

Camping – neu gedacht

Innovative Anbieter setzen auf Elemente der Parahotellerie. Ein weiterer Trend geht dahin, naturnahen Tourismus mit Luxus und Design zu verbinden.
 Von Robin Schwarzenbach



Die Zukunft? Tree Camping an der kalifornischen Küste (links). Ufo und Würfel eines Baumhotels in Schweden (oben und rechts).

BILDER: LOUIE PSIHODYS / SCIENCE FACTION / CORBIS; FREDRIK BRÖMAN, HUMAN SPECTRA – WWW.TREEHOTEL.SE

Gäste des Campingplatzes Thunersee in Thun-Gwatt schauen in die Röhre. Das gilt nicht nur für jene, deren Wohnwagen mit einer TV-Satellitenschüssel ausgerüstet ist. Rund ist die Aussicht vor allem, wenn man in einer der Röhren übernachtet, die sich über eine Wiese hinüber zum Wasser recken: Die sogenannten Swiss Tubes sind zum Markenzeichen der Anlage geworden. Zwei oben, drei unten; geordnet wie auf einer Baustelle liegen sie da. Die getäferten Appartements im Innern bieten Platz für vier bis acht Personen. Man schläft in einem richtigen Bett. Stromanschluss, Dusche, WC, Kühlschrank, Heizung, und Klimaanlage sind Standard. Hinzu kommt – auch hier – ein TV-Gerät.

Eine Nacht kostet ungefähr doppelt so viel wie auf einer der 145 Parzellen des Campingplatzes. Doch das Konzept funktioniert. Die Röhren steuern bis zu 15 Prozent des Umsatzes bei. «Die Swiss Tubes ziehen Gäste an, die sonst nicht zu uns kommen würden», sagt René Guéleux, der Leiter der Thuner Anlage, die vom Touringclub Schweiz (TCS) verwaltet wird.

Auf Ideen angewiesen

Die Idee dahinter klingt einleuchtend: Man braucht weder Zelt noch Wohnwagen. Anreisende können ihre Unterkunft direkt beziehen; mühsame Handgriffe beim Aufstellen einer temporären Bleibe entfallen. Die grauen Polyester-

röhren offerieren Privatsphäre, ein Minimum an Komfort und ein aussergewöhnliches Design. Eine Art Camperlebnis bleibt es trotzdem. Wer eine Wurst grillieren will, muss sich nach draussen unter die Leute begeben. Zum campingplatzeigenen Shop sind es nur wenige Schritte.

Campinganbieter sind auf Ideen angewiesen. Die Erwartungen an sie sind gestiegen, das Geschäft mit den Stellplätzen im Grünen ist anspruchsvoll geworden. Es reicht nicht mehr, in erster Linie auf die Gruppe der «Saisonniers» zu setzen, die immer wiederkommen und ihren Wohnwagen zu einem Zweitdomizil ausgebaut haben. Wer sich behaupten will, muss sich etwas einfallen lassen, zumal Camping in der Schweiz ein relativ teures Vergnügen ist. Laut einem europäischen Preisvergleich des deutschen Automobilklubs ADAC liegen die hiesigen Campingplätze an der

Spitze. Die Zahl der einheimischen Camper ist zwar konstant geblieben. Die Nachfrage der ausländischen Gäste indes hat in den letzten Jahren deutlich nachgelassen (siehe Grafik).

Vor diesem Hintergrund scheint es naheliegend, dass Campingplätze vermehrt nach Möglichkeiten suchen, um sich auszuzeichnen. Allein, das ist leichter gesagt als getan. Bei den Swiss Tubes in Thun handelt es sich um einen Prototyp, für den sich lange niemand interessierte. Realisiert mit Blick auf die Expo 02, gerieten die Röhren nach der Landesausstellung in Vergessenheit. Das futuristische Äussere sei seiner Zeit voraus gewesen, heisst es beim Hersteller Rotaver. Für den Siloproduzenten hätten sich Bestellungen erst ab einer Serie von 30 Stück gelohnt. Kostenpunkt: rund 70 000 Franken pro Exemplar. Auch der TCS war skeptisch, bevor er sich dafür entschied, die Tubes

zu übernehmen. Guéleux jedoch war überzeugt. Er legte seinen Vorgesetzten einen Businessplan vor, und die Rechnung ging auf.

Ebenfalls nicht ganz billig waren die beiden Pods, die seit einem Jahr auf dem Campingplatz Aaregg in Brienz stehen. Doch Marcel Zysset, dem Inhaber des Betriebs, haben es die schmucken Holzhütten angetan. Sie stammen aus einer Zentralschweizer Produktion namens Robust Outdoor Brands. Auch hier nährt man in einem Bett, die wetterfeste Konstruktion ist bestens isoliert, und es gibt elektrisches Licht.

Mobile Fertighäuschen

Ein weiterer Clou: Die Fertighäuschen mit Platz für maximal drei Personen haben kein Fundament; daher gelten sie nicht als Immobilie, sondern als Fahrbauten. Als solche unterliegen sie nicht denselben strengen Vorschriften wie die nahezu komplett ausgestatteten Bungalows, die der Campingplatz auch anbietet. Eine Baubewilligung für Pods ist nicht verlangt – zumindest nicht in der Gemeinde Brienz.

Der mobile Charakter der Häuschen könnte sich auch noch aus einem anderen Grund als Vorteil erweisen. Zysset, dessen Campingplatz nur im Sommer geöffnet ist, kann sich vorstellen, die Pods im Winter einem Partnerbetrieb in einem benachbarten Skigebiet auszuleihen. Das Bestreben, Camping auch den Nichtcampern schmackhaft zu machen,

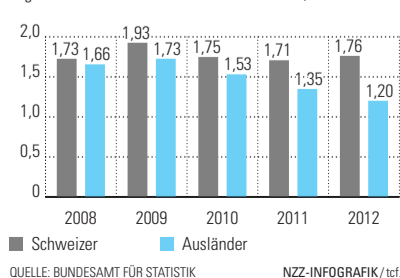
spiegelt sich auch hier. Unter Backpacker-Touristen seien die Häuschen sehr beliebt, sagt Zysset. Für einen kurzen Aufenthalt im Grünen seien die einfachen Hüttchen prädestiniert.

Ein Aufenthalt im Grünen bedeutet aber nicht, dass Campingtouristen immer einen Campingplatz ansteuern. Im Ausland haben sich einige ausgefallene Varianten entwickelt. Draussen zu sein, ist weiterhin wichtig, doch der Trend geht nach oben. Zum einen räumlich: So geht es beim Tree Camping nicht zuletzt darum, schwindelfrei zu sein. Man übernachtet unter Wipfeln – in einem baumelnden Hängezelt. Im Waldseilgarten in Pfronten in Deutschland gibt es das für 250 Euro pro Person.

Zum anderen sollen Ambiente und Design immer mehr auch gehobenen Ansprüchen genügen. Materialisiert hat sich dieses Bedürfnis in Harads, einer Ortschaft in der Nähe von Lulea in Schweden. Zugegeben: Mit Camping im engeren Sinn hat das dortige Tree-Hotel nur noch wenig gemeinsam. Die luxuriösen Zimmer im Kiefernwald sind allesamt Einzelstücke, entworfen von aufstrebenden skandinavischen Architekten. Die fünf Bauwerke liegen rund 60 Meter entfernt voneinander; man bleibt unter sich. Die Preisklasse ist natürlich eine andere. Der unmittelbare Kontakt zur Natur jedoch ist auch hier das stärkste Argument. Viele Buchungen stammen aus der Schweiz. Da fragt man sich, ob ein solches Projekt nicht auch hierzulande denkbar wäre.

Schweizer Campingplätze stagnieren

Logiernächte von Schweizern und Ausländern, in Mio.



Wetterfest: Ein Pod für zwei. A. BAER / NZZ

Mila Merker, als Präsident des Verbandes Schweizerischer Campings sind Sie Herr über ein kleines Imperium: Wie viele Mitglieder vertreten Sie?

Mila Merker: Ich würde es nicht ein Imperium nennen, es ist eine kleine Demokratie, der Vorstand empfiehlt, die Versammlung entscheidet. Wir haben im Moment 180 Mitglieder.

Und wie kamen Sie persönlich zum doch eher exotischen Geschäftsbereich eines Campingplatzbetreibers in Locarno?

Mila Merker (lacht): Der Campingplatz Delta in Locarno gehört meiner Familie. Ich bin auf dem Camping gross geworden und habe da praktisch alle Arbeiten gemacht, vom Bademeister bis zum Rezeptionsangestellten. Obwohl ich diplomierte Übersetzer bin, fand ich es attraktiver, im Camping tätig zu sein.

Warum glauben Sie, dass Menschen Camping dem Hotel vorziehen?

Mila Merker: Weil sie den Kontakt mit der Natur suchen, im Freien sein wollen und weil sie etwas suchen, um dem Alltag zu entfliehen. Sie suchen einen Ort, an dem sie und ihre Familie ihre Freizeit in einem angenehmen und geschützten Ambiente geniessen können.

Man kann sich vorstellen, dass in dieser hohen Zahl an Campingplätzen im Verband von der kleinen Campingwiese bis hin zum Fünfsternepark alle Strukturformen vertreten sind. Wie ist das da mit den Besitzverhältnissen bei den Plätzen, sind das vor allem Familienbetriebe?

Mila Merker: Ja, es sind vor allem Familienbetriebe, aber es gibt auch viele Gemeinden und Patriziate, die die Campings betreiben, sogar Verbände wie TCS und SCCV. Ich finde es wichtig, dass wir eine Vielfalt an Möglichkeiten anbieten, vom kleinen Alpen-Camping bis zum Mega-Village am See.

Der TCS spielt in dieser Riege den Leader bei institutionellen Platzbetreibern?

Mila Merker: Bei uns ist der TCS ein sehr wichtiger Partner, gerade wegen seiner Grösse. Im strukturellen Vergleich ist der TCS zentralisierter, der restliche Verband ist hingegen föderalistischer organisiert. Wir haben und

«Auch beim Camping auf Schweizer Qualität setzen»

Mila Merker, Verbandspräsident der Schweizerischen Campings, zu den Herausforderungen der Branche

pflegen auch unsere regionalen Verbände, etwa die Ostschweiz, das Tessin, das Berner Oberland oder Regionen der Westschweiz, die als Anbieter eine gewisse Autonomie geniessen.

Gibt es denn zwischen dem TCS und den andern Betreibern eher ein Klima der Kooperation oder eins der Konkurrenz? Mila Merker: Wir kooperieren, und zwar bestens. Unser Zentralsekretariat liegt sogar beim TCS in Schönbühl. Wir organisieren die Camping-Bewertungen zusammen, veröffentlichen jährlich eine gemeinsame Camping-Broschüre und besuchen drei Ferienmessen. Zudem treffen wir Verantwortlichen uns, um gemeinsame Strategien zu entwickeln.

Gemeinsame Strategien auch bezüglich unternehmerischen Erfolgs? Es geht doch wohl nicht allen Platzbetreibern finanziell gleich gut? Besonders lukrativ dürften Plätze in begehrten Tourismusdestinationen sein.

Mila Merker: Ich habe zumindest im Gespräch den Eindruck, es gehe allen gut, Einsicht in die Bücher aber habe ich natürlich nicht (lacht). Klar, in den berühmten Ferienzielen, da gibt es mehr Touristen und damit mehr Geschäft. Aber es gibt dann auch mehr Arbeit, es

braucht mehr Personal, man muss mehr in Infrastruktur investieren. Je umfangreicher das Angebot ist, desto höher werden nämlich auch die Erwartungen an die Qualitäts- und Ausbaustandards.

Apropos Qualität: Eine soeben publizierte Studie des deutschen Automobilclubs ADAC zeigt, dass in osteuropäischen Ländern zur Hauptsaison Cam-



«Vielfalt ist wichtig – vom Alpen-Camping bis Villages am See.»

Mila Merker
Präsident
Camping Schweiz

pien am billigsten kommt, während die Schweiz das teuerste Pflaster ist. Beeinträchtigt dieses doch eher ungünstige Rating das Geschäft nicht negativ?

Mila Merker: Manche mögen denken, dass dies keine gute Werbung für uns ist. Das beunruhigt mich allerdings nicht. Alle wissen doch, dass die osteuropäischen Länder generell billiger sind, da macht das Camping keine Ausnahme.

Wir können es uns zudem gar nicht leisten, einen Preiskrieg gegen europäische Länder zu starten, in denen die Löhne um einen Drittel und die Bau- und Unterhaltskosten um fast zwei Drittel billiger sind. Wir müssen den andern Weg gehen und auf Schweizer Qualität bestehen, auf Exzellenz abzielen, auch auf dem Campingplatz. Es gilt, die Gäste zu überzeugen, dass wir mehr anzubieten haben – und glauben Sie mir, viele unserer Gäste wissen das schon.

Das erinnert an die Argumentation der Hotellerie. Aber rechtfertigt das tatsächlich, dass zwei Erwachsene mit Kind im europäischen Schnitt 32 Euro 96 pro Nacht bezahlen, in der Schweiz aber stolze 46 Euro 27 ausgeben müssen? Gegenüber 2008 sind das doch immerhin fast 20 Euro mehr.

Mila Merker: Ja, denn allein die Löhne sind in der Schweiz 40 bis 60 Prozent höher als im übrigen Europa. Gegenüber Italien sind sie bei uns im Tessin sogar mehr als 300 Prozent höher. Das Leben ist generell viel teurer in der Schweiz. Wenn wir es aber mit Norwegen, Schweden oder auch Dänemark vergleichen wollen, dann beschwert sich auch niemand, dass dort alles so teuer ist. Zudem dürfen wir nicht generalisieren.

Es gibt Campingplätze in der Schweiz, die gegenüber andern Ländern Europas preislich durchaus konkurrenzfähig sind.

In diesem Kontext hätten die Kunden übrigens noch eine Anregung: Man hört von ausländischen Campern oft den Vorwurf, der Web-Auftritt der Plätze in der Schweiz sei alles andere als einheitlich. Gibt es da nicht Handlungsbedarf?

Mila Merker: Sagen wir es so: Problem erkannt, wir arbeiten daran.

Zurück zu den Infrastrukturen auf Campingplätzen: Es gibt ja längst nicht mehr nur Zelt und Wohnmobil auf den Plätzen. Zahlreiche neue Trends wie Pods, Bungalows oder Wasserhütten sind auf dem Vormarsch. Wie gewogen sind gerade bezüglich Neuem eigentlich Gesetze und Paragraphen dem Camping?

Mila Merker: Die Schweiz ist da tatsächlich kein einfaches Land. Die Macht, Entscheidungen für Camping-Ausbauten zu treffen, liegt bei den Gemeinden, die oft für die Problematik Campingplatz überhaupt nicht sensibilisiert sind. Aber es ist umgekehrt auch gut, dass es Regeln gibt. So lassen sich ästhetisch und bezüglich Sicherheit üble Situationen wie in andern Ländern vermeiden.

Interview: Walter Hagenbüchle

Gadgets fürs Campieren

Produkte-Tipps vom ökologisch korrekten Geschirr über mobile Lounges bis zum faltbaren Wohnmobil
Von Jürg Buschor



Schnelle Küche

Draussen kochen ist nicht jedermanns Sache. Den einen fehlt die Ausrüstung dafür, den anderen die Zeit oder schlichtweg die Lust, die Freizeit mit der Zubereitung von Essen zu verbringen. Wer trotzdem gerne gut isst, für den stellen die Fertigmahlzeiten von Trek'n'eat eine valable Alternative dar. Die Zubereitung ist denkbar einfach und schnell: Es genügt, warmes Wasser in den Beutel zu giessen und das Fertigmahlzeit während fünf Minuten aufquellen zu lassen. Die variantenreichen Mahlzeiten (5 Frühstücksversionen, 22 Hauptmahlzeiten, davon 9 vegetarische Gerichte und 4 Desserts) sind erstaunlich schmackhaft und liefern rund 600 Kalorien pro Packung. Die Mahlzeiten gibt es ab 5 Franken 50.

www.trekneat.com



Mobile Lounge

Wenn man das kompakte Bündel in Händen hält, verspricht man sich davon wenig mehr als eine behelfsmässige

Sitzgelegenheit. Der Eindruck täuscht – der äusserst komfortable Mantis-Chair verwandelt jeden Ort dieser Welt in eine entspannte Lounge. Mit wenigen Handgriffen sind die durch einen Gummizug verbundenen Alugestänge-Elemente ineinandergesteckt. Die robusten Nylon- und Polyesterstoffe werden an den vier Stangenenden fixiert – fertig ist der Komfortsitz. Aufgrund der geringen Sitzhöhe ist er bestens dafür geeignet, sich mit einem Buch in der Hand auf ihm zu fläzen – weniger jedoch als vollwertiger Ersatz für den Campingstuhl am Esstisch. Der Mantis-Chair von Alite wiegt 832 Gramm, ist in vier Farben erhältlich und kostet 149 Franken.

www.alitedesigns.com



Ökologisch in Balance

Damit einem die Ökobilanz von Wegwerf- oder Plastikgeschirr nicht den Appetit verdirbt, gibt es jetzt eine natürliche Alternative. Die Materialien für Teller, Schale und Becher der Geschirrlinie Panda von Rubytec stammen allesamt aus der Natur: 65 Prozent Bambus, 20 Prozent PLA-Giessharz und 10 Prozent Maisstärke. Die robusten Produkte lassen sich zu Hause problemlos in der Spülmaschine reinigen. Und am Ende seines langen Lebenszyklus verwandelt sich das Ökogeschirr auf dem Kompost innerhalb von zwei Jahren in nichts als Erde. Teller, Schale und Becher sind in drei Farben erhältlich und kosten zwischen 6 Franken 50 und 7 Franken 90.

www.essential-elements.ch



Flexible Bettdecke

Mit der Navajo-Serie bietet der deutsche Hersteller Vaude einen komfortablen und erschwinglichen Kunstfaserschlaflsack, der den individuellen Bedürfnissen angepasst werden kann. Die Rechteckform erlaubt eine uneingeschränkte Bewegungsfreiheit. Das Besondere an den Navajo-Modellen ist ihre Aufbauvariabilität. Per L-Reissverschluss kann der Schlaflsack geöffnet und als Decke verwendet sowie mit anderen «Navajos» zum Zwei-Personen-Bett verbunden werden. Erhältlich ist der Allroundschlaflsack in drei Füllvarianten, drei Farben und drei Längen (200 cm bis 235 cm). Das Dreijahreszeitenmodell Navajo 500 wiegt 1400 Gramm und kostet 105 Franken.

www.vaude.com



Faltbares Wohnmobil

Der Topdog von 3DogCamping verwandelt jedes Auto mit wenigen Handgriffen in ein kompaktes Wohnmobil. Die Schlafplattform wird am Dachständer des Fahrzeugs montiert und nimmt in der Garage kaum Platz ein, wenn sie

einmal nicht im Einsatz steht. Am Zielort angekommen, entfaltet sie sich zu einem komfortablen Wohnraum. Über die mitgelieferte Leiter wird der grosszügige Schlafbereich mit der komfortablen, zehn Zentimeter dicken Matratze erreicht. Das Vorzelt bietet genügend Platz für den Campingtisch mit Stühlen und lässt sich bei schlechtem Wetter oder zum Schutz vor Insekten an allen Seiten komplett verschliessen. Der qualitativ hochwertige Topdog wird individuell angefertigt und den Abmessungen des Fahrzeugs angepasst. Die Kosten betragen je nach Grösse zwischen 4950 und 5250 Euro.

www.3dogcamping.eu



Komfortliege

Wie man sich bettet, so schläft man. Wenn der Erholungswert von Campingferien hoch sein soll, gilt der Wahl der Matte deshalb ein besonderes Augenmerk. Die zehn Zentimeter dicke SIM Comfort 10 des Schweizer Herstellers Exped bietet einen Liegekomfort, der schnell vergessen lässt, dass man nicht im eigenen Zimmer nächtigt. Der offene porige PU-Schaum sorgt für die nötige Stabilität, während der Luftdruck und damit die Härte selbst bestimmt werden kann. In komprimiertem Zustand beträgt das Volumen der Matte lediglich 72x18 cm, sie beansprucht so nur wenig Stauraum. Als Oberstoff wird ein elastischer Polyester-Trikot-Stoff eingesetzt, der robust und hautfreundlich ist. Die SIM Comfort 10 wiegt 2135 Gramm und kostet 199 Franken.

www.exped.com