för oss.

### Engagerade gäster

Det senaste projektet för säsongsförlängning, som också har internationell prägel, är att Ramsvik knyter till sig researrangörer som ska sälja företagets stugor i Tyskland, Nederländerna, Belgien och Schweiz. Gäster från dessa länder vill helst inte boka boende på egen hand. Dock har



### Ur juryns motivering:

”Pristagarna har under lång tid varit en stark drivkraft i den svenska campingbranschen och deras engagemang sträcker sig långt utanför den egna anläggningen. Med en tydlig vision och ett starkt entreprenörskap arbetar de målmedvetet för att utveckla både sin egen verksamhet och branschen i stort. Pristagarna är en tydlig röst i frågor som påverkar campingnäringen och har, med stor kunskap, handlingskraft och genuint engagemang, bidragit till att driva branschens utveckling framåt på både lokal, regional och nationell nivå.”

trenden gått mer från helt färdiga paket till att kunderna vill skraddarsy sina resor. Därför är det fördelaktigt för en boendeanläggning att ha direktavtal med arrangörerna.

Säsongsförlängning, systemutveckling och solceller i all ära – utvecklingsarbetet på Ramsvik sker också på detaljnivå. Sedan några år skickar man ut strukturerade enkäter till gästerna, och har betydligt bättre svarsfrekvens än enkätföretaget hade räknat med.

– Det märks att vi har en högengagemangsprodukt. Gästerna bryr sig om att svara, eftersom de lägger mycket tid och pengar hos oss, säger Torbjörn.

### De allra flesta är mycket nöjda

Sådant som han och Annika fått upp ögonen för är enkla saker som att många saknat bra chipsskålar och brödknivar i stugorna och önskat bekvämare sängar. Annars är de allra flesta mycket nöjda med Ramsvik, framför allt läget, personalen, den trevliga stämningen och mängden aktiviteter. Den negativa kritik som framkom tycker ägarerna är befogad.

– Oftast förstår man varför gästen klagar. Allt måste funka. Det ska vara rent och snyggt och man ska bli vänligt bemött, säger Annika.

Torbjörn fyller i:

– Och vi måste lösa en ”issue” direkt. Vi har i ryggmärken hur man hanterar en missnöjd gäst och gör den till ambassadör.

Men vissa anledningar till kritik är faktiskt svåra att göra något åt.

– Vi har fått klagomål på att det är brännmaneter i havet. ▲



Årets hållbarhetsinsats 2026: Mette, Lena och Mia Kempe. Mette och Lena på bild.

Foto: Niklas Knappek

## Ambitiöst och transparent arbete gav priset Årets hållbarhetsinsats till Daftö

Företagare ska våga berätta utåt om sitt hållbarhetsarbete. På så vis kan man både inspirera andra och själv få syn på vad man faktiskt gör. Det säger Lena Kempe, vd för Daftö Resort som, tillsammans med mamma Mette och syster Mia, fått utmärkelsen Svenska Campingpriset för Årets hållbarhetsinsats.

Daftö Resort har haft förmånen att tilldelas flera priser under åren, men detta är första gången de belönas inom området hållbarhet. På sin webbplats presenterar företaget sina hållbarhetsinsatser, något de har gemensamt med många i campingnäringen. Men det har inte varit ett självklart val.

– Tidigare har vi varit ganska dåliga på att berätta på webben. Vi har känt att det finns så mycket kvar att göra – att vi inte vill gå ut med någonting förrän vi är helt färdiga. Men nu har vi kommit fram till att vi kan stå för det vi har gjort så här långt. Vi är glada över det – inget behöver vara perfekt, säger Lena.

Genom att vara transparenta med hållbarhetsarbetet gentemot gäster och branschkollegor får Lena och resten av företagsledningen en utifrånblick på verksamheten.

– Det hjälper oss att identifiera vad vi faktiskt gör, vilket skapar en stolthet.

På listan över miljöinsatser som både görs och kommuniceras finns till exempel installation av solceller, successivt byte till LED-belysning överallt och en övergång till eldrivna fordon.

– Hela vår flotta av bilar är eldriven, plus en del av arbetsfordonen när det är möjligt. Traktorerna är svåra att ersätta, än så länge, säger Lena.



Ur juryns motivering:

”Pristagarna har under lång tid arbetat målmedvetet med hållbarhetsfrågor och är ett tydligt exempel på hur ett brett hållbarhetsarbete kan bli en naturlig del av hela verksamheten. Genom ett aktivt arbete med bland annat energi, vatten och avfall, i kombination med ett starkt socialt engagemang, arbetar pristagarna kontinuerligt för att minska sin miljöpåverkan samtidigt som de engagerar sig i initiativ som gör skillnad för barn, unga och familjer.”



På Daftö finns även snålspolande duschmunstycken och kranar. För att spara ännu mer på vattnet måste gästerna involveras. Där tycker Lena att kommunikationen har varit svår att formulera på ett bra sätt. Det får inte låta snålt.

– Vi jobbar ju med glädje och lyx här. Syftet med att spara vatten är inte snålhet, men det blir ju trots allt en win-win för både miljön och ekonomin. Jag tror att ju fler campingföretag som jobbar med vattenfrågan, desto mer naturligt blir det för gästerna att hjälpa till.

### Satsar på lokalsamhället

Överhuvudtaget är man sparsam med skyltar som ska lära gästerna att göra rätt. Det finns på frukostbuffén en vänlig uppmaning att inte överfylla tallriken, och vid sopkärnen finns instruktioner om hur man ska sortera. Daftö försöker hålla nere antalet fraktioner för att det inte ska bli alltför krångligt.

– Vi försöker också se till att pantflaskor och -burkar inte ska hamna bland soporna. Vi har korgar bredvid tunnorna där man kan lägga dem. Annars har vi stora pantbehållare från Pantamera där pengarna går till välgörande ändamål.

Genom att skänka sin pant på burkar och flaskor samlade gästerna tillsammans in 116 604 kronor till Jontefonden under 2025, vilket var mest av alla de campingplatser i Sverige som använder Pantameras insamlingssystem.

Detta för oss in på en annan grundläggande aspekt av hållbarhet: den sociala. För Daftö Resort är det viktigt att satsa på barn och ungdomar i lokalsamhället. Företaget sponsrar idrottsföreningar med syftet att underlätta utövandet för fler. Och varje år vid skolavslutningen i juni bjuder Daftö med stöd av Strömstads kommun alla elever, från förskoleklass till nian, på en dag i nöjesparken Daftöland. Barnen får också ta med sig en valfri medföljande. Det innebär 3 000–4 000 besökare.

– Den dagen är det absolut flest personer i parken under hela sommaren. Vi tar normalt inte så många, det blir köer men funkar ändå fint. Det är en dag fylld av glädje. För en del barn är det enda chansen att besöka parken.

### God ekonomi grunden

Ett annat sätt att jobba med social hållbarhet är att vara en bra och ansvarstagande arbetsgivare. Varje år får kärntruppen på Daftö cirka 200 nya medarbetare. Ungefär 50–60 procent är återvändare, men som helhet krävs en stor utbildningsinsats i hållbarhet och värdskap.

– Det finns en fördel med stor omsättning av medarbetare. Det ger möjligheter att hela tiden utvecklas som företag. Har man en fast organisation kan förändringsbenägenheten bli lägre, förklarar Lena.

För henne är det självklart med kollektivavtal och att

vara en rättvis arbetsgivare med starkt arbetsgivarvarumärke. Daftö är den första arbetsplatsen för många unga, och Lena vill att de ska få lära sig vad arbetslivet innebär i form av rättigheter och skyldigheter.

Företaget arbetar också för att bidra till näringslivet som helhet i Strömstad kommun, bland annat genom att framhålla vad som underlättar för att driva bolag lokalt. På det nationella planet sitter Lena i Visitas styrelse och kan därigenom, och genom Svenskt Näringsliv, påverka policyer och lagstiftning.

– Den ekonomiska sidan av hållbarhet är lite problematisk. Det är inte ”fint” att tjäna pengar. Ändå är god ekonomi grunden för hela utvecklingen: nya boendeformer, nya attraktioner och aktiviteter. Och även förutsättningen för ekologisk och social hållbarhet.

### Tredje generationen på Daftö

En grund för Daftö Resorts, och hela campingnäringens, påverkansarbete är att företaget står för ekonomisk trygghet lokalt och nationellt.

– Vår bransch kan inte byta kommun och vi kan inte byta land. Att vi finns är bra både för kommunen och för Sverige.

I arbetet med att bygga en ekonomisk hållbarhet ingår att bygga kontinuitet i själva företaget. Lena och hennes syster Mia är tredje generationen att driva Daftö Resort.

– Nu jobbar vi på att fjärde generationen en dag ska ta över. ▲

# Svensk-norskt campingsamarbete ska locka fler européer

Två länder – en destination. Projektet Nordic Camping Experience ska stärka konkurrenskraften i gränsregionen mellan Sverige och Norge – och göra området mer synligt för Europas campinggäster.

Gränsen mellan Sverige och Norge är cirka 163 mil lång och är en av de längsta landgränserna i Europa. För den motorburne är den enkel att korsa, med cirka 80 vägöverfarter.

Men för besöksnäringen finns många praktiska och mentala gränser. Trots att internationella gäster ofta ser Sverige och Norge som en destination – och en gemensam resa – är samarbetet inom besöksnäringen begränsat.

## Tyskland har stor potential

Nu ska det bli ändring på det. I det nya treåriga Interreg-projektet Nordic Camping Experience går Svensk Camping samman med partners i Norge och vänder sig till campingföretagen i gränsområdet.

– Branschens tillväxt finns i Europa och tillsammans med Norge är vi en starkare destination. Med Nordic Camping Experience får vi nu chansen att öka våra satsningar i en region som har naturlig potential att ta betydligt större plats i Europa. Det kommer att ge positiva effekter för hela branschen, säger Martin Juhos, vd för Svensk Camping.

Satsningen innebär kurser, studieresor och deltagande på mässor men också gemensamma digitala utvecklingsprojekt och kampanjer för att nå ut till internationella målgrupper med fokus på Tyskland och Nederländerna.



Tillväxten finns i Europa, framför allt i Tyskland. Deltagande i mässor, som exempelvis Caravan Salon, är en viktig aktivitet i projektet.



Kan vi samarbeta (...) så kanske vi kan få dem att stanna ytterligare en eller två nätter.

Joakim Ohlzon, campingföreståndare på Östersunds Camping.

Störst potential för tillväxt finns i Tyskland varför en stor del av marknadsföringsinsatserna riktas dit. De tyska gästnätterna på svenska campingplatser har ökat med 22 procent sedan 2023, jämfört med den totala ökningen på sju procent. 2025 blev dessutom ett rekordår för tyska övernattningar.

– Samtidigt är Sverige fortfarande en liten destination i den tyska campingvärlden. I Tyskland finns omkring 15 miljoner campare. Nästan hälften reser ofta utomlands, men bara runt 100 000 väljer Sverige varje år, säger Martin Juhos.

## Samarbete ger många fördelar

På Daftö Resort utanför Strömstad och bara några mil från norska gränsen är man van vid internationella gäster. Många av dessa är tyskar eller holländare som är på väg till eller från Norge



Nordic Camping Experience är ett Interreg-projekt som i huvudsak är finansierat av EU-medel. Syftet är att stärka campingnäringen i gränsområdet mellan Sverige och Norge samt locka fler internationella besökare till området. På bilden syns Daftö Resort i Strömstad.

– Det är ett superbra initiativ som är mer än välkommet. Det finns många fördelar med att dela erfarenheter, gäster och marknadsföra området – både till närområdet och till nya marknader. Mer ger mer, säger Lena Kempe, vd på Daftö Resort.

Även längre upp i landet, på Östersunds Camping, räknar man med att initiativet kommer att gynna näringen på båda sidor gränsen. Campingens är ett vanligt stopp för internationella gäster som sedan fortsätter till Norge.

– Många tyskar och holländare som kommer till oss stannar en natt för att sedan fortsätta mot Lofoten. Kan vi samarbeta och göra våra länder ännu mer attraktiva så kanske vi kan få dem att stanna ytterligare en eller två nätter på våra campingplatser, säger Joakim Ohlzon, campingföreståndare på Östersunds Camping.

## EU-finansierat

Projektet som till stor del finansieras av EU-medel, har en total budget på cirka 13 miljoner kronor som ska användas till insatser riktade till campingföretagare i Västra Götaland, Värmland, Dalarna, Jämtland och Västernorrland på den svenska sidan samt Innlandet och Trøndelag på den norska sidan. ▲



## Nordic Camping Experience

Treårigt projekt inom ramen för EU-programmet Interreg Sverige-Norge med en total budget på cirka 13 miljoner svenska kronor.

**Tre spår:** Marknadsföring och synlighet, Kunskap och nätverkande samt Platsutveckling och innovation

**Svensk projektägare:** Svensk Camping

**Norsk projektägare:** Norsk Turistutvikling AS samt samarbetspartner NHO Reiseliv och projektet är stöttat av Innlandet Fylkeskommune.

## Områden som omfattas

Sverige: Västra Götaland, Värmland, Dalarna, Jämtland och Västernorrland

Norge: Innlandet och Trøndelag

# 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 erbjuda Europas bästa campingupplevelser. 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 har vi lanserat 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 en 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 marknadsplattform ger vi Sveriges certifierade campingplatser tillgång till den europeiska marknaden i ett och samma system. Här hjälper vi miljoner svenska och europeiska gäster att hitta och boka de bästa semesterupplevelserna i Sverige varje år.



## Svensk Campings styrelse 2026

Från vänster: Christer Jönsson, Ola Ambuhm, Kent Halvarsson, Celia Yoshida Ahlin, Ulf Hindsén, Ewa Bylander, Magnus Christoffersson. Michael Carlsson (ordförande) och Catrin Fägersten Sörensson.



## 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  
 Apledreds Konfektion AB  
 Arla Foods AB  
 Barilla Sverige AB  
 BG Byggros AB  
 Casa Italia Sweden AB  
 City Golf Europe AB  
 Clean Motion AB  
 Comers bokningssystem/Transitor AB  
 CompuSoft A/S  
 ConCoction AB  
 Destio  
 Electrolux Professional AB  
 Enviro Process AB  
 Essity Hygiene Health AB  
 Ethnic Food Solutions AB  
 Extrahuset Scandinavia AB  
 Flex Scandinavia AB/Chervongroup  
 Fluidra Nordic AB  
 Garo AB  
 HAGS i Aneby AB  
 Hall Miba  
 Irec Svenska AB  
 Julia AB  
 Kompan Sverige AB  
 KSAB Golf Equipment AB  
 Kärnan, Story House Egmont  
 Tingstad/Magnusson & Freij AB  
 Maskinparken Sverige AB  
 Media4you i Sverige AB  
 Menigo Foodservice AB

Metsä Tissue AB  
 Miljömedia Väst AB  
 Morgan Nyman AB  
 Nyah gruppen  
 Out of Home AB  
 PacsOn AB  
 Personalkollen  
 Polaris Scandinavia AB  
 Popz Sverige AB  
 PPV - Plast & Plåt Vägmarken AB  
 PrismaTibro AB  
 Rodeco AB  
 Rullebo AB  
 Savera 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 Sverige AB  
 Visab  
 Visit Group  
 Webbfabriken AB  
 Wetteröl AB  
 Älö Trä Vimmerby AB

# Medlemsföretag 2026

Alholmens Camping	Caravan Club Smednåset
Ammeråns Fiskecamp AB	Caravan Club Sollerö Camping
Anfasteröd Gårdsvik	Caravan Club Sturkö Camping
Antjärns Camping	Caravan Club Tandådalen
ApelvikStrand	Caravan Club Timmernabbens Camping
Arctic Camp Jokkmokk	Caravan Club Tisarstrand
Arkösunds Camping	Caravan Club Östnora Camping
Askeviks Camping & Stugor	Daftö Resort
Astrid Lindgrens Världs Ställplatsområde	Dalskärs Camping
Barsebäckstrands Camping	Degernäs Camping
Bergafjärdens Camping & Havsbad	Destination Apelviken
Bergby Camping Väddö	Destination Sikfors
Billingens Stugby och Camping	Djulö Camping
Bingsmarkens Camping	Djupadalshadet Bad och Camping
Bjursås Berg & Sjö	Dragsö Camping & Stugby
Björkebo Camping	E4:ans Camping
Björknäs Camping	Ekeby Camping
Bofors Camping	Ekenäs Camping & Gästhamn
Bomstadbaden, Karlstad Swecamp	Eksjö Camping & Konferens
Borgsjö Strand	Evedals Camping Växjö AB
Borrbystrands Camping	Falkudden Camping, Cafe och Stugby
Borstahuset Campingresort	Falsterbo Camping Resort
Borås Camping	Farstanäs Camping
Bredsands Camping	Filsbäcks Camping
Breviks Camping & Ställplats	First Camp Sommarvik - Årjäng
Bromölla Camping & Vandrarhem	Fjällbacka Camping
Bullarebygdens Familjecamping	Frykenbadens Camping
Byske Havsbad	Funäsdalens Fjällcamping
Båstad Camping	Fyrishov Stugby och Camping
Böda Hamns Camping	Färilaparken Camping
Böda Sand Beach Resort	Gekåsbyn Ullared
Bödagårdens Camping	Getingaryds Camping & Stugor
Camp Gielas	Getnö - Lake Åsnen Resort
Camp Kajutan	Glaskogens Vildmarkscamping
Camp Kittelfjäll	Gnosjö Strand
Camp Viking	GrebbestadFjorden
Camping 45	Grottbyns Camping
Camping Sälsten	Grums Fish n' Camp - Sävsjön
Camping Tiveden	Grännäs Camping och Stugby
Camping Vättersmålen	Gröndals Camping & Stugor
Cape East	Gröne Backe Camping & Stugor
Caravan Club Björkö Örnas Camping	Grönhags Camping
Caravan Club Borensäng	Gullbrannagården
Caravan Club Gusselby Annorlunda	Gullviks Havsbad Höga Kusten Resort
Caravan Club Norbergs Camping	Gunnars Camping
Caravan Club Norrvikens Camping	Gustavsvik, Örebro
Caravan Club Norsträsk Camping	Gålö Havsbad
Caravan Club Sandvik Camping	Gökaskratts Camping
Caravan Club Silvköparen	Hafsten Resort
Caravan Club Skagern	Haga Park Camping & Stugor

Halens Camping och Stugby	Hallmare Havsbad
Hallmare Havsbad	Hanatorps Camping
Hanatorps Camping	Harge Resort
Harge Resort	Hav & Logi Skärhamn
Hav & Logi Skärhamn	Haverdals Camping
Haverdals Camping	Hede Camping
Hede Camping	Hedesunda camping
Hedesunda camping	Herrfallets Fritid & Konferens
Herrfallets Fritid & Konferens	Hjortsjöns Camping
Hjortsjöns Camping	Hjälmaresunds Camping
Hjälmaresunds Camping	Hjälmarginärs Camping
Hjälmarginärs Camping	Hotell Klövsjöfjäll
Hotell Klövsjöfjäll	Hotings Camping
Hotings Camping	Hultsfred Strandcamping
Hultsfred Strandcamping	Hälleviks Camping
Hälleviks Camping	Hätte Camping
Hätte Camping	Hätdeboda Vildmarkscamping
Hätdeboda Vildmarkscamping	Hölick Havsbad
Hölick Havsbad	Idre Fjäll Camping
Idre Fjäll Camping	Ingestrands Camping
Ingestrands Camping	Jogersö Eco Camp
Jogersö Eco Camp	Johannesvik Camping & Stugby
Johannesvik Camping & Stugby	Jormvattnets Fiskecamp
Jormvattnets Fiskecamp	Jägersbo Camping SweCamp
Jägersbo Camping SweCamp	Jälluntofta Camping
Jälluntofta Camping	Järnaviks Camping
Järnaviks Camping	Kalmar Camping - Rafshagsudden
Kalmar Camping - Rafshagsudden	Kapelludden Camping
Kapelludden Camping	Karesuando Camping & Rekreation
Karesuando Camping & Rekreation	Karlsborgs Camping
Karlsborgs Camping	Kerstins Camping
Kerstins Camping	Kinnekulle Camping & Stugby
Kinnekulle Camping & Stugby	Kiviks Familjecamping
Kiviks Familjecamping	Klarälvens Camping
Klarälvens Camping	Klinta Camping
Klinta Camping	Klintagårdens Camping
Klintagårdens Camping	Kläppens Camping
Kläppens Camping	Kneippbyn Resort Visby
Kneippbyn Resort Visby	Kojbyns Camping
Kojbyns Camping	Kolleviks Camping och Stugby
Kolleviks Camping och Stugby	Korskullens Camping, Stugor & Café
Korskullens Camping, Stugor & Café	Kosta Bad & Camping
Kosta Bad & Camping	Kristianopel Resort
Kristianopel Resort	Krokomvikens Camping
Krokomvikens Camping	Kronocamping i Lidköping
Kronocamping i Lidköping	Kukkolaforsten Turist & Konferens
Kukkolaforsten Turist & Konferens	KustCamp Ekön
KustCamp Ekön	KustCamp Gamleby // Hammarsbadet
KustCamp Gamleby // Hammarsbadet	Kävsta Camping

Köpingbaden Camping
Lagunen Camping & Stugor
Leksand Resort
Lida Friluftsgård
Liens Camping
Lisebergs Camping Askim Strand
Lisebergsbyn
Ljugarn Semesterby
Ljungby Camping
Ljusdals Camping
Ljusnefors Camping
Lofsdalen Camping
Lomma Camping
Lovsjöbadens Camping Jönköping
Luffa Camping & Restaurang
Lundegård Camping & Stugby
Lunnedet Camping
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
Munkebergs Camping
My Camping Tredenborg
Mälarbadens Camping
Mösseberg Camping
Naturcamping Lagom
Neptuni Camping
Nordmalings Camping
Norje Boke Camping
Norra-Dellen- Familjecamping
Norrfälsvikens Camping, Stugby & Marina
Norrälje Camping
Norråkers Camping
Nossebro Bad och Camping
Nås Camping Dalarna
Näsåkers Camping & Stugby
Orbadens Camping
Orebackens Camping
Otterbergets Bad och Camping
Pajala Camping Route 99
Partille Ställplats
Pinnarp Camping
Pite Havsbad
Ramsvik Stugby & Camping
Ringsjöstrands Resort
Ristafallets Camping

Ronneby Havscamping
Rätans Camping
Rörholmsbadet Camping
Rörviks Camping
Rösjöbaden Camping & Stugby
Sagaliden. En liten plats
Saiva Camping & Stugby
Saltviks Camping
Salusands Camping
Sandaholm Camping, Bad & Restaurang
Sandbybadets Camping
Sandvika Camping
Sandviken Camping & Stugby
Sandvikens Havscamping
Sandviks Camping
Sannabadet
Saxnäs Camping Öland
Sikhalls Camping
Siviks Camping - Lysekil
Sjöbodviken Lövvik
Skantzö Bad & Camping
Skara Stadscamping & Stugby
Skellefteå Camping
Skeppsdockans Camping & Vandrarhem
Skottekgården Camping & Stugby
Skuleberget Havscamping
Slagnäsforsens Camping
Snibbens Camping, Stugby & Vandrarhem
Solbacken Camping Café och Konferens
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
Storängens Camping, Stugor & Outdoor
Strandstuvikens Havsbad & Camping
Stråvalla Camping
Strömsunds Camping
Ställplats Lerum
Stöde Camping
Sudersand Resort
Surfviken
Svegs Camping
Särna Camping
Sölje Camping
Sörfjärdens Camping
Sörälgens Camping
Tingsryd Resort

Tjörnbro Arena Camping
Tobisviks Camping
Tofta Camping
Torsby Camping
Trelleborg Strand Camping
Trollhättans Camping City
Trosa Havsbad & Camping
Tyrislöt Camping
Tånga Heds Camping
Tättö Havsbad & Camping
Unda Camping
Ursand Resort & Camping
Valdemarsviks Gästhamn & Ställplatser
Valjevikens Camping
Vallens Camping
Vallsnäs Camping
Valsjöbyns Camping
Vildmarkscenter Syslebäcks Camping & Klarälv- byn
Villa Björkhagen
Vilshärads Camping
Vilsta Camping & Stugby Eskilstuna
Vimmerby Camping, Nossenbaden
Vindelforsarnas Camping
Visby Strandby - Norderstrands Camping
Vita Sandars Camping
Vivstavarsvbjörns Camping
Vålågårdens Vårdshus & Camping
Vännäs Camping
Värmlands Sjö och Fjäll 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
Årsunda Strandbad
Åsarne Skicenter
Älvdalens Camping
Ängdala Camping på Österlen
Ängskärs Havscamping
Örnäs Camping
Östanå Camping Vetlanda
Österby Camping
Östersunds Camping
Överhörns Camping



**Svensk  
Camping**

**Svensk Camping**

+46 (0)31-355 60 00

[info@svenskcamping.com](mailto:info@svenskcamping.com)

[www.svenskcamping.com](http://www.svenskcamping.com)