

# CAMPING WIRTSCHAFT HEUTE

Juni  
Juli 2003

Fachmagazin für Camping-, Freizeit- und Wassersportunternehmer in Deutschland

## Ran an die Alten!



# MAINZER & SOHN GMBH

## Fertig- und Systembau

Individuelle Sanitärgebäude mit System

Wir planen und liefern Ihnen Ihr Individuelles Gebäude für jeden Zweck. Vom repräsentativen Empfangsgebäude bis hin zur perfekt geplanten Sanitäranlage. Mit Mainzer & Sohn haben Sie den richtigen Partner. Nutzen Sie unsere Erfahrung, egal ob Sie kaufen, mieten oder leasen!

Sanitärgebäude, Ferienhäuser, Rezeptionsgebäude, Supermarkt, Verwaltungsgebäude, Kiosk und Imbiß, Freizeitanlagen und Spielstätten.

Supermarkt, Bistro, Bäcker, Kiosk oder Imbiß alles unter einem Dach!



Tele 0 22 07 / 96 96 2 0

Fordern Sie unseren kostenlosen Beratungs- und Planungsservice an!

- Ideallösung für Camping- und Freizeitanlagen.
- Vollendeter Komfort.
- Bedarfs- und wunschgerechte Lösungen in Raumaufteilung und Gestaltung.
- Kurze Planung und Lieferzeit.
- Sofort schlüsselfertig.
- Winterfest nach neuester Wärmeschutzverordnung gebaut.
- Deutsche Qualität direkt vom Hersteller.
- Langjährige Garantie.
- Wir erfüllen die neuesten deutschen Bauauflagen.
- Kauf, Miete oder Leasing möglich.



Produktion - Verkauf - Beratung  
Service - Miete - Leasing

MAINZER & SOHN GmbH - Herrenhöhe 2 - D-51515 Kürten  
Internet www.mainzer-und-sohn.de / email info@mainzer-und-sohn.de



Lohnt sich das denn?

**D**iese Frage stellt sich so mancher Campingunternehmer, der vor der Entscheidung steht, ob er Geld in einen Sanitärraum für Behinderte oder eine Rampe an der bislang nur über Stufen erreichbaren Rezeption investieren soll.

Natürlich sind die Schaffung barrierefreier Lebensräume und die Integration von Menschen mit Behinderungen hehre Ziele - gerade im europäischen Jahr der Behinderten. Doch muss ein Campingunternehmer nicht vielmehr knallhart kalkulieren und fragen, ob die Zahl der behinderten Gäste und die Kosten wirklich in einem wirtschaftlich vertretbaren Verhältnis stehen? Denn noch sind Behinderte eher selten auf Campingplätzen zu Gast - und so mancher Campingunternehmer macht eben die Erfahrung, dass das teure behindertengerechte Sanitär- raum meist leer steht und offenbar mancherorts zur Abstellkammer verkommt,

was behinderte Gäste gelegentlich beklagen.

„Du kannst schon morgen zu uns gehören.“ Die Statistik belegt, dass der Leitspruch eines amerikanischen Behindertenverbandes stimmt. Die meisten Behinderungen sind eben nicht angeboren; sie entstehen durch Alter, Krankheit oder Unfall - und können jeden treffen.

Von Krankheiten und Unfällen mit ernstesten Folgen bleiben die meisten (hoffentlich) verschont; alt werden wir (hoffentlich) alle. Ältere Menschen sind eine wichtige Zielgruppe, nach Einschätzung mancher Experten sogar die einzige, die in der Tourismusbranche derzeit noch für Zuwächse sorgt. Gerade mit Blick auf die hoffentlich steigende Zahl dieser Gäste macht es durchaus Sinn, bestehende Barrieren zu beseitigen und zusätzliche Hilfen im Camperalltag anzubieten.

Natürlich träumen wir alle davon, uralt zu werden, rüstig zu bleiben um dann irgendwann gesund zu sterben.

Doch daran, dass im Alter die Kräfte und die Beweglichkeit nachlassen und sich manche „Behinderung“ einstellt, die wir lieber nicht so nennen, führt kein Weg vorbei. Denn es erleichtert die Körperpflege, wenn der behindertengerechte Sanitär- raum mit Griffen an den richtigen Stellen und zusätzlichen Sitzmöglichkeiten mitbenutzt werden darf.

Von einem behindertengerechten Bad profitiert übrigens auch der Camping- gast, der eigentlich kerngesund ist, sich aber unglücklicherweise kurz vor dem Campingurlaub Bein oder Arm gebrochen hat und deswegen - vorübergehend - nicht so beweglich ist wie gewohnt. Und über die Rampe an der Rezeption freut sich auch der Vater mit Kinderwagen oder die rüstige Seniorin, die zwar nicht im Rollstuhl, aber mit ihren Inlineskates durch die Gegend rollt.

Ihr CWH-Team

Sie sind <sup>wirklich</sup> drin!

**[www.Camping.de](http://www.Camping.de)**

Campingführer und 1. Europäisches Camping-Reservierungs-System im Internet

# INHALT

Fachmagazin für Camping-, Freizeit- und Wassersportunternehmer in Deutschland

# CAMPING WIRTSCHAFT HEUTE

Editorial	3
Inhalt	5
Neue Ferienregelung ab 2005 Deutschland ist günstigstes Campingland Der Tourismus in Deutschland im Jahr 2002 Neue E-Mail-Adresse	6
Kollegen spendeten für Hochwasseropfer Touristenhits in Deutschland	7
Ältere schätzen Komfort und Sicherheit	8
Seniorenfreundliche Tourismusangebote Ran an die Alten	9
Liebevolle Details statt teurer Investitionen	10
Stufen sind für Rollstuhlfahrer Endstation	11
Die strategischen Vorteile holländischer Campingbetriebe	14
Sanitärausstattung Nebensache! Nicht geiziger	16
Viel unterwegs	17
Project M Kommentar: Fehlende Aussagekraft der Reisemobilstudien	18
Mähsysteme im Vergleich	19
Leistungsstark und wendig	20
Gäste schätzen gepflegten Rasen	21
Der soziale Aspekt naturnaher Freiraumkonzeptionen	22
Unternehmensnachfolge in der Campingbranche	24
C-B-R geht neue Wege	26
Caravon Salon 2003 Outdoor-Fachmesse setzt neue Maßstäbe	27
ACSI plant CampingCard Bellos Hinterlassenschaft sorgt für Ärger	28
Fahrspaß mit Indy Toys Eibe holt den Bach auf den Spielplatz	29
Dauercamping ist wirtschaftliches Rückgrat Impressum	30

Titelfotos: grafuso



Behindertengerechte Sanitär-räume sind eine wichtige Voraussetzung für einen barrierefreien Campingplatz. Was sonst noch dazu gehört lesen Sie ab

Seite 11



So manchen deutschen Dauercamper zieht's gen Westen. Niederländische Campingplätze sind offenbar attraktiver als deutsche. Die Vorteile holländischer Campingbetriebe beschreibt Friedrich Wilhelm Meinecke ab

Seite 14



Ein Wohnmobilstellplatz muss gut ausgeschildert sein. Was die Nutzer sonst noch fordern zeigt die neue Reisemobilstudie, vorgestellt ab

Seite 16

Campinggäste schätzen einen gepflegten Rasen. Über verschiedene Mähsysteme berichten wir ab



Seite 19

## DTV enttäuscht über KMK-Beschluss

## Neue Ferienregelung ab 2005

Ab 2005 werden die Schüler in den verschiedenen Bundesländern wieder nacheinander in die verdienten Sommerferien geschickt. Doch wie die neue Ferienregelung aussehen soll, entscheidet sich erst Ende Juni. Der Mitte Juni ge-

vom DTV favorisierten Vorschlag der Wirtschaftsministerkonferenz. Dieser sieht einen Ferienzeitraum von durchschnittlich 87,8 Tagen vor. „Mit dem heutigen Beschluss hat die KMK die Chance verpasst, die Gesamtferienzeit optimal zu nutzen und eine



Foto: gratuito

**Kinder lieben Campingurlaub. Doch wenn alle gemeinsam Ferien haben, muss manche Familie mit einer Absage rechnen.**

fasste Beschluss der Kultusministerkonferenz (KMK) kann nach Einschätzung des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) die Tourismusbranche nicht zufrieden stellen. Zwar wird im Beschluss der Gesamtferienzeitraum auf durchschnittlich 83 Tage ausgeweitet, ein Teil der jetzigen Überschneidungen wird vermieden. Die Kultusminister folgten jedoch nicht dem

gleichmäßigere Auslastung der Ferienregionen zu gewährleisten“, bedauerte Dr. Jürgen Linde, Präsident des DTV. Er wies auch darauf hin, dass die Verkürzung der Sommerferien drastische wirtschaftliche Auswirkungen hat. Der DTV errechnete für den Verlust eines einzigen Ferientages im Juli ein Minus von rund 1 Mio. Übernachtungen. Bei durchschnitt-

### Stabile Preise Deutschland ist günstigstes Campingland

Auch wenn so mancher Campinggast über die hohen Preise klagt: Die Campingunternehmer hierzulande brauchen den Vergleich mit der europäischen Konkurrenz nicht zu scheuen. Deutschland ist nach Angaben des ADAC derzeit das günstigste Campingland Europas. Eine Übernachtung für zwei Erwachsene mit einem 14-jährigen Kind kostet in Deutschland inklusive Auto- und Caravanstellplatz, Nebengebühren, Strom und Warmduschen sowie Kurtaxe durchschnittlich 21 Euro. Die Preissteigerung im Vergleich zum Vorjahr beträgt somit nur ein Prozent. Gleich hinter Deutschland rangiert Schweden: Dort müssen für dieselben Leistungen – inklusive der erforderlichen Camping Card Scandinavia – im Durchschnitt knapp 22 Euro gezahlt werden. An dritter Stelle der preisgünstigsten Urlaubsländer für Camper liegt Österreich. Die österreichischen Campingunternehmer

haben die Preiserhöhungen aus dem Vorjahr wieder zurückgenommen. Unter dem europäischen Durchschnitt von 26 Euro liegen laut ADAC außerdem Frankreich, Griechenland und Ungarn. Auch in Spanien, wo es in den vergangenen Jahren mit die höchsten Preissteigerungen gab, kann man noch vergleichsweise günstig sein Wohnmobil parken bzw. Zelt aufschlagen. Campingferien verbilligen sich auf der Iberischen Halbinsel um durchschnittlich elf Prozent - mit Ausnahme der nach wie vor teuren Spitzenplätze. Auch in Italien muss man nicht mehr als im Vorjahr bezahlen. Trotzdem bleibt dem bei den Deutschen beliebten Reiseland der Titel „teuerstes Campingland Europas“ erhalten: Für eine Übernachtung verlangen die italienischen Campingunternehmer im Schnitt 33 Euro.

ADAC

lichen Tagesausgaben von übernachtenden Gästen in Höhe von rund 70 Euro wird die wirtschaftliche Dimension der Entscheidung deutlich.

Doch dies ist nicht der einzige Grund, der für das bewährte rollierende System und die damit verbundene Entzerrung der Ferientermine spricht. Experten befürchten Buchungseingänge und Preiserhöhungen in Ferienorten sowie kilometerlange Staus auf Deutschlands Straßen, wenn wie in diesem Jahr die drei bevölkerungsreichsten Bundesländer Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg mit insgesamt rund 41 Millionen Einwohnern Ende Juli fast gleichzeitig in die Sommerferien starten. Betroffen sind vor allem Familien mit schulpflichtigen Kindern, die auf die Ferienzeit für ihren Sommerurlaub angewiesen sind – und die Unternehmen der Touristikbranche, also auch die Campingplatzbetreiber. In den übrigen Zeiten wird es, so der DTV, durch die drastische Verkürzung des Ge-

samtferienzeitraums von durchschnittlich 86 (1995 bis 2002) auf 76,3 Tage (2003 bis 2008) zu einer geringeren Auslastung kommen. Der Beschluss der Kultusminister wird zur endgültigen Entscheidung an die Ministerpräsidenten am 26. Juni 2003 weitergeleitet. Der Deutsche Tourismusverband appelliert an die Ministerpräsidenten der Länder, sich am Votum der Wirtschaftsminister zu orientieren und eine Ausweitung auf 87,7 Tage zu beschließen. Die Neuregelung der Sommerferientermine soll ab Sommer 2005 in Kraft treten.

DTV

### Der Tourismus in Deutschland im Jahr 2002 Zahlen - Daten - Fakten

Wie viel gaben die Deutschen 2002 für ihre Reisen aus? Was hat das Reiseziel Deutschland zu bieten? Was waren die beliebtesten Urlaubsreiseziele der Deutschen im Jahr 2002? Was sind die aktuellsten Reisetrends? Diese und andere Fragen beantwortet der Deutsche Tourismusverband (DTV) in seiner Broschüre „Der Tourismus in Deutschland im Jahr 2002 – Zahlen, Daten, Fakten“.

Die Broschüre gibt einen schnellen Einblick in die aktuelle Entwicklung der touristischen Zahlen in Deutschland. Sie beschreibt herausragende Angebotssegmente und erläutert anhand zahlreicher Grafiken übersichtlich die Entwicklung des Deutschlandtou-

risimus im Vergleich zu den vorangegangenen Jahren. Die Broschüre kann gegen eine Gebühr von 3 Euro inklusive Mehrwertsteuer und Versandgebühr in der Geschäftsstelle des DTV angefordert werden. Direkte DTV-Mitglieder erhalten die Broschüre gegen 2,50 Euro. Ab Anfang Juli sind die Zahlen im Internet unter der Adresse [www.deutschertourismusverband.de](http://www.deutschertourismusverband.de) abrufbar.

#### Information:

Deutscher  
Tourismusverband e.V.  
Bertha-von-Suttner-Platz 13  
53111 Bonn  
Telefon: 02 28/9 85 22-0  
Telefax: 02 28/69 8722

### Neue E-Mail-Adresse

Der Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland (BVCD) und der Verband der Campingwirtschaft im Land Brandenburg (VCB) haben neue E-Mail-Adressen. E-Mails an den BVCD müssen an [bvcd@camping-net.de](mailto:bvcd@camping-net.de) adressiert werden; der VCB ist unter [vcb@camping-net.de](mailto:vcb@camping-net.de) zu erreichen.

Schäden fast beseitigt

# Kollegen spendeten für Hochwasseroopfer

Zwei Campingplätze, die im vergangenen Sommer großes Pech mit dem Wetter hatten, hatten am Freitag, den 13., Grund zur Freude. Jens Kowald, Geschäftsführer des BVCD e.V., überbrachte zusammen mit dem Vorsitzenden des Verbandes der Campingplatzbetreiber in Sachsen e.V. (VCS), Gottfried Pester, die Spendengelder aus der Spendenaktion Hochwasser 2002 des BVCD.

Knapp 6.800 Euro hatten Campingunternehmen vor allem aus Brandenburg, eine Gemeinde und einige Privatpersonen gespendet. „Die Summe reichte nicht aus, um eine Marketingaktion zugun-



Fotos: Kowald

Auf dem Campingplatz Rehbocktal entstand durch das Hochwasser 2002 ein Gesamtschaden von 450.000 Euro. Kürzlich konnten Jens Kowald und Gottfried Pester einen Scheck über 3397,15 Euro überreichen.

scher vom Camping Königstein in Königstein über je 3397,15 Euro freuen.

Auf dem Campingplatz Rehbocktal hielten nur wenige

und die Wohnung des Verwalters wieder aufgebaut werden. Auf den rund 70 Stellplätzen stehen wieder Wohnmobile, Caravans und



Den Campingplatz Königsstein erwischte es mit einem Schaden von 950.000 Euro noch viel schlimmer. Auch hier konnte ein Scheck in gleicher Höhe überreicht werden.

ten aller betroffenen Plätze zu starten. Deswegen hat der Vorstand entschieden, die Spenden an die beiden Plätze weiterzugeben, die sehr große Schäden erlitten hatten“, erklärte Jens Kowald. Und so durften sich Dietmar Sieber vom Campingplätze Rehbocktal in Scharfenberg bei Meißen und Jürgen Ma-

Gebäude den Wassermassen stand. Das Wasser stand ca. 6,50 m hoch; die gesamte Infrastruktur des Platzes wurde zerstört. Der Schaden betrug ca. 450.000,00 Euro. Neun Monate später tritt langsam wieder der normale Alltag ein. Sanitär- und Wirtschaftsgebäude wurden rekonstruiert, jetzt sollen die Rezeption



Zelte. Beim Wiederaufbau geholfen haben vor allem Familie Kloodt vom Camping Stover Strand mit Geldspenden sowie Karin Roscheck vom Euro Camp Spreewaldtor mit Material - von Brücken bis zu Zäunen - und Arbeitskräften. Die jetzt übergebene Spende soll im Marketingbereich gewinnbringend eingesetzt werden.

Auch auf dem Campingplatz Königstein hieß es im Sommer 2002 Land unter. Als die Elbe wieder in ihr gewohntes Bett zurückkehrte, standen von zwölf Gebäuden nur noch drei. Lediglich das Sanitärgebäude konnte in seiner Substanz erhalten werden. 950.000 Euro Schaden richtete das Hochwasser an.

Heute ist die Infrastruktur wieder völlig intakt; aus allen Bundesländern hat Inhaber Jürgen Mascher das Material zusammengetragen, um den Platz in kurzer Zeit wieder zu einer „Perle an der Elbe“ zu machen. Dass dies gelungen ist, ist auch auf die gute Zusammenarbeit mit der Stadt Königsstein zurückzuführen. Noch wird auf dem Campingplatz eifrig gebaut, doch noch in dieser Saison, am 15. September, soll das „Campingcenter“ mit Gastronomie, Sanitär, Wohlfühl- und Wohnbereich fertig gestellt sein und eingeweiht werden.

ews

## Touristenhits in Deutschland

Mit sechs Millionen Besuchern führte der Kölner Dom im Jahr 2002 die Liste der touristischen Highlights in Deutschland an. Auf den Plätzen folgen die Rüdesheimer Drosselgasse mit drei Millionen Besuchern und der Berliner Reichstag mit 2,7 Millionen Besuchern. Dies sind die Ergebnisse einer unter den Landestourismusorganisationen und bei den Nationalparkverwaltungen durchgeführten Umfrage des Deutschen Tourismusverbandes (DTV).

Im Bereich Freizeiteinrichtungen und Großveranstaltungen lagen das Münchner Oktoberfest mit 5,9 Millionen Besuchern, die Große Kirmes Düsseldorf mit vier Millionen und der Europa-Park Rust mit 3,55 Millionen Besuchern vorne.

Dass der naturverbundene Urlaub in deutschen Landen immer beliebter wird, beweisen die Besucherzahlen der Natur- und Kulturlandschaften. Besondere Anziehungspunkte waren die deutschen Nationalparke: Hier

führen der Nationalpark Vorpommersche Boddenlandschaft mit 2,5 Millionen, der Nationalpark Sächsische Schweiz mit 2,15 Millionen sowie die Nationalparke Bayerischer Wald, Niedersächsisches Wattenmeer und Jasmund mit jeweils 2 Millionen die Rangliste an.

Daneben locken aber auch über 6.000 Museen, 85 Naturparke und zahlreiche weitere Highlights in Städten und ländlichen Regionen viele Gäste aus dem In- und Ausland. Der DTV hat

eine Auswahl von besonders besucherstarken Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen und landschaftlichen Attraktionen zusammengestellt. Sie können im Internet unter der Adresse [www.deutschertourismusverband.de](http://www.deutschertourismusverband.de) abgerufen werden.

### Information:

Deutscher Tourismusverband e.V.  
Bertha-von-Suttner-Platz 13  
53111 Bonn  
Telefon: 02 28/9 85 22-0  
Telefax: 02 28/69 8722

# Ältere schätzen Komfort und Sicherheit

In den Medien ist es täglich zu hören und zu lesen: Die Zahl der alten Menschen wächst. Derzeit leben in Deutschland knapp 25 Mio. Menschen (etwa ein Drittel der Bevölkerung), die älter sind als 50 Jahre; über 18 Mio. Männer und Frauen (etwa 22 Prozent) sind bereits älter als 60. In den kommenden Jahren wird sich dieser Trend verstärken: Im Jahr 2050 wird nach der neuesten Bevölkerungsvorberechnung des Statistischen Bundesamtes die Hälfte der Bevölkerung älter als 48 Jahre, ein Drittel sogar 60 Jahre oder älter sein. Der Anteil der über 80-Jährigen (!) könnte dann bei 12 Prozent liegen. Doch die steigende Zahl älterer Menschen ist nicht der einzige Grund, warum die Se-

diger als ihre Altersgenossen früher – und sie können es sich finanziell leisten: Das verfügbare Einkommen der 50plus-Generation ist höher als das anderer Generationen: Die Kinder sind aus dem Haus, das Häuschen oder die Eigentumswohnung ist abbezahlt. Beruflich tritt so mancher kürzer oder kann als Rentner frei über seine Zeit verfügen. Da sie auf die Ferienzeiten der Kinder keine Rücksicht mehr nehmen müssen, verreisen sie häufiger in der Nebensaison – und sorgen so für eine bessere Auslastung der Angebote und Einnahmen außerhalb der Hauptsaison. In puncto Reiselust stehen sie den Jungen nicht nach: 44 Prozent aller Urlaubsreisen werden heute von über 50-



Foto: gratuso

**Jedem das Seine – das gilt auch für die älteren Semester. Manche machen Campingurlaub mit dem Wohnmobil...**

Hotels oder Gasthöfe – Tendenz mit zunehmendem Alter leicht steigend.

Doch auch für die Campingunternehmer sind die über 50-Jährigen eine wichtige Zielgruppe: Immerhin 4,1 Prozent der 60- bis 69-Jährigen machen der Marktanalyse zufolge Urlaub mit Wohnwagen oder Wohnmobil – das sind nur 0,1 Prozent weniger als bei allen Altersgruppen. Erst bei den 70-Jährigen sinkt der Anteil dann deutlich auf 1,2 Prozent. Und die Dauercamper – für viele Campingunternehmer eine wichtige Einnahmequelle – zählen überwiegend zu den älteren Semestern.

Die Vorstellungen vom Campingurlaub gehen auch bei älteren Menschen weit auseinander – ältere Menschen sind ebenso wie Camper oder Wohnmobilsten keine homogene Gruppe. Die einen gehen im Rentenalter mit dem Wohnmobil auf große Fahrt, wollen auf jeder Tour

neue Menschen und Regionen kennen lernen; die anderen verbringen schon seit Jahren ihren Urlaub und ihre ganze freie Zeit auf „ihrem“ Campingplatz. Und auch die Interessen sind sehr verschieden: Die einen pflegen mit Hingabe ihre Parzelle, die anderen mögen's rasanter: Auch Sportarten wie Inlineskaten oder Surfen stehen bei den über 50-Jährigen von heute hoch im Kurs. Patentrezepte oder ein Programm, das alle anspricht, gibt es dementsprechend nicht.

Wer sich auf die Bedürfnisse dieser Zielgruppe einstellen will, sollte die körperlichen Veränderungen im Alter kennen und in seine Überlegungen einbeziehen. So lässt z. B. mit zunehmendem Alter die Sehschärfe nach; außerdem reagieren die Augen empfindlicher auf Blendungen und passen sich wechselnden Beleuchtungsverhältnissen langsamer an. Die



Foto: ewis

**... andere bevorzugen Dauercamping mit eigenem Gärtchen.**

nieren als **der** Wachstumsmotor des Tourismus gelten. Das Klischee von den armen, kränkenden, passiven Alten, die nur zu Hause sitzen und den Garten, die Briefmarkensammlung und gelegentlich die Enkel pflegen, trifft auf das Gros der älteren Menschen von heute nicht zu. Im Gegenteil: Die Alten von heute sind gesünder und fitter als je eine Rentnergeneration zuvor – und sie fühlen sich zehn bis 15 Jahre jünger als sie sind. Als Senioren bezeichnen sich die meisten erst ab 70 – und sie möchten auch von anderen nicht so genannt werden. Die über 50-Jährigen sind lebens- und unternehmenslustiger, genuss- und konsumfreu-

Jährigen unternommen. Vor allem die so genannten jungen Alten reisen gern und viel, am liebsten in Deutschland. Knapp 50 Prozent der allein reisenden Senioren und 41,5 Prozent der Seniorenpaare verbrachten laut Reiseanalyse 2000 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen ihren Urlaub im eigenen Land.

Das Auto ist, so eine von G+J herausgegebene Marktanalyse Seniorentourismus, in allen Altersgruppen das beliebteste Reisemittel; erst bei den über 70-Jährigen sinkt der Anteil derer, die mit Pkw oder mit Pkw mit Wohnwagen in Urlaub fahren, deutlich. Als Unterkunft bevorzugen über 40 Prozent aller Reisenden



Foto: gratuso

**Von wegen alt und krank. Die über 50-Jährigen sind fit und auch in Trendsportarten wie z. B. Surfen aktiv.**



## Seniorenfreundliche Tourismusangebote

Einen Ratgeber „Seniorenfreundliche Tourismusangebote“ hat der Deutsche Tourismusverband herausgegeben. Das Heft nennt Daten und Fakten, informiert über die Bedürfnisse der älteren Reisenden und gibt nützliche Tipps, wie Regionen, aber auch Unternehmer ihre Angebote seniorenfreundlich gestalten können. Direkte Mitglieder des DTV können die Broschüre zum Preis von 3 Euro beim DTV, Bertha-von-Suttner-Platz 13,

53111 Bonn, anfordern. Für Nichtmitglieder kostet das Heft 4 Euro.



körperliche Beweglichkeit nimmt ab, die Unsicherheit steigt.

Daher sollte beispielsweise in den Sanitärräumen, aber auch auf dem Gelände auf ausreichende Beleuchtung geachtet werden. Gut lesbare und gut beleuchtete Hinweisschilder erleichtern es den Gästen, sich zurecht zu finden. Stolperfallen wie unebene Gehwegplatten sollten beseitigt werden; rutschfeste Bodenbeläge in den Sanitärgebäuden verhindern Stürze, die für ältere Menschen besonders schwerwiegende Folgen haben können. Bodengleiche Duschen erleichtern den Einstieg – und sind überdies leichter sauber zu halten. Haltegriffe in Dusche oder am WC und zusätzliche Sitzgelegenheiten sind ebenfalls hilfreich, wenn die Beweglichkeit nachlässt.

Ältere Gäste legen in der Regel mehr Wert auf Komfort und Bequemlichkeit als jün-

gere. Sie stellen höhere Ansprüche an Sauberkeit, Sicherheit und Service, schätzen eine angenehme Atmosphäre, sind anspruchsvoll und qualitätsorientiert – und sowohl bereit als auch in der Lage, für gute Qualität angemessen zu bezahlen. Gesundheit und Wellness sind ihnen ebenfalls wichtig. Mit entsprechenden Angeboten können Anbieter punkten, neue „alte“ Gäste gewinnen und alte behalten.

In puncto Urlaubsaktivitäten sind die Unterschiede zwischen den Generationen geringer, als oft angenommen wird: Die Vorlieben sind im Wesentlichen die gleichen, lediglich die Rangfolge der Top Ten ist verschieden. So wandern die älteren Urlauber lieber als jüngere, baden und Sonnenbaden ist ihnen dagegen weniger wichtig. Ausflüge sind bei den Oldies sehr beliebt und auch der Besuch von Naturattraktionen,

kulturellen und historischen Sehenswürdigkeiten steht hoch im Kurs.

Weil das Bedürfnis nach Kommunikation und Kontakten gerade bei den Älteren hoch ist, kommen gemeinsame Aktivitäten wie Wanderungen, Radtouren oder Besichtigungen gut an.

Bei der Programmgestaltung sollte jedoch berücksichtigt werden, dass die Leistungsfähigkeit im Alter nachlässt: So ist es sinnvoll, bei Wanderungen oder Radtouren kürzere Strecken anzubieten, Abkürzungsmöglichkeiten und Pausen zwischendurch einzuplanen.

empfehlenswert, bestimmte altersbedingte physiologische Veränderungen wie verschlechterte Sehkraft oder ein eingeschränktes Kontrastsehen bei der Gestaltung der Prospekte zu berücksichtigen. So sollte die Schrift ausreichend groß sein (mindestens 2 mm hohe Versalien), der Zeilenabstand sollte mindestens 3 mm betragen. Kursiv- oder Versalschriften sind schwerer lesbar, ebenso helle Zeichen auf dunklem Hintergrund oder Ton-in-Ton-Designs. Auf ausreichende Kontraste ist ebenso zu achten wie auf übersichtlich gestaltete, gut strukturierte Texte



Foto: gratiso

**Radfahren gehört zu den beliebtesten Urlaubsaktivitäten. Bei längeren Touren gehören gelegentliche Ruhepausen dazu.**

Wer Angebote für die Zielgruppe 50plus schafft, muss die potentiellen Gäste auch darüber informieren! Dies geschieht am besten schriftlich, weil ältere Menschen visuelle Informationen telefonischen vorziehen.

Damit die Informationen gut aufgenommen werden, ist es

in einer klaren, verständlichen Sprache.

Beim Format gilt: Nicht zu groß (zu unhandlich!) und nicht zu klein (schwer zu greifen). Auch die Papierauswahl muss stimmen. Dickeres, etwas raueres Papier ist griffiger und daher leichter zu handhaben; glänzendes Papier ist wegen des Blendeffekts weniger geeignet. Die Bilder sollten eine hohe Qualität haben, nicht zu klein sein – und auch ältere Menschen zeigen, möglichst zusammen mit jungen. Denn das ist nach Meinung der meisten über 50-Jährigen in der Werbung zu selten der Fall.

Kontakte zu jüngeren Menschen sind den meisten älteren wichtig. In der Seniorenecke möchte niemand abgestellt werden. ews

## Ran an die Alten

Aktuelle Entwicklungen und Tendenzen sowie zahlreiche Fakten zu Reisemotiven und zum Reiseverhalten älterer Menschen enthält die Dokumentation „Ran an die Alten“, die das Deutsche Seminar für Tourismus in Berlin herausgegeben hat. Grundlage des Buches sind drei vom DSFT durchgeführte Seminare. Die grundlegenden soziodemographischen Daten werden ebenso

vorge stellt wie Charakteristika des Alters, unterschiedliche Seniorentypologien, die Marktbedeutung der Senioren und Maßnahmen zur Intensivierung des Seniorentourismus. Es wird erläutert, welche Erwartungen Senioren haben, welche Reisen sie bevorzugen und welche Kriterien beim Marketing berücksichtigt werden sollten. Außerdem werden praktische Beispiele beschrieben – das Projekt 50plus

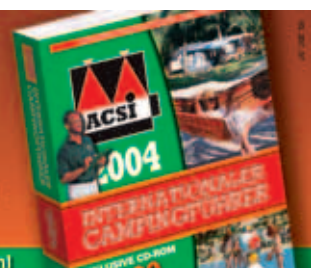
Hotels Österreich ebenso wie Konzepte der Deutschen Bahn. Das Buch „Ran an die Alten“ – Seniorenmarketing im Tourismus, Berlin 2002, kann zum Preis von 15 Euro beim Deutschen Seminar für Tourismus, Tempelhofer Ufer 23/24, 10963 Berlin, bestellt werden. Online ist eine Bestellung unter der Adresse [www.dsft-ev.de](http://www.dsft-ev.de) möglich.



2004



- 81.000 Exemplare (Niederlande und Deutschland)
- Kostenlose redaktionelle Erwähnung
- Vielfältige Werbemöglichkeiten
- Überarbeitetes Kartenmaterial mit der Position der Campingplätze
- Abbildungen aus den Anzeigen kostenlos auf CD-ROM und im Internet



Telefon 0031 488 - 452055 Fax 0031 488 - 421250 E-Mail: [sales@acsi-media.nl](mailto:sales@acsi-media.nl) Internet: [www.acsi-media.nl](http://www.acsi-media.nl)

# Liebevolle Details statt teurer Investitionen

Wer bei der Suche nach Angeboten für Senioren im world wide web die Schlagworte Campingplatz und 50plus eingibt, stößt auf die Webseite des Campingparks Fischening in der Steiermark. „Wir sind der erste 50plus-Campingplatz Österreichs“ erklärt Campingunternehmer Bernd Pfandl.

Der Betreiber des seit 1996 bestehenden Campingplatzes hat sich bewusst auf die über 50-jährigen Gäste spezialisiert. „Die Zielgruppe wird immer größer, ist sehr finanzkräftig und nicht an die Ferienzeit gebunden“, nennt er Gründe für die Entscheidung. Die Anlagen und Freizeitangebote des bei Weißkirchen gelegenen Campingplatzes wurden auf die Bedürfnisse der älteren Camper abgestimmt, die auf dem Campingplatz Ruhe, Entspannung, eine natürliche Umgebung und einen gewissen Komfort suchen. So steht statt abendlicher Disco der Besuch in einer Mosterei auf dem Programm, statt eines Bolz- oder Spielplatzes gibt es einen Naturgarten mit Baumkreis und Barfußpfad, statt eines Spaßbads einen vollbiologischen Schwimmteich mit rund 220 m<sup>2</sup> Wasserfläche, dessen Wasser ohne chemische Zusätze nicht nur zum Schwimmen einlädt, sondern Lebensraum für heimische Tiere und Pflanzen bietet. Die Bepflanzung mit über 40 verschiedenen heimischen Baum- und Sträucherarten, die zu den unterschiedlichsten Zeiten blühen oder Früchte tragen, trägt zur gepflegten, angenehmen Atmosphäre bei.

Die nur 33 Stellplätze sind großzügig angelegt. Sie sind mindestens 100 m<sup>2</sup> groß und verfügen alle über CCE-Stromanschluss, Frisch- und Abwasseranschluss. Außerdem sind die meisten mit Kabel-TV ausgestattet, so dass die Gäste in ihren Reisemobilen oder Wohnwagen zwischen 35 Programmen wählen können. Wer im Internet surfen oder im Urlaub seine

E-Mails abrufen möchte, kann dies am Internetterminal im Gasthaus tun. Dort steht auch ein Fernsehapparat, den die Gäste nutzen können.

Bei der Hausarbeit brauchen die Gäste auf manchen ge-

fortabel und wurde von mehreren Campingorganisationen ausgezeichnet. „Die meisten Gäste legen allerdings mehr Wert auf Sauberkeit als auf teure Sanitärobjekte“, so die Erfahrung des



Foto: Campingpark Fischening

*Der Campingpark Fischening in Österreich hat sich auf die über 50-jährigen Gäste spezialisiert.*

wohnten Komfort nicht zu verzichten. Neben Waschmaschine, Wäschewasch- sowie Geschirrspülbecken stehen auch Bügeleisen, Mikrowelle und Familienmietkühlschränke zur Verfügung.

Wer keine eigene Campingausstattung hat oder wer's bequemer mag, kann sich im Raddörfel Fischening in fünf gemütlichen Holzhäuschen einmieten. Die Häuschen sind mit Bettwäsche und Handtüchern ausgestattet; morgens wird den Gästen ein reichhaltiges Frühstück „kredenz“.

Weil das Sehvermögen im Alter (vor allem bei Dunkelheit) nachlässt, ist der gesamte Platz nachts beleuchtet. Die Beleuchtung trägt auch dem höheren Sicherheitsbedürfnis älterer Menschen Rechnung. Vor allem Frauen fühlen sich wohler, wenn die Wege bei Dunkelheit hell erleuchtet sind.

Weil ältere Menschen öfter zur Toilette müssen als junge, wurde in diesem Jahr zusätzlich zum bestehenden, vom ADAC mit gut bewerteten Sanitärgebäude ein zusätzliches Toilettenhäuschen errichtet. So müssen die Gäste vor allem abends oder nachts keine so weiten Wege zurücklegen.

Die Sanitärausstattung mit Einzelduschkabinen ist kom-

fortable und wurde von mehreren Campingorganisationen ausgezeichnet. „Die meisten Gäste legen allerdings mehr Wert auf Sauberkeit als auf teure Sanitärobjekte“, so die Erfahrung des Campingunternehmers. Und auch liebevolle Details wissen die anspruchsvollen Gäste zu schätzen: die frischen Blumen im Sanitärgebäude ebenso wie das Angebot, im Naturgarten frische Kräuter, Erdbeeren oder Himbeeren zu pflücken oder gar einen selbst gezogenen Kürbis mit nach Hause zu nehmen.

Service und persönliche Betreuung werden in dem kleinen Familienbetrieb groß geschrieben. Wer will, kann beispielsweise den Tag im Gasthaus auf dem Campingplatz mit einem Frühstücksbuffet beginnen; wer lieber im eigenen Zelt oder Wohnwagen frühstückt, kann seine Frühstücksbrötchen bestellen. Wird jemand krank, kommt der Arzt aus dem benachbarten Weißkirchen auf den Platz und macht Wohnwagen- oder Reisemobilbesuche – ein Angebot, das ältere Menschen zu schätzen wissen. Denn wer sich nicht mehr ganz gesund fühlt, verreist oft nur noch, wenn die medizinische Betreuung im Urlaub gewährleistet ist.

Selbstverständlich kennt und begrüßt der Campingunternehmer alle Gäste persönlich – und das soll auch so bleiben, wenn der Platz im kommenden Jahr vergrößert

wird. Maximal 50 Stellplätze wird es geben; lieber Klasse als Masse, lautet die Devise. Zwischenmenschliche Kontakte sind gerade älteren Menschen wichtig. „Viele Gäste sind froh, wenn man sie anspricht und mit ihnen spricht“, weiß der Campingunternehmer. Und so nimmt er sich oft Zeit für ein persönliches Gespräch. Das eher sanfte, auf die älteren Gäste abgestimmte Animationsprogramm trägt dazu bei, dass die Gäste sich näher kommen. In geselliger Runde, bei der original steirische Weinverkostung oder beim Sonntagsbrunch in einem gemütlichen Heurigen entwickeln sich rasch Kontakte, teilweise sogar Freundschaften. Im Sommer bietet der Seniorchef sonntags geführte Radtouren an, bei der die Gäste gemeinsam die Umgebung des Campingplatzes entdecken. Das Radwege- und Wandernetz rund um den Campingpark Fischening ist besonders für 50plus-Camper geeignet. 1.000 km markierte Wanderwege laden zu langsamen Spaziergängen oder strammen Wanderungen ein. 600 km Radwegen ermöglichen Touren der verschiedensten Schwierigkeitsstufen – von einfach bis mittelschwer. Die passenden Räder können sich die Gäste auf dem Platz leihen; dass sie für die Dauer ihres Aufenthalts kostenlos eine Radkarte erhalten, gehört zum Service des Platzes.



### Information:

Campingpark Fischening  
Fam. Pfandl  
Fischening 9  
8741 Weißkirchen  
Österreich  
Tel.: +43-35 77-8 22 84  
Fax: +43-35 77-8 22 84-40  
EMail:  
campingpark@fischening.at  
www.camping50plus.at

# Stufen sind für Rollstuhlfahrer Endstation

Eigentlich ist Campingurlaub für Menschen mit Behinderungen optimal. Wer im eigenen behindertengerechten Reisemobil oder Wohnwagen unterwegs ist, kann seine Reisen selbstbestimmt planen. Er braucht sich keine Gedanken zu machen, ob das Zimmer mit dem Rollstuhl gut erreichbar, die Tür breit genug, der Tisch mit dem Rollstuhl unterfahrbar ist oder ob das Bett die richtige Höhe und Härte hat. „Es gibt Menschen mit Behinderungen, die gerne Campingurlaub machen würden“, erklärt Hartmut Smikac, Leiter des Netzwerks barrierefrei reisen des Bundesverbandes Selbsthilfe Körperbehinderter e.V. (BSK). Dass nur vergleichsweise wenige behinderte Menschen ihren Urlaub auf dem Campingplatz verbringen, liegt seiner Meinung nach nicht nur daran, dass speziell ausgerüstete Wohnwagen und Reisemobile sehr teuer sind. Auch die Bedingungen auf den Campingplätzen sind, so Hartmut Smikac, oft unzureichend. Wirklich barrierefrei sind nur we-



Foto: ewis

*Der Teufel steckt manchmal im Detail. Die Bewegungsf lächen stimmen, Dusche, Waschbecken und WC sind mit den nötigen Griffen und Armaturen ausgestattet, selbst eine Badewanne und zusätzliche Sitzgelegenheiten fehlen nicht. Nur der zu hoch angebrachte Spiegel nützt Rollstuhlfahrern wenig.*

nige Plätze. So werden auf der Internetseite des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern gerade einmal vier barrierefreie Camping-



*Manche Wege sind für Rollis nur mit Hilfe zu bewältigen.*

plätze genannt; auf der Seite barrierefrei durch Niedersachsen erscheinen unter dem Stichwort Nordsee gerade einmal zwei Plätze, unter Lüneburger Heide gar keiner. Dabei haben die Campingunternehmer, so scheint es, ihren Beitrag geleistet, um Menschen mit Behinderungen Campingurlaub zu ermöglichen. Auf vielen Campingplätzen gibt es inzwischen Sanitäranlagen oder zumindest WCs, die für Rollstuhlfahrer geeignet sind. Doch mit behindertengerechten Sanitäranlagen allein ist es nicht getan: Sie sind eine sehr wichtige, aber nicht die einzige Voraussetzung dafür, dass Menschen mit Behinderungen ihren Urlaub auf dem Campingplatz genießen können.

Die Probleme beginnen für Behinderte und ihre Begleiter mitunter schon an der Einfahrt: Ist die Schranke in der Mittagspause oder abends geschlossen und der Fußgängerzugang nur über eine Stufe zu erreichen, müssen Rollstuhlfahrer draußen bleiben. „Stufen sind für Rollstuhlfahrer Endstation“, weiß Peter Reichert, Pressesprecher des BSK. Maximal 2 bis 3 cm dürfen Absätze hoch sein; schon 3 bis 4 cm sind für Handrollstühle, 10 cm auch für Elektrorollstühle unüberwindbare Hindernisse.

Der Fußgängerzugang muss - wie alle Zugänge, Durchgänge und Türen - ausrei-

chend breit sein. 90 cm Breite sind wünschenswert, damit auch Rollis wirklich problemlos passieren können. 98,5-cm-Normtüren erfüllen diese Forderungen. Ein paar Zentimeter mehr wissen im Übrigen nicht nur Rollstuhlfahrer zu schätzen, son-

dem auch Menschen mit anderen „Bewegungseinschränkungen“: Wer mit dem Kinderwagen in einem engen Laden einkauft oder versucht, sich mit Kind auf dem einen und einem Wäschekorb auf dem anderen Arm durch eine Normaltür zu zwängen, freut sich ebenfalls über etwas mehr Bewegungsfreiheit.

Ausreichender Bewegungsraum ist das A & O. Wer im Rollstuhl sitzt oder auf eine Gehhilfe angewiesen ist, braucht mehr Platz als Fußgänger. Als Bewegungsfläche sollte daher an wichtigen Punkten wie Rezeption oder in Sanitärgebäuden mindestens 1,50 x 1,50 m eingeplant werden.

Wichtige Einrichtungen wie Sanitärgebäude, Rezeption und Kiosk sollten ebenerdig oder über Rampen erreichbar sein. Rampen müssen 120 cm breit und an beiden Seiten mit Geländern versehen

Foto: TV3 Medienventag

**camppartner**.com  
www. camppartner .com  
Ihr online-camping-marktplatz

**Hier werden Sie gefunden:**  
Europaweiter Online-Camping-Marktplatz  
mit bis zu 6.000 Besuchern täglich

**Buchungs- und Reservierungssystem**  
**CPO/Win32 SQL**  
10 Jahre Erfahrung im Verwalten von Campingplätzen  
Extreme Datensicherheit durch SQL-Datenbank  
Schnittstellen zu Microsoft<sup>®</sup> Produkten, email und Internet  
Unkomplizierte Anbindung von Zutrittssystemen  
Flexible Preislistungsgestaltung  
Ansprechpartner in Nord- und Süddeutschland

**Vertrieb und Konzeption von**  
Transponder-, Barcode und Chipkarten  
für sichere Zutrittssysteme  
Drahtlose Internetzugänge für Ihre Gäste  
im Zelt, Caravan und Wohnmobillahafen  
Sichere Internetcafés für Ihre Anlage

**camppartner.com OHG**

Büro Nord Detlef Siebelt Am Gogenkrog 2 23730 Neustadt i.H. Tel: (0 45 61) 5 04 50 d.siebelt@camppartner.de	Büro Süd Martin Müller Nachtweide 5 86707 Kühnenthal Tel: (0 82 73) 99 58 66 m.mueller@camppartner.de
--	--

sein. Maximal 6 Prozent Neigung ohne Quergefälle sind zulässig. Werden Türgriffe in 85 cm Höhe angebracht, sind sie nicht nur von den Gästen, die auf einen Rollstuhl angewie-

bewältigen: Maximal 6 Prozent darf die Steigung betragen. Wünschenswert ist aus Sicht der Rollstuhlfahrer ein fester Untergrund, auf dem der Rollstuhl auch bei Regen



Foto: ewvs

**Eigener Eingang, ebenerdig und mit einer nach außen öffnenden Tür: Der behindertengerechte Sanitärraum auf dem Campingplatz zum Oertzewinkel.**

sen sind, sondern auch von Kindern gut zu erreichen und zu bedienen. Auch andere Bedienungseinrichtungen wie Lichtschalter, Klingeln, Notrufschalter, Steckdosen oder Toilettenspüler sollten in dieser Höhe montiert werden. Nicht alle Wege auf dem Campingplatz, aber die Wege zu den wichtigen Einrichtungen müssen rollstuhlgeeignet, d.h. mindestens 90 cm breit sein und keine Querneigung haben. „Nach DIN sind 2 Prozent Querneigung zulässig“, berichtet Hartmut Smikac. Weniger sind seiner Ansicht nach jedoch besser, weil vor allem Handrollstühle dazu neigen, schon bei geringem Quergefälle auszubrechen. Steile Wege können Rollstuhlfahrer nur schwer

nicht ins Rutschen gerät. Sandige oder schlammige Wege sind mit Rollstühlen nur schwer zu befahren, ebenso Wege mit grobem Splitt oder mit altem Kopfsteinpflaster. „Kopfsteinpflaster ist für Rollstuhlfahrer eine Katastrophe“, warnt Peter Reichert. Problematisch sind auch Rasengittersteine. Die kleinen Vorderräder bleiben leicht hängen. Als Stellplätze sind Rasenflächen mit kurzem Gras oder gepflasterte Flächen besser geeignet. Wichtig ist, dass die Stellflächen an der Seite genügend Platz zum Ein- und Ausstieg (eventuell mit Hilfe von Rampen) bieten. Die Strecke vom Wohnwagen oder Wohnmobil bis zum befestigten Weg sollte möglichst kurz sein, nach Möglichkeit auch der



Foto: grafuso

**Für gesunde „Fußgänger“ sind solche Wege kein Problem. Rollstühle brechen dagegen aus, wenn das Quergefälle mehr als 2 Prozent beträgt.**

## BSK-Soforthilfe-Planungsberater

Campingunternehmer, die ihren Campingplatz zu einem barrierefreien Lebensraum für alle Menschen umgestalten oder zumindest einzelne Schritte in diese Richtung gehen wollen, müssen vieles beachten. Wichtige Hinweise auf Grundlage der zu berücksichtigenden DIN-Normen enthält der vom Bundesverband Selbsthilfe Körperbehinderter e.V. herausgegebene BSK-Soforthilfe-Planungsberater. Der vom Institut TLP Prof. Philippen ausgearbeitete Berater besteht aus sieben Einzelheften. Er beschreibt u.a. die Anforderungen, die barrierefreie Sanitärräume, öffentlich zugängliche Gebäude und barrierefreie Spielplätze erfüllen müssen. Der Planungsberater kann gegen eine Schutzgebühr von 7 Euro bestellt werden beim

Bundesverband Selbsthilfe Körperbehinderter e.V. (BSK)  
Postfach 20  
74236 Krautheim  
Tel.: 0 62 94/6 81 10  
Fax: 0 62 94/9 53 83  
E-Mail: Zentrale@bsk-ev.de  
www.bsk-ev.de



Weg zum behindertengerechten Sanitärraum. Wie Toiletten und Duschräume behindertengerecht gestaltet werden, regelt DIN 18024 Teil 2. So muss beispielsweise die Sitzhöhe



Foto: ewvs

**Ohne Hilfe geht's nicht. Der Münzeinwurf ist für Rollstuhlfahrer gar nicht, für bewegungseingeschränkte oder alte Menschen nur schwer erreichbar.**

der Toilette 48 cm betragen, rechts und links sind 95 cm

breite und 70 cm tiefe Bewegungsflächen vorzusehen. Vor der Toilette muss eine 1,50 x 1,50 m große Bewegungsfläche vorhanden sein. Außerdem müssen auf beiden Seiten klappbare Haltegriffe montiert werden. Der Waschtisch darf höchstens 80 cm hoch sein, der Duschrain muss schwellenfrei, mindestens 1,50 x 1,50 m groß und mit einem Duschklapsitz und Haltegriffen ausgestattet sein. Wichtig ist, dass die Duscharmaturen gut erreichbar und leicht bedienbar sind. Einhebelarmaturen und Handbrause sind ein Muss. Wer einen behindertengerechten Sanitärraum plant und nicht an den künftigen Nutzern vorbeiplanen will, sollte sich nicht allein auf die

## Barrieren im Überblick

<b>Vertikal:</b>	Stufen, Schwellen
<b>Horizontal:</b>	ungenügende Durchgangsbreiten von Türen, Durchgängen, Drehkreuze
<b>Räumlich:</b>	fehlende Bewegungsflächen (z. B. in Sanitärräumen)
<b>Anthropometrisch:</b>	in falscher Höhe angebrachte Schalter, Sanitärobjekte, visuelle Anleitungen ungeeignete oder fehlende (Halte-)Griffe, fehlende Sitzgelegenheit in der Dusche, Griffe an Türen
<b>Ergonomisch:</b>	unübersichtliche Gestaltung, schlecht lesbare Informationen, ungenügende Beleuchtung

DIN-Normen und die ausführenden, meist nicht behinderten Handwerker verlassen, rät Hartmut Smikac. Er empfiehlt, einen sachkundigen Rollstuhlfahrer zur Rate ziehen.

„Es sind mitunter Kleinigkeiten, die bei der Planung oder bei Montage übersehen wer-

Denn nicht immer sind Behinderte und Helfer gleichgeschlechtlich. Für alle Beteiligten - Helfer, Behinderte und „normale“ Gäste - kann es unangenehm sein, wenn beispielsweise ein männlicher Helfer in der Hauptwaschzeit auf dem Weg zur Damen-Behindertentoilette durch den



Foto: ewis

**In den Rasengittersteinen bleiben die kleinen Vorderräder der Rollstühle leicht hängen. Besser befahrbar ist eine Rasenfläche.**

den und die Benutzung erschweren“ weiß er. So kann das Waschbecken von bewegungsbeeinträchtigten Rollstuhlfahrern nur schwer verschlossen werden, wenn der Stift versteckt hinter der Armatur angebracht ist. Und ein Spiegel nutzt wenig, wenn er so hoch hängt, dass man im Sitzen sein Spiegelbild nicht sieht.

Rollstuhlgerechte Sanitäräume sind teurer als die üblichen Sanitäranlagen. Der deutlich höhere Platzbedarf

Waschraum der Damen gehen muss.

Die Sanitäräume müssen nach außen öffnen; sie dürfen, wenn sie geöffnet sind, nicht in die Bewegungsflächen hineinragen. Dies würde die Bewegungsmöglichkeiten im Sanitärraum einschränken. Außerdem könnten sich blinde oder sehbehinderte Menschen verletzen, da sie die Türkante nicht erkennen.

Um zu verhindern, dass alle Gäste nach Belieben die Sa-



Foto: ewis

**Der Durchgang für Fußgänger ist für Rollstühle nicht immer breit genug und nicht selten verstellt.**

und die teuren Haltegriffe treiben die Kosten in die Höhe. Daher gibt es auf den meisten Campingplätzen nur eine gemeinsame Anlage für Männer und Frauen. Wichtig ist dann ein eigener, geschlechtsneutraler Eingang.

Sanitäräume für behinderte Menschen mitbenutzen, sind die Türen meist verschlossen. Behinderte erhalten den Schlüssel an der Rezeption. Der Zugang kann auch durch den Euro-Toilettenschlüssel geregelt werden. Mit diesem

## Großes Potential für barrierefreies Reisen

40 Prozent der Menschen mit Behinderungen in Deutschland haben schon einmal auf eine Reise verzichtet müssen, weil es für sie keine entsprechenden touristischen Angebote gab, so die ersten Ergebnisse der vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) in Auftrag gegebenen Studie „Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für alle“.

Der Studie zufolge würde die Hälfte aller befragten Menschen mit Behinderungen häu-

figer verreisen, wenn es mehr barrierefreie Angebote für sie gäbe. Das lässt nach Einschätzung des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) auf ein noch unausgeschöpftes Kundenpotential schließen. Auch Familien mit kleinen Kindern sowie Senioren profitieren von der Einführung von barrierefreien Gegebenheiten, die ihnen das Reisen erleichtern.

DTV

Schlüssel lassen sich beispielsweise alle Behindertentoiletten auf deutschen Autobahnraststätten und viele andere öffentlich zugängliche Behindertentoiletten öffnen. Den Schlüssel erhalten nur Behinderte mit bestimmten Behinderungen, z. B. schwer Gehbehinderte, Rollstuhlfahrer, Stomaträger, Blinde oder Menschen, die an Multipler Sklerose, Morbus Crohn oder Colitis Ulcerosa erkrankt sind.

Der CBF Darmstadt vertreibt die Schlüssel zentral in Deutschland und ins europäische Ausland; die Firma Martin Dederichs, Postfach 31

24, 53314 Bornheim, Tel.: 0 22 27/1721, Fax: 0 22 27/68 19, liefert die dazu gehörigen Schließanlagen. ewis



Foto: gratiuso

**Eine Dusche ist ein Muss, auf eine Badewanne kann auf dem Campingplatz verzichtet werden.**

## 6,7 Millionen schwerbehinderte Menschen in Deutschland

Ende 2001 lebten in Deutschland nach Angaben des statistischen Bundesamtes rund 6,7 Mio. schwerbehinderte Menschen; das waren rund 80.000 bzw. 1,2 Prozent mehr als Ende 1999. Bezogen auf die gesamte Bevölkerung war jeder zwölfte Einwohner (8,1 Prozent) schwerbehindert. Tatsächlich dürfte die Zahl deutlich höher sein. Denn als schwerbehindert gelten nur Personen, denen von den Versorgungsämtern ein Grad der Behinderung von 50 und mehr zuerkannt wurde. Über die Hälfte (53 Prozent) der Schwerbehinderten waren Männer.

Behinderungen treten vor allem bei älteren Menschen auf. So war gut die Hälfte (52 Prozent) der schwerbehinderten Menschen 65 Jahre und älter; ein knappes Viertel (23 Prozent) gehörte der Altersgruppe zwischen 55 und 65 Jahren an. Nur 2,5 Prozent der Schwerbehinderten waren Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren.

Die meisten Behinderungen

(85 Prozent) wurden durch Krankheiten verursacht; nur 4,7 Prozent der Behinderungen waren angeboren, 2,5 Prozent waren auf einen Unfall oder eine Berufskrankheit zurückzuführen.

Am häufigsten litten schwerbehinderte Menschen unter Funktionsbeeinträchtigungen der inneren Organe bzw. Organsysteme (27 Prozent). Bei 15 Prozent der Personen waren Arme und Beine in ihrer Funktion eingeschränkt, bei weiteren 14 Prozent Wirbelsäule und Rumpf. Auf geistige oder seelische Behinderungen entfielen zusammen 8 Prozent, auf zerebrale Störungen ebenfalls 8 Prozent. In 5 Prozent der Fälle lag Blindheit oder Sehbehinderung vor.

Bei einem Viertel der schwerbehinderten Menschen (25 Prozent) war vom Versorgungsamt der höchste Grad der Behinderung von 100 festgestellt worden; 30 Prozent wiesen einen Behinderungsgrad von 50 auf.

Destatis

# Die strategischen Vorteile holländischer Campingbetriebe

Die Untersuchung des Landesverbandes NRW hat es gezeigt: Die Dauercampingplätze in diesem Bundesland leiden extrem stark unter einem Nachfragemangel der Dauercamper. Zeitgleich verzeichnen die Dauerplätze im nahen Holland Zuwächse an deutschen Campern, und das bei höheren Preisen und einem stärkeren Preisbewusstsein dieser Gästegruppe. Es gibt also etwas, was teurere niederländische Plätze attraktiver macht als billige deutsche. Das Leben ist eine Kurve! Dieser Werbespruch gilt nicht nur für einen Hersteller japanischer Motorräder, sondern für jedes Produkt im Markt. Das typische Leben eines Produktes, egal ob Ware oder Dienstleistung, im Markt verläuft in vier Phasen und lässt sich als Diagramm S-förmig darstellen.

chere Insel im Grünen gesehen, die einen Ausgleich schafft zu der zunehmenden Betonierung der direkten Umwelt. Die Nachfrage ist größer als das Angebot. Es gibt Wartelisten.

## Phase III - Festigungsphase

Auf der Angebotsseite wird nachgerüstet. Die Infrastruktur wird den immer besser ausgerüsteten Caravans samt Zubehör angepasst. Neue Sanitärhäuser, Aufenthaltsräume, Veranstaltungen, Kinderbetreuung gehören zum Standard. Auf der Camperseite werden Reiseerfahrungen aus Pauschalreisen in Sachen Gästebetreuung, Pauschalangebote und Ausstattungsqualität der Unterkunft zur latenten Erwartungshaltung auf den Campingplatz mitgenommen. Der Markt wächst nur noch

camper sind im „Eventzeitalter“ groß geworden und empfinden das ständige Aufsuchen der gleichen Parzelle als völlig uncool. Sie wenden sich anderen Freizeitformen zu.

Diese stark vereinfachten Entwicklungsformen sind nicht

mehr Qualität für mehr Geld haben wollen, dann sollen sie es bekommen!“ In Deutschland ist es üblich, an dieser Stelle die Frage zu stellen: „Wer garantiert mir, dass dieses Konzept aufgeht?“ „Der Markt!“ würden jetzt die Holländer sagen.



Fotos: ews

Für viele Dauercamper ist der Campingplatz Gartenersatz. Manche Campingplätze in Deutschland erinnern an Schrebergartenkolonie.

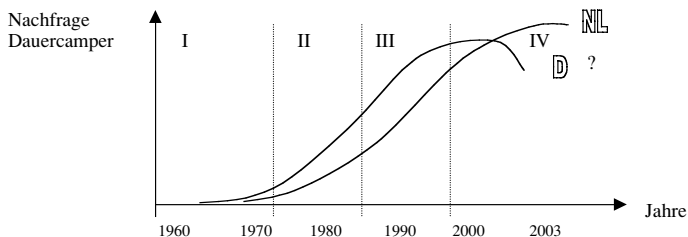
nur im Dauercamping zu verzeichnen, sondern auch bei den Sport- und in den Schrebergärtenvereinen zu finden. Wer nicht wahrnimmt, dass die Welt sich weiterdreht und sich das Freizeitverhalten unserer Mitmenschen ändert, „fliegt aus der Kurve“, um bei der eingangs zitierten Metapher zu bleiben. Niederländische Campingunternehmer sind nicht per se moderner als deutsche, es liegt aber an ihrer Denkweise, Dinge einfacher zu sehen und Unternehmertum zu wagen. Sie handeln nach dem Motto „Wenn die Kunden

Hier liegt der Hund begraben. Es gibt keine oder nur wenige offizielle Zahlen über den Dauercampingmarkt. Professionelle Betriebe beschaffen sich diese Zahlen auf ihre Weise, bevor sie investieren. Die kleinen Betriebe, die weder eine solide betriebswirtschaftliche Grundausbildung haben noch sich darum bemühen, bleiben auf der Strecke. Das ist auch gut so, denn sie schaden der Branche durch ein schlechtes Angebot und ein schlechtes Image.

Im Rahmen der Marktforschung Campingtourismus in NRW wurden fünf niederländische Campingplätze untersucht, die sich erfolgreich um den deutschen Quellmarkt „Ruhrgebiet“ streiten.

- Campingplatz Bree Bronne, Maasbree
- Camping Klein Kanada, Afferden
- Recreatiecentrum Heumens Bos, Heumen
- Recreatiecentrum de Wildhoeve, Ernst
- Camping de Papillon, Denekamp

Diese Campingplätze haben gemeinsam folgende Erfolgsfaktoren:



## Phase I - Gründungsphase

Erste Landwirte und Gastwirtschaften sehen Camping als Zweitprodukt für unbewirtschaftete Flächen. Die ersten Dauercamper sehen diese Form der Freizeit als Alternative zum Schrebergarten.

langsam. Die Wartelisten für Dauercampingplätze werden kürzer oder verschwinden ganz.

## Phase IV - Sättigungs- und Niedergangphase

Die Campingunternehmer erreichen mit herkömmlichen Managementinstrumenten kaum noch neue Kunden. Preisnachlässe ziehen nur noch, wenn die Qualität über dem Durchschnitt liegt. Es kommt zu Verdrängungswettbewerben. Erste Betriebe haben akute Auslastungsprobleme.

Dauercamper entdecken neue Formen der Campingangebote, die leider nur auf Ferienplätzen angeboten werden. Die Kinder der Dauer-

## Phase II - Wachstumsphase

Die Freizeitform Dauercamping setzt sich durch. Immer mehr Landwirte entdecken Dauercamping als lukrative Erwerbsquelle, die wetterunabhängig ist. Städte und neu gegründete Betreibergesellschaften drängen in den Markt. Dauercamping wird von den Nutzern als zeitgemäße Freizeitform und si-



In den Niederlanden ist es selbstverständlich, dass die Plätze gut ausgeschildert sind. In Deutschland findet man Hinweisschilder oft erst unmittelbar vor dem Platz.

## I. Betriebskonzept

- 1. Gute Betriebsgrößen durchschnittlich 320 Standplätze (240 in D)**  
Je größer die Betriebsgröße, um so geringer die Fixkosten pro Platz. Das schafft strategische Preisvorteile.
- 2. Ressortcharakter**  
Hier wird der Erholungs- und Freizeitcharakter schon am Eingang dargestellt. In Deutschland wird oftmals nur die Verwaltung von Dauercampern gelebt.
- 3. Flexible Öffnungs- und Ruhezeiten**  
Die Hausmeisterordnung ist durch situationsbezogene Ordnung ersetzt worden.
- 4. Keine Konzentration auf Dauercamper**  
Eine Dauercamper-Monokultur bringt zuviel Schrebergartenatmosphäre in den Betrieb.
- 5. Klare Zielgruppendifinition**  
Für wenige Gruppen viel Angebot bringt mehr Kundenzufriedenheit als für alle Gruppen nur ein bisschen.
- 6. Qualitativ hoch stehendes, auf Zielgruppen zugeschnittenes Programm**  
Wer wenige Zielgruppen hat und diese genau kennt, kann auch ein passendes Angebot anbieten.
- 7. Flexible Strukturen**  
Unterschiedliche Kundengruppen haben unterschiedliche Reisezeiträume. Kinderangebote bringen nichts, wenn sich zu bestimmten Zeiten nur Senioren ohne Kinder auf dem Platz aufhalten.
- 8. Kundenfreundlichkeit**  
Diese Selbstverständlichkeit wird von den meisten deutschen Platzinhabern falsch eingeschätzt oder nicht praktiziert.
- 9. Zunehmende Thematisierung des Umweltbewusstseins der Gäste**  
Flaschen- und Altpapiercontainer reichen nicht mehr als Umweltengagement. Gespartes Trinkwasser vermiedener Strom u. Ä. sollten auf dem Platz veröffentlicht werden.
- 10. Schaffung von Gegenwelten**  
Alles, was den grauen Alltag vergessen lässt. Besser noch: Geben Sie dem Campingpark ein Image, z.B. Seeräuber-Camping, Rittercamping, Pippi-Langstrumpf-Camping, Wild-West-Camping o. Ä.
- 11. Extreme Kinderfreundlichkeit**  
Kinderfreundlichkeit ist mehr als ein kleiner Kinderspielplatz.
- 12. Generalrenovierung nach zehn Jahren, um neuen Bedürfnissen gerecht zu werden**  
Diese Vorgehensweise der niederländischen Unternehmer ist in Deutschland noch undenkbar.
- 13. Ständige Weiterbildung**  
Wer sich nicht weiterbildet, weiß überhaupt nicht, wo der Trend hingeht.

## II. Platzangebot

- 1. Große Brutto- und Nettostellflächen**  
Alle (!) Stellplätze sind über 100 m<sup>2</sup> groß. Die Bruttofläche (mit Grünflächen und Spielplätzen) liegt zwischen 400 und 500 m<sup>2</sup> je Stellplatz.
- 2. Schlechtwetterunterkünfte und -angebote**  
Große Mehrzweckräume hat jeder, überdachte Freibäder sind Standard und Hallenbäder sind öfter auf Campingplätzen zu finden als in Deutschland.
- 3. Supermarkt, Gastronomie teilweise kostenfrei verpachtet**  
In Deutschland zurzeit undenkbar. Hier werden diese Einrichtungen als Profitcenter betrachtet - in den Niederlanden als Dienstleistungszentren mit Quersubventionen aus der Übernachtung.

## III. Preis- und Vertragsgestaltung

- 1. Flexible Vertragsgestaltung und freie Standplatzwahl**  
Z.B. Dauerplätze für drei Monate oder Platznutzung für drei Familien, übertragbare Familienkarten o. Ä. Dies ist allerdings nur auf Grund einer echten Kalkulation möglich.
- 2. Angemessene Dauercamperentgelte (2.500 Euro NL 1.100 Euro D). Konsequente Verfolgung der Präferenzstrategie**  
Sonnenschein- und Ferienmonate kosten oft das Doppelte wie die restlichen Monate, da sie in der Campergunst höher liegen.
- 3. Frührentnerrabatte**  
Diese Gruppen haben Zeit und Geld und füllen die auslastungsarmen Zeiten.



Foto: ews

*Gaststätte und auch Supermarkt werden auf niederländischen Campingplätzen teilweise kostenlos verpachtet.*

## IV. Werbung und Kommunikation

- 1. Printmedien**  
Jeder Platz hat einen professionellen Werbeaufrucht in den Katalogen und den Hausprospekten dank eines durchdachten Unternehmenskonzeptes.
- 2. Internet**  
Der Internetauftritt ist Pflicht und genauso professionell wie die Darstellung in den Printmedien.
- 3. Ausschilderung**  
Alle Plätze sind gut an den Straßen ausgeschildert dank eines teuren, aber gut arbeitenden Verbandswesens.

## Fazit

Camping, insbesondere Dauercamping, kann auch in Deutschland eine Chance haben, vorausgesetzt Dauercamping wird zeitgemäß angeboten. Hierzu müssten viele Cam-

pingunternehmer ihre Selbstgefälligkeit aufgeben und akzeptieren, dass sich auch in der Campingwelt die Erde ein großes Stück weitergedreht hat. Wer immer am Bestehenden festhalten will, wird nie zu neuen Ufern kommen!



**ABC-TEAM Spielplatzgeräte GmbH**  
Eisensteinstraße, Industriegebiet Rohr  
D-56235 Ransbach-Baumbach  
Tel. 0049 (0) 2623 8007-0  
Fax 0049 (0) 2623 4851  
eMail: info@abc-team.de  
Internet: www.abc-team.de

Nähere Infos unter: [www.abc-team.de/multiswing](http://www.abc-team.de/multiswing)  
Garantie auf abgebildete Spielgeräte: 5 Jahre

# Sanitärausstattung Nebensache!

Wohnmobilisten stellen andere Anforderungen an die Qualität ihrer Stellplätze als „normale“ Campinggäste. Die Sanitäranlagen, die für die Bewertung von Campingplätzen eine sehr wichtige Rolle spielen, rangieren bei den Wohnmobiltouristen nur unter ferner liefen: Nur etwa jeder dritte Wohnmobilmfahrer erwartet vom „idealen“ Stellplatz ein Toilettenhaus; auf Wasch- und Duschaum legt nicht einmal jeder Vierte Wert.

Dies ist ein Ergebnis der Grundlagenstudie „Reisemobiltourismus in Deutschland“, die von der PROJECT M Marketingberatung, Lüneburg, und Prof. Dr. Gerd Peters von der Fachhochschule Eberswalde in Zusammenarbeit mit dem Reisemobil-Magazin promobil erstellt wurde. Mehr als 4.000 Leserinnen und Leser der Zeitschrift beteiligten sich im vergangenen Jahr an



Fotos: gratuso

Bei den Wohnmobilisten steht der Stellplatz in Minheim hoch im Kurs. 2002 wählten ihn die Promobilleser zum Stellplatz des Jahres.

der Fragebogen-Aktion; 1.381 zufällig ausgewählte Fragebogen wurden für die erste wissenschaftliche Untersuchung zum Reisemobil-Tourismus in Deutschland ausgewertet. Die Erwartungen und Bedürfnisse der Wohnmobilisten wurden im Rahmen der Studie genau analysiert. Denn

nur wenn sie bekannt sind, können Angebote geschaffen und Vermarktungsstrategien entwickelt werden, die diese Zielgruppe wirklich ansprechen.

Ein idealer Stellplatz sollte nach Meinung der Wohnmobilsten vor allem gut ausgeschildert und damit leicht zu

### Nicht geiziger

„Der Reisemobilist ist nicht grundsätzlich ein sparsamer oder gar geiziger Urlauber. Er möchte aber, wie alle anderen Camper, ein vernünftiges Preis-Leistungs-Verhältnis vorfinden“, stellte Bernd Müller vom Campingplatz Gitzenweiler Hof in Lindau-Oberreitnau bei der Fachtagung „Perspektiven des Reisemobiltourismus in Deutschland“ während der ITB in Berlin fest. Auf dem Campingplatz des Vizepräsidenten des BVCD haben die mit Wohnmobil anreisenden Gäste daher die Wahl zwischen preiswerten, befestigten, aber nur mit Strom ausgestatteten Stellplätzen vor der Schranke, normalen Reisemobilplätzen und übergroßen Stellplätzen, die allen Komfort bieten.

finden sein. 93 Prozent der Befragten halten die Ausschilderung eines Stellplatzes für (sehr) wichtig. Damit rangiert dieses Kriterium auf

## Komfortsäulen

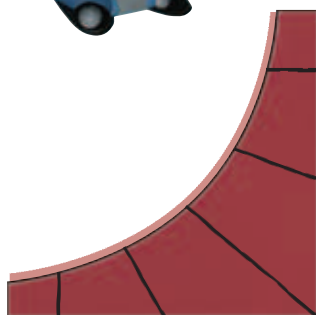
... von



... direkt vom Hersteller



- C**reatives Design
- A**ussergewöhnlich
- M**ultifunktional
- P**atentierete Technik
- O**ptik nach Wunsch
- L**eichte Montage
- I**m Winter einsetzbar
- N**ette Figur
- O**ptimaler Preis



- N**eutrales Design
- O**ptimale Technik
- V**erschließbar
- O**berfläche nach Wahl
- L**eichte Montage
- I**m Winter einsetzbar
- N**irosta oder Kunststoff
- O**ptimaler Preis

Herstellung und Vertrieb:

Elomat Wassertechnik GmbH · Mättich · Elomatstraße 10  
D-77880 Sasbach · Tel. 0 78 41 / 20 77-0 · Fax 20 77 - 22  
e-mail: wittenauer@elomat.de · www.elomat.de



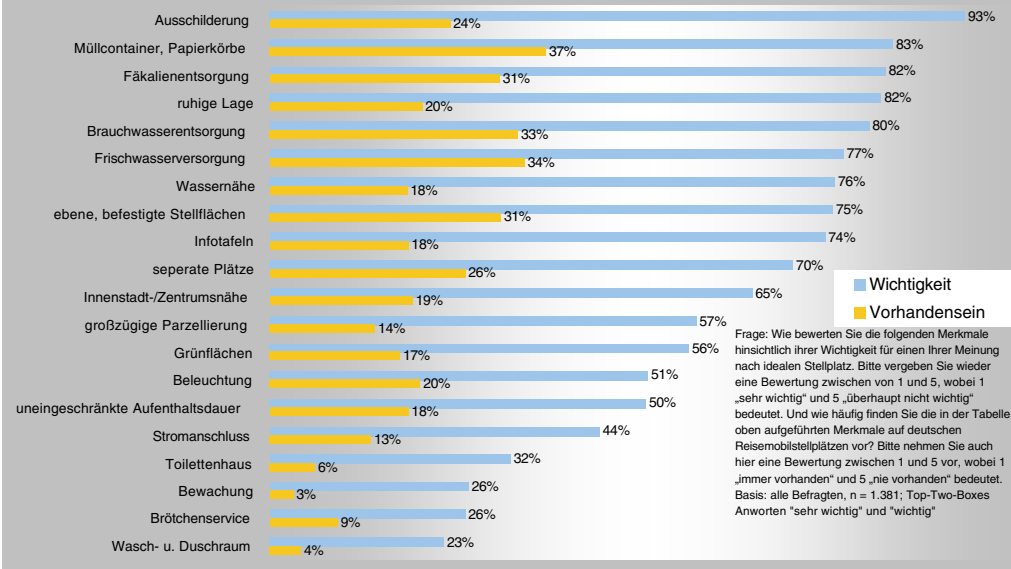
Auf Müllentsorgungsmöglichkeiten legen die Wohnmobilsten großen Wert...



...aber auch Ver- und Entsorgungssäulen sind ein Muss.



## Ausstattungsmerkmale eines idealen Stellplatzes



Quelle: Project M  
37 Prozent der Studie zufolge die Qualität der Stellplätze als (sehr) zufriedenstellend beurteilten und mit 2,7 eine eher durchschnittliche Note verteilten. Auch die Anzahl der Stellplätze lässt nach Einschätzung der Nutzer zu wünschen übrig. Nur 43 Prozent der Befragten sind damit zufrieden oder sehr zufrieden und vergaben die Note 2,6.

Die Wohnmobiltouristen wünschen sich mehr Stellplätze. Gefragt sind vor allem Stellplätze in Strand- und Seennähe und in Städten. Immerhin 44 Prozent sehen einen sehr hohen bzw. hohen Bedarf an Stellplätzen auf oder vor Campingplätzen, obwohl sie auf die Infrastruktur und die Services, die Campingplätze bieten, nur wenig Wert legen. So halten nur 26 Prozent eine Bewachung des Platzes oder einen Brötchenservice für (sehr) wichtig.

Fotos: gratiso

Vor allem bei Kurzreisen lassen die Wohnmobiltouristen die Campingplätze links liegen: 59 Prozent nutzen bei ihren zwei- bis viertägigen Reisen nie einen Campingplatz, weitere 16 Prozent nur selten.

Bei den fünf Tage und länger dauernden Urlaubsreisen sieht dies schon anders aus. Rund 28 Prozent der Wohnmobiltouristen übernachteten bei längeren Urlaubsreisen immer oder häufig auf Campingplätzen.

Ein Hindernis für eine verstärkte Nutzung sind die Gebühren: Die durchschnittlichen Stellplatzgebühren liegen bei 6 Euro; mehr als 15 Euro zahlt niemand!

15 Euro sind offenbar die Schmerzgrenze: Selbst für einen idealen Stellplatz würde niemand mehr als diese

Platz 1 der Ausstattungs-Hitliste noch vor umweltgerechten Ver- und Entsorgungseinrichtungen. Müllcontainer und Papierkörbe, Fäkalien- und Brauchwasserentsorgung erwarten mehr als 80 Prozent der Befragten; fast ebenso viele (77 Prozent) legen auf Frischwasserversorgung Wert. Ein Stromanschluss ist dagegen nur für 44 Prozent wichtig oder gar sehr wichtig.

Ein ganz entscheidendes Kriterium bei der Bewertung eines Platzes ist die Lage: Ruhig soll er für 82 Prozent sein, separat für 70 Prozent. Wassernähe fordern 76 Prozent, Nähe zur Innenstadt oder zum Zentrum 65 Prozent. Die Stellplätze sollten nach Meinung von drei Viertel der Wohnmobilreisenden eben und befestigt sein, mehr als die Hälfte erwarten eine

großzügige Parzellierung (57 Prozent) und Grünflächen (56 Prozent). Erwünscht sind außerdem Infotafeln, die auf



Die Mosel gilt als reisemobilfreundlichste Region Deutschlands. In vielen Orten gibt es Wohnmobilstellplätze, in Neumagen-Dhron ebenso wie...

Freizeitmöglichkeiten in der Umgebung hinweisen. Doch die Wirklichkeit sieht anders aus: Nur etwa jeder vierte Stellplatz ist laut Urteil

der Befragten gut oder sehr gut ausgeschildert, zufriedenstellende Ver- und Entsorgungsanlagen und ebene

Stellflächen haben etwa ein Drittel der Anlagen. „Oftmals stimmt offensichtlich weder die Lage noch die Gestaltung und Ausstattung des Stellplatzes“, lautet ein Fazit der Studie. „In allen Bereichen haben die Stellplätze erheblichen Nachholbedarf.“

Kein Wunder also, dass nur

### Viel unterwegs

Wohnmobilisten sind sehr reisefreudig. Der Studie zufolge beschränkten sich nur 9 Prozent der Befragten im Jahr 2001 auf nur eine Urlaubsreise von mindestens fünf Tagen. Mehr als die Hälfte (52 Prozent) unternahmen zwei bis drei längere Reisen; fast ein Drittel (29 Prozent) waren vier oder fünf Mal für mindestens fünf Tage „on tour“, jeder Zehnte sogar sechs Mal oder noch öfter. Darüber hinaus wird das Wohnmobil häufig auch für Tagesausflüge genutzt.

Die durchschnittliche Reisedauer ist der Studie zufolge deutlich länger als bei Reisen ohne Wohnmobil: 53 Prozent

der befragten Wohnmobiltouristen verreisten mindestens einmal für mindestens drei Wochen; 16 Prozent waren sogar länger als 30 Tage unterwegs. Doch damit nicht genug: Etwa ein Drittel unternahm – zusätzlich zur langen Urlaubsreise – mindestens vier bis fünf Kurzreisen von zwei bis vier Tagen; knapp ein Viertel (24 Prozent) waren sechs bis zehn Mal für zwei bis vier Tage unterwegs. Jeder Zehnte brachte es sogar auf 15 und mehr Kurztrips mit dem mobilen Heim. Die Mehrheit der Wohnmobiltouristen reisen zu zweit, allein sind nur wenige unterwegs.



...im Nachbarort Piesport.



Wo geht's lang? Das Hinweisschild weist nicht in die Irre, sondern zu verschiedenen Wohnmobilstellplätzen in einem Ort.

## PROJECT M...

...ist Dienstleister für Marketingberatung in Tourismus und Freizeit mit Büros in Lüneburg und Berlin. Das Unternehmen wurde 1998 von Prof. Dr. Edgar Kreilkamp, Cornelius Obier und Dirk J. Schmücker als spin-off der Universität Lüneburg gegründet. Inzwischen beschäftigt die Beratungsgesellschaft elf feste und fünf freie Mitarbeiter.

PROJECT M entwickelt maßgeschneiderte, konzeptionelle Lösungen in den Bereichen touristische Destinationen, Marktforschung, Hotels & Resorts, Freizeitanlagen, Reiseveranstalter & -mittler, Städte & Regionen.

Marktforschung wird vom Schwesterunternehmen PROJECT M MARKETING RESEARCH GmbH durchgeführt. Das Unternehmen verfügt über ein eigenes Telefonstudio für Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) mit einem Interviewerstamm von über 40 Mitarbeitern. Das Full-Service-Institut führt auch persönliche, schriftliche und Online-Erhebungen durch.

Den Golfmarkt bearbeitet PROJECT M in der Kooperation GTC - Golf & Tourism Consulting. PROJECT M ist u.a. für den deutschen Tourismusverband, die Deutsche Zentrale für Tourismus, Bayern Tourismus Marketing GmbH und TourismusMarketing Niedersachsen GmbH tätig.

### Information:

PROJECT M  
Marketingberatung  
Professor Kreilkamp  
& Co. GmbH  
Vor dem Roten Tore 1  
21335 Lüneburg  
Tel. 04131/789620  
Fax: 04131/7896229  
E-Mail: info@projectm.de  
www.projectm.de

Summe pro Nacht zahlen; der Anteil derer, die bis zu 15 Euro zahlen würde, steigt auf immer noch bescheidene 11 Prozent. Fast zwei Drittel würden zwischen 5 und 10 Euro für einen Stellplatz zahlen, der alle ihre Anforderungen erfüllt.

Den Campingunternehmern, die ihren Gästen einen hohen, aber auch kostenintensiven Standard bieten, ist die Sparsamkeit der Wohnmobilsten ein Dorn im Auge. Aus Sicht der Wohnmobiltouristen sieht dies anders aus: Sie brauchen und nutzen vor allem auf Kurzreisen die Infrastruktur und Services des Campingplatzes nicht und wollen - verständlicherweise - auch nicht dafür zahlen.

Die Wohnmobiltouristen sparen bei den Übernachtungen, nicht aber an den sonstigen Ausgaben. Zusätzlich zu den Stellplatzgebühren geben sie der Studie zufolge etwa 45 Euro pro Tag und Person für Gastronomie, Lebensmittel und sonstige Einkäufe sowie die Freizeitgestaltung aus. Zum Vergleich: Bei Gästen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit über acht Betten betragen die Ausgaben pro Tag und Person 43,38 Euro, bei Gästen in Betrieben mit weniger als acht Betten 48,30 Euro. Hier bieten sich Einnahmemöglichkeiten für Campingplätze, die Dienstleistungen anbieten, die genutzt werden können, aber nicht genutzt werden müssen.

Die Studie „Reisemobiltourismus in Deutschland. Eine empirische Grundlagenstudie“ kann zum Preis von 35 Euro bestellt werden bei: Vereinigte Motor-Verlage GmbH & Co. KG 70162 Stuttgart

## Kommentar: Fehlende Aussagekraft der Reisemobilstudien

Es geht doch nichts über ein gut gepflegtes Vorurteil. Dabei ist, wie das Wort schon sagt, das Urteil schon vor der Aussage da und spiegelt keine Erkenntnis, sondern eine Einstellung wider. Vorurteile machen die Welt einfacher, aber nicht unbedingt transparenter.

Dass alle Chinesen Reis essen und alle Italiener verkappte Mafiosi sind stimmt eben wenig wie das Vorurteil, dass Wohnmobilsten chronische Geizkragen sind und kein Geld am Urlaubsort ausgeben.

Wäre die Welt so einfach, gäbe es nur gleichförmige Gruppen (z.B. „den Reisemobilisten“ an sich), so würden sich die Reisemobile auf wenige Grundtypen beschränken. Leider ist es aber nicht so, was schon die Fülle der Fahrzeugtypen und Varianten zeigt. Wenn die Wohnmobilsten schon an ihr Fahrzeug verschiedene Anforderungen stellen, so werden sie es auch bei der Wahl des Stellplatzes und des Urlaubsortes machen.

Es grenzte nahezu an ein Wunder, unterschieden sich die Wohnmobilsten nicht in bestimmte Freizeit- und Verhaltenstypen, wie wir es von unseren Campern kennen. Ein Camper ist schließlich nicht wie der andere Camper.

Es wäre an der Zeit, angesichts der zahlreichen Studien zum Ausgabeverhalten der Reisemobilisten auf bestimmte Typen einzugehen. Die Zahlen, mit denen diese Studien aufwarten, sind Durchschnittszahlen. Die Ausgabensummen sind also Mittelwerte zwischen Geizhalsen und Prassern.

Bevor sich die Campingunternehmer mit Einrichtungen vor oder hinter der Schranke um die Gunst der Reisemobilisten reißen, sollten sie wissen, wen sie haben wollen. Nach einer völlig unwissenschaftlichen Methode, nur durch Marktbeobachtung gewonnene Erkenntnisse, lassen sich die Reisemobilisten in drei große Gruppen einteilen:

### 1. Die Geizhalse

Diese kommen meist mit einem gebrauchten Fiat Ducato oder VW-Westfalia angefahren, sind niedere bis mittlere Beamte oder Lehrer, kennen sich bestens im Internet bei Ebay aus und fahren Campingplätze (wenn überhaupt) nur zum Abwasserentleeren und Duschen an. Ihr Credo: Geiz ist geil!

### 2. Die Freizeittouristen

Sie fahren oft die neuen Miet-Modelle von Euromobil oder eigenen Teilintegrierte. Beruflich kommen sie aus allen Branchen im mittleren Einkommenssegment. Ihr Fahrzeug ist oft nur Transport- und Unternehmungsfahrzeug, um ihr Hobby auszuleben (surfen, radeln, tauchen usw.) Ihnen ist es egal, ob sie auf einem Campingplatz stehen oder auf einem Marktplatz.

### 3. Die Genießer

Bei der Fahrzeugwahl wurde bewusst auf Komfort geachtet. Es sind nicht immer Fahrzeuge von der Überlandbusklasse, aber sie sind schon geräumig. Hier fahren höhere Angestellte oder freiberuflich tätige Menschen das Fahrzeug, um einen Ausgleich zur hektischen Berufswelt zu erfahren. Die Campingplätze ihrer Wahl sind ab der 4-Sterne-Klassifikation zu finden. Sie haben ein hohes Preis-Leistungs-Bewusstsein und akzeptieren aber auch, dass gute Leistung ihren Preis hat in ihrem Ausgabeverhalten.

Das Interesse der Campingunternehmer und der Kommunen, um die gewünschten Zielgruppen zu werben, wird über Durchschnittszahlen nicht befriedigt. Ausgaben von durchschnittlich 6,50 Euro Stellplatzgebühr + 90 Euro für zwei Personen für Gastronomie, Einkaufen und Freizeitgestaltung ergeben sich aus dem Freizeit- und Ausgabeverhalten der geizigen und der spendablen Reisemobilgruppen.

Eine undifferenzierte Werbung um die Reisemobilisten allgemein bringt auch nur allgemeine Reisemobilisten auf den Platz, wobei die größte Gruppe der Geizigen überwiegen und die bekannten Probleme und fruchtlosen Diskussionen mit sich bringen wird.

Reisemobilisten sind mit Sicherheit eine interessante Zielgruppe für die Campingbetriebe, vorausgesetzt man erreicht die gewünschte Teilgruppe mit seinem Marketing. Wenn sich die Campingunternehmer dieser Freizeitgruppe annehmen, sollten sie sie auch genauso analysieren wie ihre alt bekannten Zielgruppen.

Friedrich Wilhelm  
Meinecke

## Mähsysteme im Vergleich

Die Außenanlagen sind, ebenso wie die Sanitärgebäude und die Rezeption, die Visitenkarte des Campingunternehmens. Die Gäste wollen ihren (Kurz)Urlaub in einer gepflegten grünen Umgebung verbringen. Die Bepflanzung trägt wesentlich dazu bei, dass sich die Gäste wohl fühlen. Schließlich bevorzugen die meisten gerade wegen der Naturnähe diese Urlaubsform.

teme wie Balken- oder Kreiselmäher sind in der Rasenpflege nicht üblich. Ihr Einsatzfeld ist neben der landwirtschaftlichen Futtergewinnung die Ödlandpflege bzw. der Extensivschnitt.

### Spindeltechnik

Haupteinsatzfeld der Spindeltechniken sind Flächen mit hoher Schnitzzahl, die im Regelfall wöchentlich, maximal alle 14 Tage gemäht werden.



Fotos: ewis

*Der Rasenmäher muss wendig und gut manövrierbar sein. Wer zentimetergenau an Zäune, ...*

Wie wichtig Rasenpflege auf dem Campingplatz ist, spürt jeder, der barfuß aus dem (Vor-)Zelt oder aus dem Wohnwagen tritt, am eigenen Leib spricht an den eigenen Füßen. Regelmäßiges Rasenmähen ist von März oder April bis in den Oktober hinein Pflicht. Im Laufe der Saison kommen in den meisten Betrieben etliche Hektar zusammen, die gepflegt, d.h. vor allem gemäht werden müssen. Die Mitarbeiter verbringen so manche Stunde auf dem Rasenmäher. Um so wichtiger ist ein Mähsystem, das effizient und kostengünstig arbeitet und darüber hinaus in puncto Schnittqualität, Zerkleinerungsrate und Ablagebild des Grünsgutes auf der Mähfläche den Anforderungen entspricht.

Im Bereich der Rasenpflege kommen prinzipiell die Systeme

- Spindeltechnik
  - Sicheltechnik
  - Feinschnittschlegeltechnik
  - Extensivschlegeltechnik
- in Frage. Langgrasmähsys-

Wer Wert auf einen englischen Rasen legt, muss sich für das Spindelsystem entscheiden. Das Gras wird dabei vom Obermesser, der Spindel, gegen das Untermesser bewegt und sauber und millimetergenau abgeschnitten. Die Spindeln sind zwischen 300 mm und 760 mm breit. Bei größeren Schnittbreiten werden mehrere, versetzt angeordnete Spindeln verwendet. Je nach Größe werden je Spindel fünf bis elf Messer eingesetzt. Das Spindelsystem bietet sehr gute Schnittqualität am Halm, eine zufriedenstellende Mähgutzerkleinerung (untergeordnet bei hoher Schnitzfrequenz) und eine gute Mähgutverteilung aufgrund horizontaler Rotation der Schneidkörper. Es kann jedoch nur eine begrenzte Schnitthöhe bearbeiten.

Nachteilig beim System Spindeltechnik sind die relativ hohen systembedingten Wartungs- und Unterhaltungskosten: Die Spindeln und Untermesser müssen mehrmals

pro Jahr sehr aufwendig geschliffen und geläpft werden. Sind die Messer stumpf, wird das Gras nicht mehr sauber abgeschnitten, sondern abgerissen. Abgerissenes Gras wird an der Abrissstelle farrig, welk und verfärbt sich grau bzw. braun. Das Erscheinungsbild und die Qualität der Grasnarbe verschlechtern sich. Um die gewünschte hohe Schnittqualität zu erreichen, müssen außerdem Schneidzylinder und Untermesser exakt eingestellt werden.

Ein weiterer Nachteil der Spindeltechnik ist die relativ hohe Empfindlichkeit gegenüber Beschädigungen durch Steine oder vergessene Heringe. Spindelmäher sind sehr wartungsintensiv, daher sehr teuer und werden nur in Bereichen mit höchsten Anforderungen an die Schnittqualität, z.B. auf dem Green des Golfplatzes oder auf Sportplätzen, eingesetzt.

### Sicheltechnik

Sichelmäherwerke sind derzeit Stand der Technik und die am häufigsten verwendeten Systeme. Dabei wird das Gras nicht abgeschnitten, sondern mit einem scharfen Messer abgehackt. Die Sichelmesser sind etwa einen halben Meter lang. Durch die Rotation der Sichelmesser wird der Rasen leicht aufgerichtet, abge-

Gegenüber der oben beschriebenen Spindeltechnik sind die spezifischen Wartungskosten niedriger. Die Sichelmesser sind relativ kostengünstig, sie müssen allerdings bei starkem Einsatz täglich geschliffen und ausgewuchtet werden. Sie haben eine durchschnittliche Schnittqualität und erlauben die Bearbeitung mittelhohen Bewuchses. Mähgutzerkleinerung und -verteilung sind genügend. Seitenwerfende Sichelmäherwerke benötigen zum Auswurf einen entsprechenden Auswurfraum, was durch geschicktes Fahren erreicht werden kann, heckwerfende Sichelmäherwerke neigen wegen der vertikal drehenden Messerwellen speziell bei nassem Gras zur Schwad- und Klumpenbildung.

Mulchmäherwerke auf Sichelbasis benötigen ein sehr hohe jährliche Schnitzzahl und neigen bei Feuchtigkeit sehr stark zur Musbildung, bedürfen also einer hohen Pflegefrequenz.

### Feinschnittschlegelmäher

Eine interessante Alternative zu den Spindel- und Sicheltechniken ist der Feinschnittschlegelmäher. Ausgehend von den überaus robusten und nahezu wartungsfreien Extensivschlegelsystemen



*...Schilder oder andere Hindernisse heranfährt, spart das mühsame und aufwendige Nacharbeiten per Hand.*

schnitten und mit dem Luftstrom zum Ablagekanal (Heck- oder Seitenauswurf, Grasfangkorb) zugeführt.

wurde der Feinschnittschlegelmäher in Richtung Rasenschnitt weiterentwickelt. Im Vergleich zum Extensivsys-

tem wurden dabei die Verbesserung der Schnittqualität am Halm, eine gute Mähgutzerkleinerung als Voraussetzung für eine schnelle Verrottung der Grüngutmasse in den Mähflächen sowie die Einsetzbarkeit auch bei klei-

Landschaftsrassen gegenüber dem Sichelssystem an Bedeutung gewinnen. Wer die Vorzüge aller drei Systeme kombinieren will, kann einen Mäher wählen, der umgerüstet werden kann. Beim Modell K 35 - 4 D der

rung ausgestattet sein, so dass beim Mähen zentimetergenau an die Hindernisse herangefahren werden kann. Zeitaufwendige und damit teure Nacharbeiten per Hand lassen sich dadurch deutlich reduzieren.



Foto: ewis

**Ein Rasen wie ein Wohnzimmerteppich. Damit das so bleibt, sind Planen in den Vorzelten auf dem Campingplatz Oertzewinkel verboten. Sie zerstören das Bodenleben unter der Grasnarbe.**

nen Bewuchshöhen unter Beibehaltung von Robustheit und Wartungsarmut gefordert. Erreicht wurden diese Eigenschaften durch Anpassung von Gehäuse- und Messerform sowie der Messergeschwindigkeit.

Systembedingt verfügt der Feinschnittschlegelmäher über ein sehr gutes Ablagebild auch bei feuchtem Bewuchs durch die horizontal drehende Messerwelle, eine hohe Robustheit und geringe spezifische Wartungs- und Unterhaltungskosten. Die Standzeit der Messer beträgt 200 bis 400 Betriebsstunden ohne Nachschleifen.

Die im Schlegelmäher eingesetzten Messer sind kleiner als die Sichelmesser. Da sie gelenkig an einem Kettenglied aufgehängt sind, können sie Hindernissen wie Steinen oder vergessenen Heringen besser ausweichen. Daher ist das System relativ unempfindlich bezüglich Beschädigungen. Mit dem System können Bewuchshöhen bis zu Langgras bearbeitet werden. Die erreichbare Vorschubgeschwindigkeit wird neben der Motorleistung von der Masse des zu zerkleinern Mähgutes und vom Zustand der Fläche bestimmt. Geringe Verschleißkosten, Wartungsarmut und hohe Robustheit - auch Ausfallstunden kosten Geld! - sind deutliche Systemvorteile. Auch die Mähablage ist gut. Aus diesen Gründen wird die Feinschlegeltechnik beim

Gebr. Werner GmbH kann das Spindelmähwerk in ca. 20 Minuten gegen das robustere Feinschlegelmähwerk ausgetauscht werden. So ist es möglich, bestimmte Flächen mit dem Spindelmähwerk in höchster Schnittqualität zu mähen, andere dagegen kostengünstiger und schneller mit dem Feinschlegelsystem. Wegen der spezifischen Erfordernisse sind diese Mäher für den Einsatz auf Campingplätzen nur bedingt geeignet. Hier gibt es bessere Alternativen.

Auf Campingplätzen werden an die Mäher besondere Anforderungen gestellt. Gerade in der Hauptmähsaison herrscht auf dem Campingplatz Hochbetrieb. Zelte, Wohnwagen oder Wohnmobile stehen oft dicht beieinander und auch Einbauten wie Spielgeräte verhindern, dass eine Fläche schnell durchfahren und gemäht werden kann. Um trotzdem gute Arbeitswerte zu erreichen, müssen die eingesetzten Maschinen sehr leistungsstark, gleichzeitig aber sehr kompakt und wendig sein. Eine starke Motorisierung sorgt für hohe Leistung und ermöglicht es, auch eventuell vorhandenen Unrat wie Papierschnippel, Zigarettenstummel und im Herbst Laub problemlos aufzunehmen. Das auf dem Campingplatz eingesetzte System sollte außerdem beidseitig bündig mähen können und mit einer sehr wendigen Hebelsteue-

Aufnahmen oder liegen lassen - auch diese Frage muss sich der Campingunternehmer bei der Entscheidung für ein Mähsystem stellen.

Soll das Gras aufgenommen werden, ist es sinnvoll, Absaugmäher einzusetzen, die das Gras gleichzeitig aufnehmen. Da auch achtlos weggeworfene Papierschnippel oder Zigarettenstummel im Grasfangkorb verschwinden, ist mit dem Mähen gleichzeitig eine Flächenreinigung verbunden. Dass die Maschine langsamer arbeitet als beim reinen Mähvorgang ist die Kehrseite der Medaille. Außerdem kostet das Abfahren des Grüngutes Zeit, ebenso die Kompostierung auf dem eigenen Platz. Kann oder darf der Rasenschnitt kompostiert werden, fallen zusätzliche Entsorgungskosten an. Dennoch macht der Einsatz

aufnehmender Systeme auf Campingplätzen Sinn. Denn vor allem wenn große Mengen anfallen, ist das Mähgut störend; es wird an Füßen und Schuhen in die Zelte, Wohnwagen und Reisemobile, aber auch in die Sanitäranlagen und/oder die anderen Einrichtungen auf dem Campingplatz getragen. Mulchmäher oder die modernen Recycler zerkleinern das Mähgut an Ort und Stelle sehr fein und verteilen es gleichmäßig. Das Mulchen funktioniert jedoch nur bei trockenem, warmem Wetter gut; bei Feuchtigkeit neigt das Gras zur Musbildung. Der Mähzeitpunkt sollte genau auf die Witterungsverhältnisse abgestimmt werden. Außerdem darf das Gras maximal 7 bis 8 cm hoch sein; je nach Witterung und Zustand des Bodens und der Grasnarbe muss also häufiger gemäht werden.

**Informationen:**

Gebr. Werner GmbH  
Altheimer Str. 109  
66482 Zweibrücken  
Tel.: 0 63 32-8 06 30  
Fax: 0 63 32-80 63 50  
www.werner-maehetechnik.de

**Leistungsstark und wendig**

Das Südseecamp in Wietzen-dorf gehört zu den Großen in der Campingbranche - nicht nur was die Qualität des Campingplatzes, sondern auch die Fläche angeht. Auf dem rund 80 ha großen Gelände gibt es reichlich Einsatzmöglichkeiten für Rasenmäher. Seit Sommer vergangenen Jahres leistet auf dem Top-Platz ein ASM 125/0,8 SFD von der Gebrüder Werner GmbH seine Dienste. Ein 28-PS-Motor (20,5 kW) sorgt bei dem Kompaktaufsitzmäher der gehobenen Leistungsklasse für die nötige Leistungsstärke, eine leicht zu bedienende Hebelsteuerung für höchste Wendigkeit.

Die Mähbreite beträgt 1,25 m, Das herzförmige Mähwerk ermöglicht es dem Fahrer, zentimetergenau an jedes Hindernis heranzufahren und exakt zu mähen. Der Komfortschwingsitz ist „auf“ dem Mähwerk angeordnet; der Fahrer erhält dadurch eine sehr gute Übersicht über die Mähkonturen. Außerdem erhöht der vertikale Einblick in den Grasbestand die Chance, einen im Boden vergessenen Hering zu sehen, be-

vor er im Schneidwerk zu hören ist und dort Schaden anrichtet.

Der Grasfangkorb fasst 750 l, die Sauganlage hat einen Turbindurchmesser von 450 mm. Dank des großen Saugrohrdurchmessers kann auch das Laub im Herbst problemlos aufgenommen werden.



Foto: Gebr. Werner

**Der ASM 125/0,8 SFD ermöglicht ein Mähen auf den Zentimeter genau.**

**Informationen:**

Gebr. Werner GmbH  
Altheimer Str. 109  
66482 Zweibrücken  
Tel.: 0 63 32-8 06 30  
Fax: 0 63 32-80 63 50  
www.werner-maehetechnik.de

# Gäste schätzen gepflegten Rasen

**B**evor Werner Cohrs den Campingplatz Zum Oertzewinkel im niedersächsischen Creutzen bei Munster übernahm, war der Landwirtschaftsmeister gut ein Jahrzehnt in der be-



*Bei Arbeiten mit der Motorsense ist Schutzausrüstung ein Muss. Dazu gehört auch Schutzkleidung, auf die Werner Cohrs nur fürs Foto verzichtete.*

triebswirtschaftlichen Beratung tätig. Wirtschaftlichkeitsberechnungen und Kosten-Nutzen-Analysen sind ihm also durchaus nicht fremd. Doch wenn es um die Grünflächen auf seinem Campingplatz geht, drückt der Unternehmer schon mal ein Auge zu.

„Ich bin ein Rasenfan“, gibt er zu. Seinen Traum vom englischen Rasen à la Wimbledon vor Beginn des Tennisturniers kann er auf dem Campingplatz zwar nicht verwirklichen. Doch seine Ansprüche an das Grün sind hoch. „Man muss auf dem Rasen laufen können wie auf einem Teppich“, meint er. Seine Gäste wissen das angenehme Geh-Gefühl zu schätzen – und für den Campingunternehmer ist die aufwendige Rasenpflege eben nicht nur Arbeit, sondern ein Stück Hobby.

Etwa zwei mal pro Woche mäht er in der Hauptsaison die Rasenflächen – etwa 30.000 m<sup>2</sup> müssen auf dem kleinen Campingplatz mit 60 Touristik- und 110 Dauerstellplätzen gepflegt werden, davon etwa zwei Drittel intensiv. Zwei Aufsitzmäher, ein

Mulchmäher und ein Sichelmäher mit Seitenauswurf, kommen dabei zum Einsatz. Zur Rasenpflege-Ausstattung gehört außerdem eine Motorsense; sie ist für Ausputzarbeiten unbedingt erforderlich und wird überall dort eingesetzt, wo die Sichelmäher nicht hinkommen.

Damit nur wenige zeitaufwendige und damit teure Ausputzarbeiten anfallen, sollte das Schneidwerk der Mäher so ausgelegt sein, dass man auch unter Büschen, Hecken und anderen hervorstehenden Hindernissen problemlos mähen kann. Vorteilhaft sind, so Werner Cohrs, Mäher mit selbsttragenden Schneidwerken: Sie lassen sich besser manövrieren, sind wendiger und man kann genau bis an Hindernisse mähen.

Das ist beim Einsatz auf dem Campingplatz nötig: Freie zusammenhängende Rasenflächen sind eher die Ausnahme, die Stellplätze sind auf vielen Campingplätzen parzelliert und vor allem in der Hauptsaison, die gleichzeitig Hauptmähsaison ist, „behindern“ Zelte, Wohnwagen und Wohnmobile die Mäharbeiten. Deshalb sollte das Mähwerk auf die Parzellengröße abgestimmt und maximal 1,40 m breit sein. Bei größerer Schnittbreite kommt man zwar auf freier Fläche schneller voran, aber gerade dann, wenn der Platz gut belegt ist, eben nicht mehr überall hin.

Bevor er mit dem Mähen beginnt, geht Werner Cohrs die

Flächen ab und kontrolliert, ob keine Gegenstände oder größeren Steine herumliegen oder ob irgendwo ein Hering vergessen wurde. Werden sie übersehen, können sie das Mähwerk beschädigen. In jedem Fall machen sie die Messer stumpf.

Ein Risiko sind herumliegende Steine und andere Fremdkörper auch, weil sie bei nicht aufnehmenden Rasenmähern nach dem Mähvorgang einfach weggeschleudert werden. Die Haube, die das Mähwerk abdeckt, bietet keinen ausreichenden Schutz. „Vor allem bei Maschinen mit Seitenauswurf kann dies gefährlich werden“, weiß Werner Cohrs aus eigener Erfahrung. Er hat auf diese Weise schon einmal die Scheibe eines Wohnwagens „zerschossen“ und rät seinen Kollegen zu überprüfen, ob ihre Betriebshauptpflicht im Falle eines Falles den Schaden abdeckt.

Bei Mulchmähern ist das Risiko geringer. Denn bei diesen Mähern wird das abgeschnittene Gras nicht ausgeworfen, sondern bleibt auf der gesamten (Schnitt-)Breite liegen, nachdem es ein zweites Mal geschnitten und auf diese Weise stark zerkleinert wurde. Der Grasschnitt muss nicht entfernt werden; der Rasen vermoost dennoch nicht. Ein Moosproblem hat Werner Cohrs auch dann nicht, wenn er mit dem normalen Sichelmäher mäht und das Gras liegen lässt. Doch das geht nur, weil er häufig mäht und der Grasschnitt stets kurz ist. Und

auch der Mähzeitpunkt muss stimmen: Das Gras darf beim Mähen nicht zu feucht sein, aber auch nicht zu trocken, wenn es auf dem Rasen liegen bleiben soll.

Dass das an den Füßen und Schuhen klebende Gras in die Sanitärgebäude, aber auch in die mobilen Unterkünfte der Gäste geschleppt wird, ist ein Nachteil. Doch den nimmt der Unternehmer in Kauf. Dafür spart er Zeit



Fotos: ews

*So mancher Papierkorb steht zwar am Wegrand, aber beim Mähen im Weg.*

und Kosten, die bei aufnehmenden Systemen anfallen. Wird das Gras gleichzeitig in einem Fangkorb gesammelt, arbeitet die Maschine langsamer. Außerdem muss das Gras entsorgt sprich kompostiert werden.

Mit dem Mähen allein ist es nicht getan: Auch der Rasenmäher muss regelmäßig gewartet werden, wenn er lange seinen Dienst tun soll. So müssen beispielsweise Luftfilter und Öl regelmäßig in den vorgeschriebenen Intervallen gewechselt werden. Und auch die Messerpflege ist ein Muss. Die Messer müssen regelmäßig kontrolliert, geschliffen, ausgewuchtet, versetzt und bei Bedarf ausgetauscht werden. Der Aufwand lohnt sich: Mit scharfen Messern arbeitet der Mäher nicht nur schneller; auch die Lebensdauer der Maschine verlängert sich. Und natürlich sorgen scharfe Messer für einen saubereren Schnitt und für einen gepflegten Rasen.

ews



*Auch zwischen den Spielgeräten muss gemäht werden.*

# Der soziale Aspekt naturnaher Freiraumkonzeptionen

Menschen haben das Grundbedürfnis, sich auszutauschen, also miteinander zu kommunizieren und suchen daher die Interaktion untereinander. Mangelt es an entsprechenden Angeboten, stellt sich zwangsläufig Isolation, also Rückzug und „EigenSinn“ ein. Das gilt im Grunde für alle Generationsgruppen, nicht nur für Kinder und Jugendliche. Bei unserer Zukunftsgeneration, die sich noch auf dem Weg zur „Erwachseneninsel“ befindet, ist jedoch der soziale Aspekt ein Teil bedeutsamer Entwicklungs- und Lernerfahrungen. Dieser Vorgang wurde bisher in der Planungs- und Angebotsstrategie in der Campingbranche kaum diskutiert, auch nicht ernsthaft beachtet und demnach nicht erkannt.

Innerhalb dieser sozialintegrativen Lernfelder werden gegenseitiger Respekt, Toleranz und Achtung vor anderen Mitmenschen und Sachen eingeübt. Mit diesen Sozialkompetenzen, die eng auch mit Wertevermittlungen zu anderen Bereichen aus unserem Lebensalltag einhergehen, lebt eine demokratische Gesellschaft. Davon lebt aber auch ein Campingunternehmer, weil funktionierende soziale Dimensionen immer die Toleranzschwelle gegenüber anderen Generationsgruppen und deren spezifischen Interessen erhöhen. So bleibt ein Gast vielleicht länger oder er kommt wieder, wenn oder gerade weil sich auch im sozialen Milieu Wohlbefinden eingestellt hat. Das betrifft aus planerischer Sicht die gesamte Infrastruk-

turen der Campinganlage und nicht nur verinselt betrachtete Teilbereiche. Zudem kann davon ausgegangen werden, dass sich als interessanter Nebeneffekt auch Vandalismusschäden erkennbar reduzieren bzw. erst gar nicht aufkommen. Daneben stehen insbesondere bei Kindern und Jugendlichen Sozialerfahrungen auch in enger Interdependenz mit Lernen, da die individuellen Kompetenzen anderer beobachtet, erfahren und auf eigene Verhaltens- und Lernmuster übertragen werden können. Somit leisten



*Spielerische Elemente entlang naturnah gestalteter Wege sind wichtig.*

Gut in der Werbung platziert, würde man aber eine große Anzahl potentieller Gästegruppen ansprechen können. Nachfolgend ansatzweise ein Beispiel:

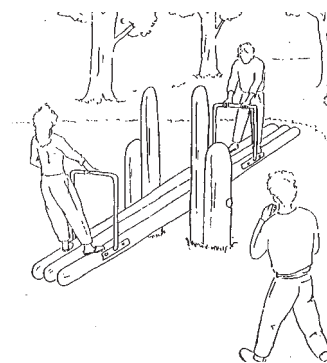
### **Familien mit Kindern und Jugendlichen sind bei uns besonders willkommen!**

*Wir grenzen nicht aus. Unser Campingplatz und die Angebote gehen davon aus, dass sich alle Generationsgruppen, also jung und alt, wohl fühlen und miteinander Urlaub machen.*

### **Miteinander und nicht gegeneinander!**

*Damit Sie wieder Mitmenschlichkeit und Toleranz untereinander erleben können, haben wir unsere Angebote entsprechend darauf ausgerichtet.*

CampingunternehmerInnen auch noch einen gesellschaftsrelevanten Beitrag, den man für die Eigenwerbung bisher überhaupt noch nicht in Betracht gezogen hat.



Fotos: FFS

*Die Stehwippe zunächst im Modell und später in der Praxis.*

Demnach sollte ein Campingplatz im Sinne einer vernetzten Betrachtungsweise dahingehend untersucht werden, inwieweit er einerseits generationsübergreifend und andererseits auf gruppenspezifische Verhaltensstrukturen ausgerichtete Angebote bereit hält. Soziale Aspekte beginnen demnach beim Ankommen und setzen sich fort in der Wegeführung, den Kommunikationsnischen, dem Spielplatz, der zwingend als naturnaher Spiel- und Begegnungsraum für alle Generationsgruppen angeboten werden sollte, dem Restaurant oder Kiosk, im Sanitärbereich und unter anderem auch auf dem Stellplatz selbst. Bezieht man den Wohnmobilhafen mit ein, wird sich schnell zeigen, dass auch diese Klientel ihre Verweildauer verlängert, weil ein Austausch mit neuen Bekannten Zeit braucht. Alles



## NATUR-Spielbereiche



### Gestaltungselemente für kreatives Spielen in und mit der Natur

**HOLZWERK LÖHNBERG GMBH**  
Löhnberger Hütte 1 · 35792 Löhnberg  
Tel. 06471/9 90 90 · Fax 99 09 30  
info@holzwerk-loehenberg.de  
www.holzwerk-loehenberg.de

findet dabei intrinsisch, d.h. von innen, motiviert statt. Findet man geeignete „Gebrauchsmuster“, die ganzheitliche, aber auch emotional positiv geprägte Sozialerfahrungen zulassen, übt man automatisch auch Teamfähigkeit ein – eine bedeutsame Voraussetzung in der zwischenmenschlichen Kontaktpflege.

Konkret sollte demnach eine sozialintegrative Campinganlage am Eingang bereits durch entsprechende Gestaltungselemente darauf hinweisen, dass man angekommen, „zu Hause“ ist. Ein Spiel- und Aufenthaltspunkt, z. B. eine Stehwippe, die gemeinsames Spielen ohne Alterslimitierung ermöglicht, in Kombination mit einer Kommunikations- und Beobachtungsnische wäre ein solches Signal, das sich auch in der Praxis bewährt hat.

Auch Wegeführungen und die damit einhergehenden Kommunikationsnischen können unspektakulär und durchaus auch kostengünstig zu anregenden Aufenthaltsräumen umgestaltet werden. Genutzt wird dabei das jeweils heimisch zur Verfügung stehende Baumaterial. Gedacht ist hier an Erlebnisflächen, an Hohlwege, die zu Licht- und Schattenwegen werden, gebaut aus Natursteinen und wegbegleitend unterstützt durch heimische



*Bietet man im direkten Umfeld von Sanitärbereichen Sitz- und Spielgelegenheiten an, findet selbst dort ein Austausch zwischen den Gästen statt.*

Pflanzung in Vielfalt, die neben dem jahreszeitlichen Verlauf auch noch ganzheitlich unsere Sinne anregt.

Bei der Planung einer solchen Wegekonzeption sollte man immer daran denken, dass es sich beim Spielen um eine zentrale Lebensäußerung des Menschen handelt. Es ist nicht nur auf Kinder reduziert. Es begleitet uns ein Leben lang. Für Kinder ist es ein bedeutsames Medium, die soziale und gebaute Um-

welt zu begreifen und zu verstehen. Für Erwachsene bis ins hohe Alter ist Spiel etwas Heilendes, das prophylaktisch wirkt. Demnach sollten spielerische Elemente entlang der naturnah gestalteten



Fotos: FFS



**Plätze und Wege können kostengünstig zu anregenden Aufenthaltsräumen umgestaltet werden.**

Wege und Plätze Eingang in eine solche Konzeption finden.

Dabei ist keinesfalls an die bunten Katalogspielgeräte gedacht. Das gilt übrigens auch für den Kinderspielplatz, der besser zu einem naturnahen Spiel- und Begegnungsraum für alle Generationen umgestaltet werden sollte. Denn eines ist sicher! Wenn man das Miteinander nicht einüben und ständig neu erleben kann, werden sich Defizite einstellen, die wir derzeit in unserer Gesellschaft als Generationskonflikt erleben.

Als drittes Beispiel soll der Sanitärbereich etwas differenzierter betrachtet werden. Bezüglich der Qualitätskriterien im Gebäude bedarf es sicherlich keiner Hinweise mehr. Hierzu gibt es inzwischen Konsens und vorbildliche Angebote. Völlig vernachlässigt hat man in der Regel jedoch den Außenbereich bezogen auf das Sozialverhalten. Sanitärbereiche sind im Grunde mehr als nur Funktionsräume. Sie eignen sich in besonderem Maße auch als Ort der Begegnung. Bietet man im direkten Umfeld Sitz- und Spielgelegenheiten an, findet auch dort ein Austausch unter den Gästen statt. Wichtig ist nur, dass sich die Angebote auch dafür eignen. Das FFS-Konzept geht von den hier im Ansatz vorgetragenen Grundüberlegungen aus. Wir alle sollten mehr akzeptieren, dass es sich beim Menschen um ein hochkomplexes „Soziales Wesen“ handelt, das in seinem Verhalten und seinen Reaktionen bei Planungsangeboten ganzheitlich betrachtet werden sollte. Spiel sehen wir dabei

als „zentrale Lebensäußerung“, das neben prophylaktischer Wirkung bei Erwachsenen auch heilende bzw. ausgleichende Funktionen im Rahmen der kindlichen Entwicklung und bei Jugend-

der Hirnforschung belegbar sind. Demnach kann Architektur heilend auf uns einwirken. Sie kann aber auch verheerende Folgen haben und Generationskonflikte verstärken. In der Freiraumplanung sehen wir aus unserer Sichtweise eine bisher kaum in der gesamten Tragweite erkannte Chance, diesem Sachverhalt ganzheitlich und wirkungsvoll sowie kostengünstig begegnen zu können. Das gilt nicht nur für urbane Räume. Es gilt im Besonderen für diejenigen Orte, wo Menschen sich erholen, also Urlaub machen. Angesprochen ist somit auch der Campingplatz, der durch den naturnahen Ansatz der FFS-Konzeption zum Favoriten für Innovationen wird.

Viele führende Vertreter der Campingbranche haben sich zwischenzeitlich hinter diese Konzeption gestellt, die auch europaweit Beachtung und durch eine Vielzahl von Preisen im Rahmen von Wettbewerbsbeiträgen auch Anerkennung gefunden hat.

lichen übernehmen kann. Demnach handelt es sich auch um Präventionsmaßnahmen in engerem Sinne. Immer steht der Mensch bei der FFS-Konzeption und bei allen Planungsüberlegungen im Mittelpunkt. Architektur, gebaut und sozial, begreifen wir als Rahmen, in dem wir uns bewegen, aus dem wir nicht ausbrechen können. Dort findet Anregung und Wirkung statt, die unter anderem durch Ergebnisse aus

## Anerkannte Kompetenz in Sachen Planung

### Naturnahe Campingplatzgestaltung

- Komplettlösungen und Stufenprojekte –  
innen und außen!

#### Ihr europaweit arbeitender Partner:

Das Team der

### Forschungsstelle für Frei- und Spielraumplanung (FFS)



**Planung von Neuanlagen, Campingplatz-  
erweiterungen und Sanierungskonzeptionen,  
Bausteinplanungen,  
Spiel- und Begegnungsräume,  
naturnah ausgerichtete Gebäudeplanung,  
Innenraumkonzepte,  
Gemeinsam planen und bauen von Außenräumen,  
Gästebeteiligungsmodelle**

Referenzen liegen vor vom ADAC e. V., DCC, BVDC, diversen Landesverbänden, IHK Stralsund – Haus der Wirtschaft, Bodenseestiftung (ECOCAMPING) und von vielen Campingplatzbetreibern.

35644 Hohenahr, Birkenweg 1  
Tel. (0049) 06444 / 6177 – Fax: (0049) 06444 / 6277  
e-Mail: FFS-Hohenahr@t-online.de

# Unternehmensnachfolge in der Campingbranche

Viele Campingunternehmen wurden in den 50er und 60er Jahren aufgebaut. Häufig ist bereits die zweite Generation am Ruder. Es gibt aber auch noch Campingunternehmer der ersten Stunde, die immer noch aktiv im Geschäft sind. Für sie ist es wichtig, rechtzeitig die Nachfolge zu planen. Ein Unternehmer im Alter von 58 Jahren, der nicht nachweisen kann, wie er die Nachfolgeproblematik für sein Unternehmen geregelt hat, dürfte im Rahmen des nun üblichen Bankenratings Probleme mit seiner Hausbank bekommen. Dies ist aber nur ein Aspekt; Krankheit oder ein Unfall können die Existenz des Unternehmens gefährden.

## Gewinnen durch Loslassen

In der rechtzeitigen und klaren Regelung der Nachfolge liegen Chancen. Wie bei jeder unternehmerischen Entscheidung geht es darum, diese Chancen zu realisieren. Voraussetzung ist jedoch, dass man wirklich loslassen will. Der Übergebende kann dann seinen Interessen nachgehen, die über viele Jahre wegen des aktiven unternehmerischen Engagements zurückgestellt werden mussten. Die Übertragung auf das Kind ist in einem Familienbetrieb in der Regel der nahe liegende Weg des Generationswechsels. Doch jeder weiß, dass es auch in Familien zwischen den Generationen sehr unterschiedliche Einschätzungen und auch reichlich Konflikte gibt. Wenn das Kind den Betrieb nicht übernehmen kann oder will, weil möglicherweise die Differenzen in der Familie zu groß sind, oder weil keine Nachkommen da sind, bleibt nur die Übergabe an einen externen Kandidaten. Sowohl der Übergang in der Familie als auch die Übertragung auf einen Externen muss recht-

zeitig vorbereitet und geplant werden.

## Drei Modelle des Übergangs

Es gibt drei grundlegende Modelle der Unternehmensnachfolge:

1. Familiennachfolge
2. Verpachtung
3. Eigentümerwechsel

### 1. Familiennachfolge

Hier muss zunächst die Frage beantwortet werden, ob das Kind der richtige Nachfolger sein kann und ob das Kind überhaupt bereit ist, den Campingbetrieb zu übernehmen. Ausgehend von den Schlüsselqualifikationen (kaufmännische Kenntnisse, Qualifikationen aus der Tourismusbranche, möglicherweise auch handwerkliches Geschick), die der Nachfolger



Wenn der Vater mit der Tochter. Nach Abschluss ihrer Ausbildung wird Melanie Klein den Campingplatz ihrer Eltern übernehmen. Bei der Betriebsübergabe muss vieles beachtet werden.

erfüllen sollte, sollten auch in der Familie folgende Punkte bezogen auf den Nachfolger geprüft und beantwortet werden:

### Motivation

Energie und Willenskraft, Kreativität und das Interesse, immer wieder konstruktive Lösungen zu entwickeln; Bereitschaft, ohne fest begrenzte Arbeitszeit und auch an Sonn- und Feiertagen, immer dann, wenn die Mehrheit Urlaub macht, zu arbeiten.

### Leistung

Fachliches Können und Urteilsfähigkeit, Auffassungsgabe und Verständnis, soziale Kompetenz und Kommunikationsgeschick, Belastbarkeit

### Flexibilität und Führungskraft

Balance von Realitätssinn und Selbstvertrauen im Umgang mit neuen Situationen; Fähigkeit, Mitarbeiter anleiten und führen zu können

### Potential

Wille zur Weiterentwicklung sowie die Fähigkeit, sich der Verantwortung zu stellen und Entscheidungen im Sinne des Unternehmenserfolges immer wieder zu prüfen

Eine gute Nachfolgeregelung im Rahmen der Familie ist so angelegt, dass ein langfristiger Ausbildungsplan für das

- an diesen)
- Übergabe (teilweise Übergabe) im Rahmen der vorweggenommenen Erbfolge möglicherweise in Kombination mit einer Veräußerung gegen Leibrente
- Verpachtung des Unternehmens bei gleichzeitiger Beibehaltung der Inhaberschaft. Hier muss allerdings berücksichtigt werden, dass dann später die Erbschaftsteuer zu einem gravierenden Problem werden kann
- Verkauf des Unternehmens an das Kind gegen Zahlung eines Einmalbetrages
- Auch das Kind hat die Möglichkeit, bei entsprechender Qualifikation die entsprechenden Fördermittel bei Existenzgründung einzuwerben. Es ist möglich, in Verbindung mit der Übernahme z. B. zurückgestellte grundlegende Modernisierungen des Campingplatzes durchzuführen und zu finanzieren

Häufig ist der schrittweise Übergang der sinnvollere Weg. Dabei ist aber wichtig, rechtzeitig los zu lassen und dem Juniorpartner und künftigen Nachfolger in ausreichendem Maße eigene Verantwortungsbereiche zu übertragen. Es ist tödlich für das interne Arbeitsklima, wenn der Senior grundsätzlich alles besser weiß und den Sohn oder die Tochter nicht zum Zuge kommen lässt.

## Tragbare Belastung für die nächste Generation

Unabhängig davon, welche Form gewählt wird, ist von entscheidender Bedeutung, wie der Wert des Unternehmens angesetzt wird. Daraus wird abgeleitet, wie hoch die Belastung der nachfolgenden Generation bezogen auf die aufgebaute Ertragskraft des Unternehmens sein kann, sei es durch spätere Kapitaldienstbelastung bei Kauf oder aber durch Festsetzung der Leibrente bzw. durch die Höhe eines Pachtzinses.



Die von der tatsächlichen Ertragskraft des Unternehmens abgeleitete Leistungsfähigkeit des Unternehmens und nicht so sehr die Wünsche des Seniors bezogen auf eine angemessene Altersversorgung des Übergebers müssen letztlich den Ausschlag geben, wenn die nächste Generation eine Chance haben soll. Bankfinanzierungen z.B. für den Kauf lassen sich ohnehin nur erreichen, wenn dies berücksichtigt wird.

### Vorweggenommene Erbfolge

Welche Vereinbarungen können in einem Übergabevertrag, der die vorweggenommene Erbfolge regelt, getroffen werden?

- Der Übernehmer erbringt Versorgungsleistungen an den Übergeber, dessen Ehepartner und andere nahe Angehörige
- Der Übernehmer verpflichtet sich, die Ansprüche der Miterben auszugleichen. Er könnte beispielsweise die übrigen Miterben mindestens bis zur Höhe ihres Pflichtteilsanspruches - der Hälfte des Wertes des gesetzlichen Erbanteils - auszahlen oder er verpflichtet sich, höhere Ausgleichszahlungen - soweit dies für das Unternehmen wirtschaftliche vertretbar ist - an die Miterben zu zahlen.
- Der Übernehmer zahlt einen Teilkaufpreis
- Die übrigen Erben sprechen einen gegenständlich beschränkten Pflichtteilsverzicht aus, d. h. bestimmte Gegenstände bleiben bei der Berechnung des Pflichtteilsanspruchs außer Betracht
- Der Übernehmer verpflichtet sich, konkrete Verbindlichkeiten des Übergebers zu übernehmen
- Eine Zuwendung zu Lebzeiten des Erblassers an den Übernehmer wird auf dessen Pflichtteil angerechnet (§ 2315 Abs. 1 BGB)
- Dem Übergeber wird ein Nießbrauch am Unternehmen eingeräumt
- Der Übergeber überträgt gleichzeitig anderes Vermögen auf die übrigen Kinder

### 2. Verpachtung

Die Auswahl des Pächters als



Wieviel ist ein Platz wert? Diese Frage lässt sich nicht leicht beantworten.

künftiger Nachfolger ist von entscheidender Bedeutung, wenn nicht möglicherweise schwerer Schaden für das Unternehmen in Kauf genommen werden soll. Wie auch beim Übergang in der Familie müssen die persönlichen und fachlichen Qualifikationen des Übernahmekandidaten unter die Lupe genommen, die wirtschaftliche Bonität muss abgefragt werden.

Bei der Verpachtung eines Campingplatzes gibt es naturgemäß Besonderheiten. Wie wird sichergestellt, dass der Pächter die Campinganlage sachgerecht pflegt und die notwendigen Instandsetzungsarbeiten vornimmt? U.a. muss geklärt werden, wer die möglicherweise notwendige Modernisierungsinvestitionen tragen soll. Sind sie vom Pächter zu tragen, muss er auch die Möglichkeiten hierzu erhalten, z.B. durch Absicherung seiner Investitionen und Langfristigkeit des Pachtvertrages. Denkbar sind Entschädigungsregelungen bei Ablauf des Vertrages oder auch ein Erbbaurechtsvertrag. Auf der anderen Seite dürfte auf Zustimmungsregelungen bei Investitionen zugunsten des Verpächters kaum zu verzichten sein. Die Schlüsselfrage bei Abschluss von Pachtverträgen ist häufig die Höhe des Pachtzinses. Er muss ähnlich wie beim Kauf eines Unternehmens vom Wert des Unternehmens und seiner Ertragskraft abgeleitet werden. Der Pachtvertrag muss auch dem Pächter eine auskömmliche Existenz ermöglichen. Ein Pachtzins, der dies nicht ermöglicht, nutzt dem Verpächter wenig, weil dann die künftigen Probleme in der Regel schon vorprogrammiert sind. Ein rascher Pächterwechsel, wie z.B. im Einzelhandel aktuell häufig zu beobachten, ist

in der Campingbranche nur schwer zuträglich.

### 3. Eigentümerwechsel/ Verkauf

Will man sich von dem Unternehmen ganz trennen, ist der Verkauf der richtige Schritt.

#### Die richtige Vertragsgestaltung

Wegen der Vielzahl der regelungsbedürftigen und komplexen Fragen und wegen der unterschiedlichen Interessen von Übergeber und Übernehmer sind bei dem Entwurf des Unternehmenskaufvertrages unbedingt externe Bera-

ter einzuschalten. Denn nur durch maßgeschneiderte Verträge können die Risiken für Käufer und Verkäufer interessengerecht verteilt und geregelt werden. Standardverträge lassen zahlreiche Fragen unbeantwortet und bieten zu viele Ansatzpunkte für spätere Streitfälle.

#### Bewertung eines Unternehmens

Eine der wichtigsten Fragen der Unternehmensveräußerung ist: Wieviel ist das Unternehmen oder die Beteiligung wert und wie lässt sich dieser Wert ermitteln? Dabei sollte man sich darüber im Klaren sein, dass es **den** objektiven Unternehmenswert nicht gibt. Neben objektiven Kriterien spielen in der Regel auch subjektive Vorstellungen von Verkäufern und Käufern eine nicht zu unterschätzende Rolle. Sowohl betriebliche als auch außerbetriebliche Faktoren müssen berücksichtigt werden. Außerbetriebliche Faktoren sind z.B. die allgemeine Branchensituation und Trends (z.B. Entwicklung des

- ◆ Sie wollen Ihr Unternehmen besser bei Banken positionieren und Ihre Finanzierung optimieren?
- ◆ Sie planen weitere Angebote, um Ihren Platz für Touristen attraktiv zu gestalten?
- ◆ Sie planen Investitionen und haben Schwierigkeiten mit der Finanzierung?
- ◆ Sie wollen Ihren Dauerplatzanteil reduzieren und Ihren Platz neu ausrichten?
- ◆ Sie wollen Ihr Unternehmen erfolgsorientiert an die Erfordernisse des Marktes anpassen?
- ◆ Sie wollen Ihr Unternehmen verkaufen oder übergeben?

#### Dann sind wir für Sie der richtige Partner

##### Hierbei helfen wir u.a.:

- ◆ Aufnahme der Ist-Situation/Prerating
- ◆ Ausarbeitung von zukunftsfähigen Konzeptionen für die Weiterentwicklung des Unternehmens
- ◆ Hilfe bei Finanzierungsproblemen, Verbesserung des Ratings
- ◆ Unternehmensbewertung, Ausarbeitung einer Übergabe-/Übernahmekonzeption
- ◆ Käufer-/Pächtersuche

## Unternehmensberatung Dr. Riechey

### Beratung für die Camping- und Freizeitbranche

Holstenstr. 15 · 25335 Elmshorn  
Tel. 0 41 21 - 2 52 52 · Fax 0 41 21 - 2 58 67  
E-Mail: info@dr-riechey.de

Wir beraten seit 18 Jahren vorwiegend mittelständische Unternehmen, darunter eine Vielzahl von Campingplatzunternehmen. Dr. Riechey ist Mitglied des Vorstands des VCFMV-Verband der Camping- und Freizeitbetriebe MV und ist nicht zuletzt durch eigenes Engagement bei der Haveltourist-Gruppe mit der Branche bestens vertraut.

Marktsegments Dauergäste), aber auch der allgemeine Marktzins im Sinne von Alternativenanlagen für einen Investor. Betriebliche Faktoren sind der vorhandene Substanz- und Ertragswert.

Für die Ermittlung des marktgerechten Preises bei einem Verkauf hat der Ertragswert maßgebliche Bedeutung. In der Praxis gibt es eine Vielzahl von Methoden der Wert- und Preisbestimmung. Unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten wird aber überwiegend auf den Ertragswert des Unternehmens

abgestellt. Der Substanzwert des Unternehmens hat aus dieser Sicht Hilfsfunktionen für den Ansatz für Abschreibungen auf Basis der Wiederbeschaffungskosten und als Mindestwert. Als Ertragswert wird allgemein der Zukunftserfolg eines Unternehmens bezeichnet. Um diesen Zukunftserfolg zu ermitteln, werden die nachhaltig zu erzielenden Überschüsse ermittelt und kapitalisiert. Von Maklern häufig angewendete vereinfachte Rechnungen mit Faktoren (z.B. xfache des Gewinns des letzten Jahres)

greifen in der Regel viel zu kurz, wenn nicht z.B. der tatsächliche Ausstattungsstandard des Platzes im Hinblick auf die in unserer Branche entscheidenden Klassifikations-Institutionen (ADAC, DTV, DCC) sowie die konkreten wertbeeinflussenden Faktoren detailliert berücksichtigt werden. Eine fundierte Prognose für die Zukunft inklusive einer Analyse des zukünftigen Investitionsbedarfs als Voraussetzung dafür, dass auch künftig die Wettbewerbsfähigkeit sichergestellt bleibt, ist unverzichtbar.

Es ist unbedingt zu empfehlen, zur Bewertung des Unternehmens einen branchenkundigen Berater hinzuzuziehen. Der Experte kann auch bei Diskussionen in der Familie oder zwischen den Parteien moderieren und helfen, objektivierbare Kriterien zu finden, auf deren Basis dann eine einvernehmliche Einigung möglich wird.

**Information:**  
Unternehmensberater  
Dr. Gunter Riechey  
Elmshorn  
Tel.: 0 41 21/25 25 22

## Kürzere Laufzeit - längere Öffnungszeiten - erweitertes Angebot

# C-B-R geht neue Wege

Die Münchner Freizeitmesse C-B-R, Ausstellung Caravanning - Wassersport - Tourismus, wird konzeptionell neu ausgerichtet. Im kommenden Jahr präsentiert sich die C-B-R mit erweiterten Freizeitangeboten. Vom 14. bis 18. Februar 2004 werden mehr als 1.200 Aussteller aus über 65 Ländern auf 77.000 m<sup>2</sup> ihre Produkte und Dienstleistungen zeigen. Verlängerte Öffnungszeiten und ein preisgünstiges After-Work-Ticket sollen die Publikumsmesse künftig vor allem für Berufstätige noch attraktiver machen. Die Messedauer wird auf fünf Tage verkürzt.

Mit der Verkürzung der Messelaufzeit von neun auf fünf Tage (Samstag bis Mittwoch) kommt die Messeleitung insbesondere den Wünschen der Aussteller entgegen, die angesichts steigender Kosten und vieler Messetermine den Messeauftritt so effizient wie möglich gestalten wollen. Die Verlängerung der Öffnungszeiten trägt ebenso zu mehr Effizienz bei und berücksichtigt den Wunsch der Besucher, sich unter der Woche auch in den Abendstunden umfassend informieren zu können.

Das neue „2-plus-3-Konzept“ setzt auf die starken Messetage - das sind Samstag und Sonntag, gefolgt von den drei traditionell stark frequentierten Werktagen Montag, Dienstag und Mittwoch. Vor allem für Berufstätige wird

ein Messebesuch ab dem nächsten Jahr attraktiver: Die Messe schließt erst um 20 Uhr ihre Tore; Verkaufsgespräche, die am Wochenende begonnen wurden, können in der Woche nach Feierabend zum Abschluss gebracht werden. Dank des ermäßigten „After-Work-Tickets“ ist der Abendbesuch



Die Camping-Erlebniswelt im Überblick.

eine besonders preisgünstige Alternative. Ab 16 Uhr kostet das Ticket nur 5 statt regulär 9 Euro.

Auch das Messeangebot wird neu strukturiert. Zwar wird das traditionelle Drei-Säulen-Konzept Tourismus, Caravanning, Wassersport beibehalten. Allerdings verschiebt sich die Gewichtung deutlich zugunsten des Tourismus, der künftig eine Halle, das sind 11.000 m<sup>2</sup>, mehr belegt und sich auf insgesamt 33.000 m<sup>2</sup> Fläche präsentiert. Die Besucher finden in den Tourismus-Hallen neben Reiseveranstaltern und Länderpräsentationen künftig auch zu-

sätzliche Freizeitsegmente wie Outdoor- und Sportequipment, Trekking, Wellnessprodukte, Reiseliteratur und Reisemedizin.

Das Angebot in den Tourismushallen A5, B5 und A6 wird ebenfalls neu strukturiert und ist künftig nach Ferienregionen und Themen gegliedert. Camping teilt sich

mit den Themen Fahrrad und Golfen die Halle A5, in der sich auch die Fernreiseziele präsentieren.

Der Caravan-Bereich bildet einen Schwerpunkt der Messe. In den Messehallen A3, A4, B4 zeigen Händler und verstärkt auch die Hersteller ihre Produkte und Dienstleistungen. Die erfolgreiche Camping-Erlebniswelt in Halle A3 wird weiter ausgebaut. Aussteller können sich auf der rund 1.000 m<sup>2</sup> großen Fläche in authentischem Umfeld wie auf einem Campingplatz vorstellen. Die gegenüberliegende Caravanning-Bühne bietet viele Informationen und

Highlights rund um das Thema Caravanning.

Das Wassersportangebot konzentriert sich in Halle B6. Das Angebot reicht von kleinen Motor- und Segelbooten über Schlauchboote, Jollen und Surfbretter bis hin zu jeglichem Zubehör. Darüber hinaus präsentieren sich Wassersport-Schulen, Klassenvereinigungen, Charter und Marinas. Die C-B-R geht damit weg von der Präsentation großer Hochseeyachten, die eher für ein spezielles Fachpublikum von Interesse sind. Speziell für Fachbesucher und Aussteller bietet die Messe darüber hinaus zahlreiche Fachforen. So findet von Sonntag, 15. Februar, bis Dienstag, 17. Februar, die Seminarreihe „Urlaubsgäste mit Handicap“ statt. Veranstalter ist das Deutsche Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e.V. Feste Bestandteile des Rahmenprogramms sind darüber hinaus das Mittelmeer-Skipper-Treffen, der Bayerische Tourismustag, das Tourismus-Symposium sowie weitere Fachforen zum Thema Tourismus.

Die C-B-R 2004 findet von Samstag, 14. Februar, bis Mittwoch, 18. Februar 2004, auf dem Münchner Messegelände statt.

**Information:**  
CBR Messe München GmbH  
Messegelände  
81823 München  
Tel.: 0 89/9 49-115 28  
www.c-b-r.de

Foto: Messe München/Alex Schelbert

# Neues aus der Campingwelt

Von Freitag, 29. August, bis Sonntag, 7. September 2003, ist Düsseldorf wieder Mittelpunkt der Caravaning-Welt. In den Hallen 9 bis 17 auf dem Messegelände Düsseldorf dreht sich beim 42. Caravan Salon alles um Camping und Caravaning.

Auf insgesamt mehr als 180.000 m<sup>2</sup> in neun Hallen und auf dem Freigelände zeigen rund 500 internationale Aussteller rund 1.500 Fahrzeuge und viel Zubehör. Ob Reisemobile oder Caravans, überarbeitete Zugmodelle, neue Chassis, Innenausstattungen oder komplett neu designte Fahrzeuge - hier gibt's alles, was das Camperherz höher schlagen lässt. Mehr als 150.000 Besucher wer-



Foto: eus

*Der BVCD wird auch beim Caravan Salon 2003, wie bereits im Vorjahr, mit einem Gemeinschaftsstand vertreten sein.*

den zur größten Camping- und Caravaningmesse der Welt erwartet.

In Halle 15 können sich die Besucher ausgiebig über das

nächste Urlaubsziel beraten lassen. Hier stellen sich die schönsten Camping- und die besten Stellplätze Europas sowie zahlreiche Destinationen vor. Wer sich eher für Zubehör und den technischen Aspekt des Caravanings interessiert, sollte sich in Halle 13 genauer umsehen, denn hier ist der Bereich „Technik Order“ vertreten. Das bedeutet konkret: Möbel, Interieur, Soundsysteme, Klimaanlage, Belüftungs- und Heizsysteme, Fahrwerke, Ausbauteile usw. In Halle 14 finden die Besucher Zelte, Camping, Ausstattung und Zubehör, während im angrenzenden Freigelände eine Vielzahl an Mobilheimen zu sehen sein werden.

Für Fachbesucher und Medienvertreter gibt es bereits zum dritten Mal die „Messe vor der Messe“: Vor dem offiziellen Publikumsstart am Samstag, 30. August, können sich Fachbesucher mit entsprechender Legitimation sowie Medienvertreter beim 3. Fachbesucher- und Medientag am 29. August einen Überblick über Neues und Bewährtes verschaffen. Ohne Messetrubel und Hektik, ohne Stress und Gedränge können sich die Profis ein Bild vom Angebot machen. Im letzten Jahr nutzten rund 3.500 Fachleute die Gelegenheit zur Information und zum Erfahrungsaustausch mit ihren Kollegen. Auch den 1. September sollten sich die

Campingunternehmer vor- merken: An diesem Tag findet das ADAC-Symposium statt. Die Themen standen bei Redaktionsschluss noch nicht fest.

Premiere feiert die Wander- und Trekkingmesse TourNatur. Sie findet am zweiten Messe-Wochenende - von Freitag, 5. September, bis Sonntag, 7. September - in Halle 5 statt. Der Besuch dieser Veranstaltung ist für die Besucher des Caravan Salons ohne Zuzahlung möglich. Mehr als 100 internationale Aussteller präsentieren ihr Angebot für Wanderer, Kletterer, Radler, Wassersportler, Skifahrer und Reiter. Die Freiluftsportler können sich über Zubehör, Ausrüstung und Bekleidung sowie über neue Outdoor-Trends informieren und sich außerdem von Vertretern von Wanderverbänden und -organisationen, von Tourenanbietern und Dienstleistern aller Art beraten lassen.

**Information:**

Messe Düsseldorf GmbH  
Messeplatz  
40474 Düsseldorf  
Postanschrift:  
Postfach 10 10 06  
40001 Düsseldorf  
Tel.: 02 11/45 60 01  
Infotel. 02 11/45 60-9 00  
Infotel. Tournatur:  
02 11/45 60-4 45  
Fax: 0211/45 60-6 68  
www.caravan-salon.de  
www.tournatur.com

**Outdoor-Fachmesse setzt neue Maßstäbe Größer und internationaler als je zuvor**

Zum Jubiläum meldet die europäische Fachmesse OutDoor in Friedrichshafen am Bodensee einen neuen Rekord: 464 Direktaussteller aus 33 Ländern präsentieren in acht Messehallen 680 Marken. Die zehnte Fachmesse vom 24. bis 27. Juli ist damit mehr als doppelt so groß wie die Premiere.

„Die OutDoor ist die Leitmesse der Branche in Europa. Das Angebot ist umfassend und die Präsentation setzt Maßstäbe“, erklärt Projektleiter Willi Schaugg. Die internationale Outdoorbranche ist in Friedrichshafen komplett vertreten - neben allen Marktführern auch viele kleine Hersteller. Die Auslandsbeteiligung liegt bei 60 Prozent.

Das Messegelände im Dreiländereck Deutschland, Österreich, Schweiz zählt zu den modernsten in Europa und bietet einen idealen Standort. Auf 54.000 m<sup>2</sup> können die Aussteller ihre Produkte und Dienstleistungen übersichtlich zeigen. Im Rahmenprogramm mit Vorträgen, Sonderschauen und Aktionen setzt die OutDoor auf eine Mischung aus bewährten Programmpunkten und neuen, aktuellen Themen. Neu ist das „Functional Forum“, ein Vortragsforum mit Workshop-Charakter.

In den Hallen A5 und B3 sind

insgesamt 7000 m<sup>2</sup> Fläche für die OutDoor-Zeltstadt reserviert. Diese für eine Fachmesse einmalige Präsentationsform zeigt einen kompletten Marktüberblick im Zeltbereich. Alle Zelte sind aufgebaut, werden aber neutral, ohne Standbau und Werbung, nur mit den jeweiligen technischen Daten gezeigt. Insgesamt beteiligen sich 43 Zeltanbieter mit insgesamt 450 Zelten in den unterschiedlichsten Formen und Größen.

Die Anbieter aus dem Outdoor-Wassersport im vorderen Teil der Halle A1 haben gleichzeitig auch direkten Zugang zum Messesee. Während des Messebetriebs wird der See in das Gelände integriert. Die Fachbesucher können Kanus und Kajaks testen und mit Experten aus der Szene sprechen.

Die OutDoor findet vom 24. bis 27. Juli statt. Die Messe ist von Donnerstag bis Samstag täglich von 9 bis 18 Uhr, am Sonntag von 9 bis 17 Uhr nur für den Fachhandel geöffnet.

**Information:**

Messe Friedrichshafen GmbH  
Neue Messe  
88046 Friedrichshafen  
Tel.: 0 75 41/7 08-0  
Fax: 0 75 41/7 08-110  
E-Mail: info@messe-fn.de  
www.messe-friedrichshafen.de

**Kotas für Grillen, Sauna und Camping**

**www.holzhausimharz.de**

# ACSI plant CampingCard

Der Trend zu Rabatten und Rabattkarten hält in der Campingbranche weiter an. Auch ACSI bringt im kommenden Jahr mit der CampingCard eine Ermäßigungskarte auf den Markt. Die CampingCard wird den ACSI-Campingführern und den CampingCard-Führern gratis beiliegen. Sie hat das Format einer Kreditkarte und gilt nur in der Nebensaison. Mindestens 146.000 Exemplare sollen im ersten Jahr aufgelegt werden. Camping-Urlauber, die über eine CampingCard verfügen, können auf den teilnehmenden Campingplätzen für 9, 11 oder 13 Euro pro Nacht übernachten. Der Campingunternehmer und der ACSI-Inspektor legen den Preis gemeinsam fest. Dieser muss mindestens 10 Prozent niedriger sein als der niedrigste Nebensaisonpreis in den Monaten Mai, Juni und Septem-

ber 2003. Die Campingunternehmer bestimmen auch individuell, in welchem Zeitraum sie die Rabattkarte akzeptieren. Der Ermäßigungszeitraum beträgt mindestens neun Wochen, die in die Monate Mai, Juni und September fallen müssen. Eventuelle Sondernachlässe (beispielsweise sieben Nächte zum Preis von sechs) können verabredet und vertraglich festgelegt werden. In dem Übernachtungspreis sind ein Standard- oder Luxusstellplatz für einen Wohnwagen, ein Zelt (plus Auto) oder ein Reisemobil (mit Wasseranschluss und -abfluss), der Aufenthalt für zwei Erwachsene sowie Stromanschluss und Warmwasserduchen enthalten. Gibt es auf dem Campingplatz Münzduschen, erhalten die Gäste eine Duschmünze pro Person und Tag gratis. Haustiere dürfen gebührenfrei mitgebracht

werden, wenn Tiere auf dem Campingplatz erlaubt sind. Zusatzleistungen wie die Unterbringung weiterer Personen, Tennisplatzmiete und dergleichen können zu dem üblicherweise geltenden Nebensaisonpreis in Rechnung gestellt werden. Alle Einrichtungen des Platzes, die in der Hauptsaison angeboten werden, müssen auch in der Nebensaison zur Verfügung stehen. Die Plätze müssen gepflegt, alle Bereiche sauber und gut beleuchtet sein. Jeder Gast zahlt direkt am Ende des Aufenthalts, und zwar den vertraglich vereinbarten Betrag. ACSI behält keine Beträge ein; für die Campingunternehmer fällt kein zusätzlicher Verwaltungsaufwand und damit keine Zusatzkosten an. Voraussetzung für eine Teilnahme am CampingCard-System ist eine Insertion im ACSI Internationalen Campingführer Europa 2004. Für die Karte werden zusätzlich Werbe-, Herstellungs- und Versandkosten in Höhe von 295 Euro fällig.

Die CampingCard liegt kostenlos allen ACSI-Campingführern bei. Den teilnehmenden Campingplätzen ist im Campingführer ein eigenes Kapitel gewidmet. Dort wird für jeden Platz beschrieben, wann die Rabattkarte akzeptiert wird, welcher Preis gilt, welche Sondernachlässe es gibt und welche Einrichtungen ein Platz bietet. Außerdem wird beschrieben, wann die Einrichtungen geöffnet sind, welcher Preis gilt, welche Sondernachlässe es gibt und auf welcher Seite sich die bekannte redaktionelle Beschreibung des Campingplatzes findet. Darüber hinaus wird es im kommenden Jahr einen speziellen CampingCard-Führer geben, in dem alle teilnehmenden Plätze redaktionell und mit zwei Fotos vorgestellt werden. Der Führer kann über [www.eurocampings.net](http://www.eurocampings.net) oder [www.campingcard.nl](http://www.campingcard.nl) bestellt werden.

**Information:**  
[www.acsi-media.nl](http://www.acsi-media.nl)

**Hally-Gally®**

Spielplatzgeräte der besonderen Art

... bringt Bewegung ins Spiel!

**SPOGG**  
SPOGG Sport-Güter GmbH  
Schulstraße 39 · D-35614 Asslar-Berghausen  
Tel. 064 43/81 12 62 · Fax 064 43/81 12 69  
email: [spogg@hally-gally-spielplatzgeraete.de](mailto:spogg@hally-gally-spielplatzgeraete.de)  
Internet: [www.hally-gally-spielplatzgeraete.de](http://www.hally-gally-spielplatzgeraete.de)

## Bellos Hinterlassenschaft sorgt für Ärger Hundekotfreier Campingplatz

Fast jeder Campingunternehmer kennt das Problem: Dass der Vierbeiner Herrchen oder Frauchen in den wohl verdienten Urlaub begleitet, stört die anderen Gäste kaum. Doch dass er sein Geschäft irgendwo am Wegrand, auf der Zeltwiese oder gar auf dem Spielplatz hinterlässt, stinkt Gästen und Mitarbeitern gewaltig. Konflikte sind vorprogrammiert. Abhilfe können Hundekottüten schaffen, die bereits erfolgreich auf Campinganlagen eingesetzt werden. Die vom Büro Jansen gelieferten Belloo Hundekottüten haben ihren Ursprung in der Schweiz. Dort sorgen die so genannten „Beutel“ für eine vom Hundekot weitestgehend freie Eidgenossenschaft. Denn die Hundehalter können die Hinterlassenschaft ihrer Lieblinge fast überall mit den praktischen Tüten einsammeln. Die Spender sind allenthalben aufgestellt – in Parks, auf Wegen und auf Plätzen.

Hierzulande ist es zwar theoretisch verboten und kann mit horrenden Summen geahndet werden, den Hundekot liegen zu lassen. Aber praktisch tut sich wenig. In vielen Gemeinden fehlen entsprechende Entsorgungsmöglichkeiten. Campingunternehmer können und sollten im Interesse ihrer Gäste Vorreiter sein. Das gute Beispiel der Camper kann Schule machen.

**Information:**  
Büro Jansen international  
Angelika Jansen  
& Walter Ritschel GbR  
Römerstraße 20  
52385 Nideggen  
Tel. 0 24 74/15 32  
[www.campagent.de](http://www.campagent.de)



Foto: Büro Jansen international  
**In der Schweiz bereits weit verbreitet: Die Tütenspender.**

# Sportliches Design – hohe Qualität

**M**it Go-Carts kennt Gerd Rickfelder sich aus. Anfang der 90er Jahre testeten seine beiden Söhne bei einem Camping-Ur-

August soll die Serienproduktion beginnen. Zunächst werden etwa acht Grundmodelle und einige elementare Zubehörprodukte im

Autoindustrie – spezialisierte Zulieferer. Der Vertrieb wird in Zukunft nicht mehr durch Superspass, sondern durch die Tochtergesellschaft „Point of fun“ organisiert.

Die Indy Toys sollen über den Fachhandel verkauft werden. Viele der bisherigen Vertriebspartner zeigen nach Aussagen von Gerd Rickfelder bereits jetzt Interesse an den neuen Carts. Auch aus einigen Nachbarländern, vor allem aus Irland, Großbritannien und den Benelux-Ländern, liegen konkrete Anfragen vor. Wegen der Export-Pläne werden die Go-Carts auch unter dem neuen Markennamen an-

geboten. „Superspass-Go-Carts, das klingt zu sperrig. Der Name Superspass ist zwar in Deutschland gut eingeführt, aber nicht international genug“, erklärt Gerd Rickfelder. Der Name Indy Toys und das ebenfalls neue Logo passen seiner Ansicht nach besser zur neuen Internationalität und zur neuen Produktphilosophie.

ews

**Information:**

Superspass/Indy Toys  
Rudolf-Diesel-Str. 1  
48336 Sassenberg  
Tel: 0 25 83 / 93 19-0  
Fax 0 25 83 / 93 19 29  
info@superspass.com  
www.superspass.de



Fotos: Superspass/Indy Toys

*In die neue Go-Kart-Linie Indy Line werden viele innovative Ideen eingearbeitet. Die Serienproduktion soll im Juli oder August mit zunächst acht Grundmodellen beginnen.*

laub ein Go-Kart und ließen nicht locker, bis ihr Vater ihnen ein Modell kaufte. Die Begeisterung der Kinder und ihrer Freunde hielt an und inspirierte den Unternehmer. Er nahm Kontakt zum Hersteller der Fahrzeuge auf, handelte zunächst nebenbei mit Go-Karts und gründete im Herbst 1994 die Firma Superspass GmbH. Bis Ende vergangenen Jahres war das Unternehmen Importeur und Großhändler für Go-Karts der niederländischen Marke Berg Toys. Doch jetzt geht Gerd Rickfelder eigene Wege.

Um noch besser und schneller auf die Wünsche, Ideen und Anregungen von großen und kleinen Go-Kart-Fans eingehen und sie umsetzen zu können, beschränkt sich das im westfälischen Sassenberg ansässige Unternehmen künftig nicht mehr auf Vertrieb und Marketing, sondern stellt die Go-Karts selbst her. Unter dem Namen Indy Toys wird derzeit eine neue, ganz eigenständige Go-Kart-Linie entwickelt, in die viele innovative Ideen eingearbeitet werden. Im Juli oder

mittleren Preissegment produziert, später soll die Auswahl größer werden. Die Indy Toys kosten zwischen 350 und 600 Euro und bieten Fahrspaß für „Kinder“ jeden Alters. Die Sitze und teilweise auch die Lenkräder sind verstellbar; dadurch passen sich die flinken Fahrzeuge der Größe ihrer Fahrer an. Der massive Stahlrahmen und die hochwertigen Kunststoffteile halten auch höhere Gewichte aus.

Die neuen Go-Carts präsentieren sich sportlich mit moderner Linienführung. Das Design von Sitz, Felgen und Kotflügel wurde verbessert. Der Schwerpunkt der Fahrzeuge liegt tiefer. Dies wirkt sich, so Gerd Rickfelder, positiv auf Optik und Sicherheit aus.

Großer Wert wird auf Sicherheit und Haltbarkeit der Fahrzeuge gelegt. Um die hohen Sicherheits- und Qualitätsstandards zu gewährleisten, führt das Unternehmen die Qualitätskontrolle in eigener Regie durch, ebenso wie Entwicklung, Endmontage und Logistik. Die Teilefertigung übernehmen dagegen – wie in der

## Wasser-Erlebnisspielplatz Eibe holt den Bach auf den Spielplatz

Wasser zieht Kinder magisch an. Wenn's sprudelt und spritzt,

Fließen des Wassers beobachten.



Fotos: eibe

*Wasser ist nicht nur zum Waschen da! Ob sie „Gold“ waschen...*

sind sie zufrieden. Stundenlang können sie mit Wasser, Sand, Matsch und Schlamm spielen und dabei die Welt um sich herum vergessen. Doch diese natürlichen „Spielzeuge“ sind in den verbauten, asphaltierten Städten kaum noch für Kinder erlebbar.

Die Sand- und Wasserspielanlagen aus dem Programm eibe aqua holen den Bach auf den Spielplatz. Die Spielgeräte vom einfachen Sandkasten bis zur Wasserspielanlage mit Pumpen, Wehren und Staubecken erfüllen jeden Kinderwunsch und ermöglichen es den Kindern, ihre Urspielbedürfnisse zu befriedigen. Sie können Boote fahren lassen, Klippen, Staudämme und Inseln bauen, Berge unterhöhlen, Sandkuchen backen oder einfach das

Der Wasser-Erlebnisspielplatz ist eine Produktreihe für reine Wasserspielanlagen. Alle Geräte sind aus pflegefreiem, rostfreiem Edelstahl, ergänzt durch witterungsbeständige und handfreundliche Kunststoffteile an Griff- und Sitzflächen. Die Wasserzufuhr erfolgt über Direktwasseranschluss, der mit Druckminderer fix und fertig vormontiert geliefert wird. Der Wasserverbrauch wird durch in vier Stufen einstellbare Selbstschlussventile geregelt.

**Information:**

eibe Produktion +Vertrieb GmbH Co.  
Industriestr. 1  
97285 Röttlinge  
Tel: 0 93 38/8 90  
Fax: 0 93 38/89-199  
E-Mail: eibe@eibe.de  
www.eibe.de



*...oder auf dem Wasserhahn reiten. Beim Spielen und Planschen vergessen die Kleinen die Welt um sich herum.*

# Dauercamping ist wirtschaftliches Rückgrat

Der Camping-Tourismus ist für die nordrhein-westfälische Tourismuswirtschaft von großer Bedeutung. Dieses Fazit zog Dr. Robert Datzler, Geschäftsführer des Nordrhein-Westfalen Tourismus e.V., bei der Pressekonferenz „Welche Zukunft hat Camping in Nordrhein-Westfalen“, bei der die Ergebnisse der Marktforschung Dauercamping vorgestellt wurden.



Fotos: ewis

*Dr. Robert Datzler hob die wirtschaftliche Bedeutung des Campings hervor.*

Die Bedeutung des Campings als Wirtschaftsfaktor lässt sich mit Zahlen eindrucksvoll belegen: Auf den mehr als 400 Campingplätzen werden jährlich etwa rund 2 Mio. Übernachtungen durch Touristencamper registriert. Hinzu kommen im Touristikbereich rund 300.000 Übernachtungen durch Camping auf dem Bauernhof und so genanntes wildes Camping außerhalb von Campingplätzen.

Das wirtschaftliche Rückgrat der Branche in NRW ist das Dauercamping. Die Dauercamper sorgen auf rund 57.000 Dauerstellplätzen jährlich für etwa 7,7 Mio. Übernachtungen. Pro Übernachtung geben die Dauercamper etwa 21 Euro aus – und damit 4 Euro mehr als die Touristencamper. Hinzu kommen durchschnittlich 800 Euro pro Jahr für den Dauerstellplatz (inklusive Nebenkosten).

Aus regionalwirtschaftlicher Sicht ist besonders bedeutsam, dass die Dauercampingplätze überwiegend im ländlichen Raum, also in eher wirtschaftlich schwachen Regionen liegen. Die Gäste

kommen dagegen aus den wirtschaftlich aktiven Ballungsräumen. Durch das Dauercamping kommt es daher zu einer Kaufkraftverlagerung und erwünschten regionalen Ausgleichseffekten.

Der jährliche Bruttoumsatz des Campingtourismus in NRW beträgt fast 250 Millionen Euro; rund 4.000 Voll- und Teilzeitarbeitsplätze werden durch Camping gesichert und die Standortgemeinden von Campingplätzen generieren jährlich Steuereinnahmen in Höhe von 4,4 Millionen Euro. Dabei sind die Zulieferer, Hersteller und Händler von Campingfahrzeugen und -ausrüstungen noch nicht berücksichtigt, die gerade in Nordrhein-Westfalen sehr stark vertreten sind.

Das vom Fachverband der Freizeit- und Campingunternehmer in Nordrheinwestfalen e.V. (FFC) mit Unterstützung der Landesregierung und des Nordrhein-Westfalen Tourismus e.V. initiierte und zusammen mit der ift - Freizeit- und Tourismusberatung GmbH, Köln, durchgeführte Marktforschungsprojekt soll bei der Entwicklung und Vermarktung neuer Angebote im NRW-Campingtourismus



*Das Interesse der Medien und der Campingunternehmer an der Dauercamping-Studie war groß. Auch ein Ü-Wagen machte aus diesem Anlass auf dem Kerstgenshof Station.*

helfen. Die Ergebnisse der wohl umfassendsten Untersuchung

zum Dauercamping in Deutschland wurden den Campingunternehmern auf mehreren Veranstaltungen vorgestellt; gemeinsam wurden Handlungsempfehlungen abgeleitet und erarbeitet. Zudem wurden Weiterbildungsseminare zu den Themen Recht, betriebswirtschaftliches Know-how und Internet angeboten.

„Dies waren erste Schritte in die richtige Richtung. Unsere Campingunternehmer haben wichtige Informationen und Entscheidungshilfen erhalten. Der FFC hat mit dem neuen Internetauftritt bereits erfolgreich erste Handlungsempfehlungen umgesetzt“, stellte FFC-Präsident Leo Ingenlath fest. Das Angebot der nordrhein-westfälischen Campingwirtschaft ist seit kurzem unter [www.camping-in-nrw.de](http://www.camping-in-nrw.de) erstmals in gebündelter Form „online“ und auch über die Seiten des NRW Tourismus e.V. erreichbar.

„Das gesamte Projekt und die ersten umgesetzten Maßnahmen sind gute Beispiele für die lohnende Zusammenarbeit zwischen dem FFC und Nordrhein-Westfalen Tourismus e.V.“, urteilte Dr. Datzler. Hieran will man in Zukunft mit weiteren gemeinsamen Projekten und Maßnahmen zum Wohl des gesamten Tourismus in NRW anschließen.

### Informationen:

FFC - Fachverband der Freizeit- und Campingunternehmer in NRW e.V.  
Leo Ingenlath  
Marienbaumerstraße 158  
47665 Sonsbeck  
Tel.: 0 28 01/43 08  
Fax: 0 28 01/9 03 09

Nordrhein-Westfalen Tourismus e.V.  
Christine Harrell  
Leiterin Kommunikation & Marketing  
Worringer Straße 22  
50668 Köln  
Tel.: 02 21/179 45-22  
Fax: 02 21/179 45-17

### Impressum

#### HERAUSGEBER/VERLAG

Werbestudio Varnay GmbH  
Potsdamer Straße 3  
30916 Isernhagen/Altwarmbüchen

#### VERLAGSLEITUNG

Rolf Kuschel  
Tel. 05 11/9 20 86 00  
Fax 05 11/9 20 86 02  
eMail [cwh-kuschel@t-online.de](mailto:cwh-kuschel@t-online.de)  
ISDN 05 11/6 13 70 13

#### REDAKTION

Eva Walitzek-Schmidt  
Tel. 0 51 39/89 32 20  
Fax 0 51 39/89 32 21  
eMail [cwh-ews@t-online.de](mailto:cwh-ews@t-online.de)

#### ANZEIGEN- UND OBJEKTLEITUNG

Rolf Kuschel  
im Verlag

#### SATZ/GESTALTUNG

Werbestudio Varnay GmbH

#### DRUCK

Druckerei Honscha  
Isernhagen

#### VERTRIEB

Deutsche Post AG

- Mitglieder des BVCD (Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland e.V.)
- Fördermitglieder des BVCD
- Investoren und Meinungsbildner der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Deutschland

#### ERSCHEINUNGSWEISE

6 mal im Jahr

#### BEZUGSPREIS

Jahresabonnement  
48 Euro plus Porto

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Bildvorlagen wird keine Haftung übernommen.

Das Leistungsangebot der inserierenden Firmen wird weder vom Herausgeber noch vom Verlag überprüft oder empfohlen.

Zuschriften können auch ohne ausdrückliche Genehmigung ganz oder auszugsweise veröffentlicht werden. Zuschriften spiegeln nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wider.

**Nie mehr Hundekot auf dem Platz**  
Büro Jansen liefert Hundekottüten  
Angebotsanforderung einfach über  
[post@campagent.de](mailto:post@campagent.de) 024 74-15 32

**Campingplatz in NRW**  
Zu kaufen oder pachten  
gesucht. Chiffre 00103

# Van Keulen Mobielbouw:



## dauerhaft



Wer sich einmal für einen Sanitärpavillon von Van Keulen Mobielbouw entschieden hat, will keine herkömmliche Lösung mehr. Warum?

- Schlüsselfertiges Totalpaket: alles wird für Sie geregelt
- Maßarbeit abgestimmt auf die persönlichen Wünsche und örtlichen Gegebenheiten
- Komplett eingerichtet
- Hygienisch und dauerhaft mit Kunststoff und Trespa
- Flexibel: problemlos auszubauen oder anderweitig aufzustellen
- Erfüllt alle Normen und Vorschriften
- Innerhalb einer Woche einsatzbereit



## komfortabel

Wird es nicht Zeit für eine innovative Lösung von Van Keulen Mobielbouw? Rufen Sie uns an: 00 31 / (0) 548 61 26 93.

*Mit spezieller Aufmerksamkeit für Baby's und Knirps.*

**KE** VAN KEULEN  
MOBIELBOUW

Postbus 86, 7440 AB Nijverdal, Holland  
tel. 00 31 / (0) 548 61 26 93, fax 00 31 / (0) 548 61 02 35  
[www.keulen.com/mobielbouw](http://www.keulen.com/mobielbouw)  
e-mail: [mobielbouw@keulen.com](mailto:mobielbouw@keulen.com)





# seijsener freizeittechnik gmbh

Technik, Produkte und Lösungen für Freizeitanlagen

Bellenbruchstr. 99  
D-32683 Barntrop

[www.seijsener.de](http://www.seijsener.de)  
mail: [info@seijsener.de](mailto:info@seijsener.de)

Tel: 05263-93 90 0-0  
Fax: 05263-93 90 0-99



**!! NEU: SGPE !!**

## PRODUKTE:

Unser umfangreiches Produktprogramm reicht vom Wasserhahn, über **Beleuchtung**, vom Drehkreuz über Zutrittskontrolle, vom **Münzautomaten** über automatisierte **Fernablesung** von Strom- und Wasserverbrauch bis zum Bargeldlosen **Abrechnungssystem** SEP-Key®, vom **Kleinverteiler** bis zum **Grossverteiler** und natürlich **Reisemobilstationen**. Gerne übersenden wir Ihnen unsere Informationen.

## PLANUNG:

Nach umfangreicher Beratung durch unsere Kompetenten Aussendienstmitarbeiter vor Ort, erstellen wir für Sie eine Komplettplanung für Ihr Projekt. Wir kombinieren Ihre Ideen mit unserer Innovativen Technik, kombiniert mit der Langjährigen Erfahrung die wir aus unserer fast 40 jährigen Tätigkeit sammeln konnten.

Fragen Sie uns nach Referenzen

## REALISIERUNG:

Der Großteil unserer Produkte wird in unserem eigenen, **ISO 9001** zertifiziertem Werk hergestellt. **Qualität und Langlebigkeit sind unser Maßstab.**



**IHR PROJEKTPARTNER**



**ANSCHLUSSSTAMM**



**ZUGANGSKONTROLLE**



**MÜNSTERSÄULE**



**SANITÄRANLAGEN**



**SANITÄR FÜR KINDER**



**SEP-Key System**



**STROMVERTEILER**

## PARTNER:

Seit mittlerweile **40** Jahren profitieren Campingplatzbetreiber **Europaweit** von unserer Erfahrung, verbunden mit einem hohen Maß an Pioniergeist.

Wenn es auch Ihr Anliegen ist, Ihren Gästen den gewünschten **Service**, verbunden mit Produkten von **höchster Qualität** zu bieten, dann sind wir für Sie der richtige Partner. Scheuen Sie sich nicht den unverbindlichen Kontakt mit uns zu suchen. Lassen Sie sich von unseren kompetenten Mitarbeitern beraten.



**PORTABLE TOILETTEN**