

Platzreife: Campingplätze für Naturgenießer

Outdoorerlebnis, unkomplizierter Alltag, der Hauch von Abenteuer und Natur hautnah machen den Campingurlaub für viele attraktiv. Das Deutsche Wissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr an der Uni München schätzt die gesamten jährlichen Bruttoumsätze im Urlaubscamping auf rund 1,5 Mrd. Euro.¹⁾ Ein naturtouristisches Potenzial, das Viabono ebenfalls mit gezieltem Marketing anspricht.

Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes gab es in Deutschland im Dezember 2001 2.820 Campingplätze für Urlaubscamping. 21 Mio. Übernachtungen von Urlaubscampern wurden registriert.²⁾ Allein die Urlaubscamper erzielten nach Berechnungen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr an der Universität München (dwif)³⁾ 56 Mio. Übernachtungen und erbrachten Bruttoumsätze von 1,5 Mrd. Euro. Dieses Potenzial und das naturnahe Image eines Campingurlaubs nutzt die Dachmarke Viabono, um auch Camper mit seinem „Reiseportal für Naturgenießer“ anzusprechen. Wichtigster Marketing-Partner ist dabei das ADAC Camping- und Caravanning Team.

Gelebte Philosophie

„Wir Camping-Unternehmer bieten den optimalen Urlaub in der Natur. Mit Viabono und uns geschieht das auf einem sehr hohen Umweltstandard. In unserem Campingpark haben wir bereits vieles realisiert, was sich ideal mit der Philosophie von Viabono verbinden lässt. Die Partnerschaft mit Viabono ist somit ein klarer Gewinn für unser gezieltes Angebot, die Bekanntheit und den Erfolg unseres Campingparkes“, freuen sich Birgit und Leo Ingenlath vom Campingpark Kerstgenshof in Sonsbeck-Labbeck.

Die Camping-Unternehmer haben die Viabono-Philosophie vorbildlich mit Leben gefüllt. So fördert der Kerstgenshof die umweltgerechte Mobilität seiner Gäste, vermietet dazu Fahrräder, veröffentlicht Fahrpläne des ÖPNV, bietet eigene Ausflüge, Wandertouren zu Fuß, mit dem Fahrrad und/oder ÖPNV an und stellt Fahrrad-Reparatursets, Radwanderkarten und Tourenvorschläge zur Verfügung.

Kosten sparen im Kinderparadies

Erhebliche Kosten erspart sich der Musterbetrieb durch verringerten Wasser- und Abwasserverbrauch. Die Ingenlaths nutzen Regen-, See-, Fluss- oder Brunnenwasser zur Bewässerung ihres Parks. Von den Gästen kaum bemerkt, verfügen alle Waschbecken und Duschen im Sanitärbereich und die meisten WC über Wasserspareinrichtungen wie Perlatoren, Durchlaufbegrenzer oder Spülstopps.

Auch Kinder- und Familienfreundlichkeit samt spielerischer Naturpädagogik werden groß geschrieben: Ein naturnaher Wasser- und Sandspielplatz für Kleinkinder, Streichelziergehege am Bauernhof, Kennenlernen von Landwirtschaft „live im Stall“ mit der Mutterkuh-Herde oder Waldwanderungen in der Nacht sind die Highlights.

Derartige Erlebnisse findet man im Viabono-Reiseportal www.viabono.de übrigens ganz gezielt unter Camping in der Rubrik „Gastgeber“ oder „Stichwortsuche“. Und der neue ADAC-Camping- und Caravanningführer⁴⁾ hebt Viabono-Plätze besonders deutlich hervor.

Viabono in Fach- und Publikumsmedien

Ebenso wie das benutzerfreundliche Portal, die Viabono-Angebote selbst und die Kriterien zielt die -Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auf ein positives Marken-Image ab. Der Dreiklang aus „Qualität, Natürlichkeit und Genuss“ bestimmt dieses Image. Sowohl Fach- als auch Publikumsmedien berichten seit der Markteinführung von Viabono umfangreich über die Marke.

Die aktuelle Ausgabe der Camping-Zeitschrift „ADAC Freizeit Mobil“⁵⁾ kommentiert das Viabono-Angebot wie folgt:

„Camping – ganz natürlich“

Die Umweltmarke Viabono hat sich zum Ziel gesetzt, Gäste und touristische Anbieter gleichermaßen auf einen ökologisch sinnvollen Weg zu führen – auch beim Camping. (...) Der konkrete Nutzen für den Gast zeigt sich beispielsweise in Sachen Lärmvermeidung, was durch geeignete Maßnahmen realisiert wird. Hinzu kommen besondere Serviceleistungen wie Wellness-Angebote oder ein naturnaher Spielplatz. Rücksichtnahme auf das Landschaftsbild durch entsprechende Gestaltung und Architektur sind im Viabono-Sinne ebenso selbstverständlich wie Angebote an regionalen Produkten aus Küche und Keller. (...) Wer nun glaubt, bei umweltorientiertem Reisen

¹⁾ Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München (dwif), München 2002.

²⁾ Diese Zahlen spiegeln nur einen Teil des Angebotes wider, da z.B. reine Dauercampingplätze von der Erfassung ausgeschlossen sind.

³⁾ Campingtourismus in Deutschland – unter besonderer Berücksichtigung der neuen Bundesländer, Studie des Deutschen Fremdenverkehrsverbandes, dwif, München 1997.

⁴⁾ ADAC Camping-Caravanning-Führer 2003 Deutschland/Nordeuropa (Buch und CD-ROM), München 2003.

⁵⁾ ADAC-Freizeit-Mobil, Februar 2003, Auflage 452.000, ADAC-Verlag München, liegt z.T. der „Motorwelt“ bei.

Viabono-Campingplätze (Stand: August 2003)

Name	Land	PLZ	Ort
Heide-Camp Schlaitz	ST	06774	Schlaitz
Naturcamping Malchow am Plauer See	MV	17213	Malchow
Camping am See Alt Schwerin	MV	17214	Alt Schwerin
Ferien-Camp Börgerende	MV	18211	Börgerende
Campingpark Kühlungsborn	MV	18225	Kühlungsborn
Camping am Freesenbruch	MV	18374	Zingst
ADAC-Campingplatz Alt Garge	NI	21354	Bleckede
Elbtalcamping	NI	21354	Walmsburg (Bleckede)
Elbufer-Camp Hein & Hein	NI	21354	Bleckede-Radegast
Block's Camp	NI	21354	Bleckede-Wendewisch
Camping Dorn	NI	21368	Dahlenburg
Camping Bullerby	NI	21522	Bullendorf
Campingplatz „Zum Oertzewinkel“	NI	29633	Munster
Irenensee Komfort-Camping	NI	31311	Uetze-Dahrenhorst
Campingpark Kerstgenshof	NRW	47665	Sonsbeck-Labbeck
Kur-Camping Galerie Campotel	NI	49214	Bad Rothenfelde
Campingpark Hofgut Schönerlen	RLP	56244	Steinen/Westerwald
Campingplatz Langenwald	BW	72250	Freudenstadt
Camping Alpirsbach	BW	72275	Alpirsbach
Höhencamping Königskanzel	BW	72280	Dornstetten
Campingplatz Breitenauer See	BW	74245	Löwenstein
Ferien-Camping Kleinenhof	BW	75323	Bad Wildbad
Campingplatz Müllerwiese	BW	75337	Enzklosterle
Stromberg Camping	BW	75438	Knittlingen-Freudenstein
Campingplatz Klausenhorn	BW	78465	Konstanz-Dingelsdorf
Park-Camping Lindau am See	BY	88131	Lindau
Campingpark Gitzenweiler Hof	BY	88131	Lindau-Oberreitnau

gleichzeitig auf Komfort verzichten zu müssen, der irrt. Das Gegenteil ist der Fall: Viabono-Partner bemühen sich, den Urlaubsgästen mehr Komfort, mehr Erlebnis und mehr Qualität zu bieten. Die gemeinsame Philosophie verpflichtet alle Beteiligten zudem, die Angebote laufend den wachsenden Bedürfnissen anzupassen. (...) Ob alle diese Regeln eingehalten werden, darüber wacht eine kompetente Gruppe aus Verbraucher-, Umwelt- und Tourismusverbänden, darunter auch der ADAC.“

Der Viabono-Campingplatz Klausenhorn ist auch in dieser Hinsicht ein Vorzeigebetrieb. Er wurde bereits nach EMAS II⁶⁾ zertifiziert und macht bei Ecocamping mit, dem baden-württembergischen Verein für Umweltmanagement bei Campingbetrieben. Seine Gäste verwöhnt Klausenhorn mit kostenlosen Bustickets, der Campingplatz selbst ist autofreie Zone und verleiht Fahrräder.

Familien schätzen auf dem Platz den eigenen Kindersanitärbereich, ein kostenfreies, beaufsichtigtes Strandbad, spürbare Kinderermäßigung, den Spielplatz und ein abwechslungsreiches Unterhaltungsprogramm.

Und der Umwelt kommt auch das vorbildliche Energiemanagement zugute: Der Campingplatz Klausenhorn betreibt eine Seewassernutzungsanlage sowie Solarthermie- und Photovoltaikanlagen. In diesem Jahr wurde der Strombedarf bislang zu 100 % aus regenerierbaren Ressourcen gedeckt.

Für die Einhaltung des Markenversprechens spielt die Einhaltung all dieser Kriterien zwar



Spiel und Spaß auf dem Campingpark Kerstgenshof.

Foto: Campingpark Kerstgenshof

eine sehr wichtige Rolle, doch der Gast wird nicht mit technischen Feinheiten überfordert. Ganz im Gegenteil, er genießt einfach seinen Viabono-Urlaub mit einem guten Gefühl und spürt das Umweltengagement etwa am sauberen Wasser, an wenig Lärm, naturnahen Gärten, regionalen Köstlichkeiten und reiner Luft.

Kriterien-Beispiele

Es folgt ein Auszug aus dem 40-Fragen-Katalog für Campingplätze⁷⁾. Er ist in elf

Bereiche sowie in Pflicht- und Kann-Fragen gegliedert. Zwei Drittel der Höchstpunktzahl müssen für eine Viabono-Lizenz erreicht werden.

„Lärm“

(Pflicht-)Frage: „Welche der folgenden Maßnahmen zur Lärminderung und/oder -vermeidung haben Sie ergriffen?“

Mögliche Antworten: Zum Beispiel verkehrsberuhigte Seitenwege und die Einteilung des Platzes mit dem Ziel der Minimierung der Belästigung durch Pkw-Verkehr.

„Wohlbefinden“

(Kann-)Frage: „Welchen besonderen Service können Ihre Gäste in Anspruch nehmen?“

Mögliche Antworten: Beispielsweise Fitness- und Wellnessangebote; Wickelräume; Kinderbereiche; spezielle Angebote für Regentage.

„Natur und Landschaft“

(Pflicht-)Frage: „Was haben Sie unternommen, um Ihren Campingplatz optisch und ökologisch besser in die vorhandene Landschaft einzubinden?“

Mögliche Antworten: Zum Beispiel Umgrünung des Platzes mit standortgerechten Pflanzen, Begrünung von Fassaden und landschaftlich angepasster Wegeführung.

Kosten Campingplätze

Campingplätze müssen mit Kosten (Dreijahresverträge) für eine Marketinggebühr von durchschnittlich 200 Euro pro Jahr kalkulieren. □

⁶⁾ Verordnung (EG) Nr. 761/2001 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19.3.01 über die freiwillige Beteiligung von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem f. d. Umweltmanagement und die -betriebsprüfung.

⁷⁾ Der Katalog wurde mit freundlicher Unterstützung des Bundesverbandes der Campingwirtschaft in Deutschland – BVCD, des ADAC, des Vereins Ökologischer Tourismus in Europa – ÖTE sowie anderen entwickelt.



Campingplatz Klausenhorn: autofreie Zone mit Fahrradverleih.

Foto: Campingplatz Klausenhorn