

Dokumentation zur Fachtagung und Podiumsdiskussion



Perspektiven des Reisemobiltourismus in Deutschland

während der ITB Berlin
am Dienstag, 11. März 2003



**Fachhochschule
Eberswalde**

PROJECT^M

Veranstalter

PROJECT M Marketingberatung, Lüneburg
Prof. Dr. Gerd Peters, FH Eberswalde

Moderation

Cornelius Obier (PROJECT M Marketingberatung)

Veranstaltungsteilnehmer

ca. 100 Teilnehmer

- aus touristischen Verbänden und Destinationen
- Presse, Berater und Agenturen

Vortrag

Cornelius Obier, PROJECT M Marketingberatung
Reisemobiltourismus in Deutschland - Ergebnisse einer empirischen Grundlagenstudie

- Ausgangssituation des Reisemobiltourismus in Deutschland
- Zielsetzung, Methodik und Fragenprogramm der empirischen Grundlagenstudie
- Reiseländer und -regionen
- Stellplatzsituation in Deutschland
- Reiseverhalten von Reisemobiltouristen
- Fazit zum Reisemobiltourismus in Deutschland

Podiumsteilnehmer

- Werner Angermüller, Geschäftsführer Franken-Therme/Kur-Betriebs GmbH Bad Königshofen
- Dirk Dunkelberg, stellv. Hauptgeschäftsführer Deutscher Tourismusverband e.V.
- Jürgen Dieckert, Redaktionsbüro Berse + Dieckert GbR, freier Redakteur des Reisemobil-Magazins *promobil*
- Dr. Jürgen Linde, Präsident Deutscher Tourismusverband e.V., Minister a. D.
- Bernd Müller, Campingpark Gitzenweiler Hof, Lindau-Oberreitnau/Bodensee, Vizepräsident d. Bundesverbands d. Campingwirtschaft (BVCD)
- Prof. Dr. Gerd Peters, Fachhochschule Eberswalde, Fachbereich Wirtschaft, Marketing
- Dr. Holger Siebert, Geschäftsführer Eura Mobil GmbH, Vizepräsident Caravaning Industrie Verband (CIVD)



Statements und Einschätzungen

Dr. Jürgen Linde / Dirk Dunkelberg (Deutscher Tourismusverband e.V.)

Caravanning in Deutschland wird aus unserer Sicht und Erfahrung im Wohnwagen und neuerdings im Reisemobil immer populärer. Das Reisen mit dem Wohnwagen und ganz besonders im Reisemobil ist die ideale Urlaubsform für Individualisten. Damit liegt die Branche voll im Trend und ist für die zukünftige Entwicklung des Deutschland-Tourismus von großer Bedeutung.

Deutschland und das angrenzende, insbesondere deutschsprachige Europa ist das ideale Reiseland für deutsche Individualtouristen. Reisemobile, wenn nicht allzu groß, sind dafür das perfekte Instrument. Individualtourismusland findet man dort, wo alle touristischen Leistungsbestandteile – Unterkunft, Verpflegung, Natur, Kultur und Erlebnisse, Verkehr und Infrastruktur und die Informationen darüber – quasi auf dem Präsentierteller liegen und nur darauf warten ohne lange Vorbereitung von den Kunden genutzt zu werden.

Was wird heutzutage und in Zukunft erwartet? Die Gäste erwarten heutzutage einen qualitativvollen, leider auch kostenintensiven Standard der Angebote. Gute Fahrzeuge brauchen Raum, Bewegung und Stellplätze, ihrer Fahrer erwarten Reiseerlebnisse und Urlaubsdomizile. Domizile brauchen wiederum ein Umfeld, Wanderwege, Erlebnismöglichkeiten, gastronomische Einrichtungen in intakten Landschaften und pulsierenden Städten.

Camping und Caravanning werden in Deutschland weiter wachsen, wenn nicht jeder nur an seinen eigenen Teil denkt, sondern alle zum ganzen Gelingen des Urlaubsglücks der Kunden beitragen. Deshalb müssen sich die Hersteller auch um die Stellplätze, die Händler auch um die Fahrzeuge, die Kunden und die Plätze und schließlich die Campingplatzunternehmer und die Kommunen um die Rahmenbedingungen kümmern.

Caravanning ist eine Freizeitform für Familien mit Selbstversorgung einerseits und Alleinstehende andererseits mit hohem Beitrag zum Umsatz in Restaurants und im Einzelhandel. Gemeinden und Regionen, die sich dem Tourismus nähern möchten, sollten nicht mit Hotels, sondern mit Campingplätzen beginnen. Investitionsbedarf existiert einerseits für naturnahe Stellplätze, andererseits für Stellplätze in Städten.

Mobiles Reisen in Deutschland braucht Stellplätze. Der Bundeswettbewerb „Vorbildliche Campingplätze in Deutschland 2000“ hat die Trends im deutschen Campingsektor aufgezeigt: Eine wichtige Zielgruppe für die Campingplätze sind zunehmend die Reisemobilisten. Noch vor wenigen Jahren wurde diese Zielgruppe mit meistens vor den Campingplätzen ausgewiesenen Parkplätzen bedient. Heutzutage erwarten auch diese Gäste Komfort und Sicherheit von ihren Stellplätzen. Die Ansprüche der Camper sind gestiegen, viele sind mittlerweile auch bereit, für ein Mehr an Qualität und Komfort zu zahlen. Einerseits gibt es die Gäste, die den Luxus genießen und Animation wollen, auf der anderen Seite gibt es diejenigen, die die Ruhe und die Nähe zur Natur suchen. Das Image der Reisemobilisten wandelt sich.



Der Campingplatz von heute muss noch mehr als Anlaufstelle für Reisemobile dienen. Hierzu muss die entsprechende Infrastruktur geschaffen werden bzw. vorhanden sein und der Service auf diese Klientel vermehrt ausgerichtet werden.

Die Polarisierung der Campingplatzunternehmer und der kommunalen Reisemobilstellplatzbetreiber sollte endgültig der Vergangenheit angehören. Moderate Preisstrukturen sollten jedoch für eine Chancengleichheit zwischen den privaten Unternehmern und den kommunalen Stellplätzen in den reisemobilfreundlichen Gemeinden sorgen. Dies zu fördern ist Zielsetzung der gemeinsamen Planungshilfe für Wohnmobilstellplätze von DTV, CIVD, DCHV, BVCD und ADAC.

Nur lässt es sich nicht in seiner Gänze verhindern: Der Reisemobilist ist Individualist und er entscheidet frei über seinen Stellplatz: auf dem Campingplatz, in der Gemeinde und in der Region, an Hotels und Restaurants sowie bei Freizeitbädern und –parks.

Prof. Dr. Gerd Peters (Fachhochschule Eberswalde)

Akteure des Reisemobiltourismus in Deutschland werden immer wieder mit drei grundsätzlichen Vorurteilen konfrontiert, die - nicht zuletzt mit Hilfe der Studienergebnisse - eindeutig widerlegt werden können:

1. Reisemobilisten bringen kein Geld!

Reisemobiltourismus ist ein attraktives Marktsegment, dessen Potenzial von deutschen Destinationen – bis auf wenige Ausnahmen - unterschätzt bzw. falsch eingeschätzt wird.

2. Reisemobilisten gehören auf Campingplätze!

Reisemobiltourismus unterscheidet sich stark vom Campingtourismus. Erfolgreiche Leistungsangebote, die es in Deutschland bisher nur vereinzelt gibt, orientieren sich an den Bedürfnissen und Wünschen der Zielgruppe.

3. Reisemobilisten haben keine Ansprüche!

Reisemobiltourismus hat sich konsequent an quantitativen und qualitativen Erfolgskriterien auszurichten. Qualitätsstandards in Form von Mindestanforderungen an Reisemobilstellplätze und dem touristischen Angebotsprofil vor Ort in Verbindung mit der ganzheitlichen Vermarktung vernetzter Reisemobilregionen sind einzuhalten, um Kundenzufriedenheit und Kundenbindung zu erreichen. Eine differenzierte Ansprache der unterschiedlichen Teilsegmente im Reisemobiltourismus ist notwendig.



Werner Angermüller (Franken-Therme/Kur-Betriebs GmbH Bad Königshofen)

Als die Kur-Betriebs GmbH Bad Königshofen vor über zehn Jahren ihren ersten Reisemobil-Stellplatz an der Franken-Therme einrichtete, war ein „Stellplatz für Reisemobile“ in Heilbädern und Kurorten kein Thema. Als ich damals ein kleines Referat hierzu vor dem Arbeitskreis „Fränkischer Heilbäder und Kurorte“ hielt wurde auch deutlich, dass kein Wissen über diese Zielgruppe und deren Bedürfnisse vorhanden war – im Gegenteil – Campingtourismus hatte insgesamt ein negatives Image. Auch in der touristischen Destination „Franken“ engagierten sich nur Idealisten und Individualisten zu dem Thema „Reisemobile“ und richteten Stellplätze ein. Touristiker waren darunter leider nur sehr selten zu finden.

Heute haben viele Kurorte in Franken, Bayern und im restlichen Bundesgebiet Stellplätze für Reisemobile eingerichtet bzw. machen sich Gedanken, ob Reisemobil-Touristen eine interessante Zielgruppe für ihre Orte bzw. ihre Region darstellen. Doch mit der inzwischen großen und flächendeckenden Infrastruktur von Reisemobil-Stellplätzen in Deutschland ist der Wettbewerb um den reisemobilen Gast entbrannt. Auch die Anbieter von Stellplätzen müssen erkennen, dass das Angebot im Sinne von Preis-Leistung stimmt, die Ansprüche der Kunden sich verändern sowie attraktive Stellplätze in interessanten Regionen eher angenommen werden als andere – eben Wettbewerb.

Jürgen Dieckert (Redaktionsbüro Berse + Dieckert GbR, *promobil*)

Der Reisemobil-Tourismus in Deutschland entwickelte sich „von unten“, durch Initiativen einzelner Kommunalpolitiker und örtlicher Touristiker, oft gaben lokale Reisemobilfahrer oder Reisemobilclubs den Anstoß. Im Verlauf der vergangenen zehn Jahre entwickelte sich so eine Infrastruktur aus Stellplätzen und umweltgerechten Ent- und Versorgungsstationen, die in Europa an der Spitze liegt – gemeinsam mit Frankreich. Das Erstaunliche dabei: Regionale oder überregionale Tourismusverbände spielten dabei kaum eine Rolle – Tourismus fast ohne Touristiker. Aufgabe für die Zukunft muss es vor allen Dingen sein, eine Vernetzung vorhandener Stellplätze und zugehöriger Angebote auf regionaler und Landesebene zu erreichen.

Dr. Holger Siebert (Eura Mobil GmbH, CIVD)

Reisemobilhersteller leben vom Absatz ihrer Produkte. Eine Nachfrage nach Reisemobilen kann langfristig nur dann existieren, wenn die Käufer eine adäquate Nutzungsmöglichkeit für ihre (teuren) Produkte haben, d.h. in den touristischen Regionen auf ihre Bedürfnisse und Wünsche ausgerichtete Angebote finden.

Die Nutzung eines Reisemobils – dies besagt schon der Wortteil „mobil“ - ist eine andere als die des (eher stationären) Caravans. Aufgrund seiner Mobilität erwartet der Reisemobilist eine spontanere und flexiblere Abwicklung bei seinen Stopps. Reisemobil-Stellplätze sind eine Antwort auf diese Bedürfnisse.



Die Bedingungen für Reisemobiltourismus in Deutschland bedürfen noch weiterer Verbesserungen. Dazu gehört z.B. eine unbürokratische Handhabung bei der Zulassung neuer Stellplätze (in Frankreich ist man bei ähnlicher Gesetzgebung beispielsweise viel weiter), die Vernetzung von touristischen Reisemobilregionen und die Schaffung zielgruppengerechter Angebote.

Eura Mobil engagiert sich seit einigen Jahren in der Entwicklung eines systematischen Reisemobiltourismus. Hierzu gehört

- für Anbieter die Beratung bei der Anlage von Stellplätzen,
- für Regionen die Koordination von Stellplatz-Initiativen,
- für Reisemobilisten die Ausarbeitung von Reisemobiltouren durch reisemobilfreundliche Regionen,
- im Werk mit dem Reisemobil Forum das erste und einzige Reisemobil-Informationszentrum.

Bernd Müller (Campingpark Gitzenweiler Hof, BVCD)

Als wir von sieben Jahren den Campingpark Gitzenweiler Hof in Lindau/Oberreitnau gekauft haben, war für uns das Thema Reisemobiltourismus neu. Wir hatten einen Campingpark erworben und glaubten, nun würden in lustiger Folge Reisemobile, Caravans und Zelter zu uns kommen, um der Urlaubsform Camping zu frönen. In der praktischen Arbeit war dies aber anders. Reisemobile konnten wir so gut wie nie begrüßen, weil unsere Vorgänger reisemobilfeindlich eingestellt waren. Diese hatten der Urlaubsform keine Bedeutung zugemessen. Für sie waren Reisemobile nicht zu tolerieren, weil sie auf dem Wiesengelände Schäden verursachen würden. Wenn ich also von Bad Kissingen, wo wir wohnen, zu unserem Campingpark nach Lindau fuhr, begegneten mir immer eine verhältnismäßig große Zahl von Reisemobilen. Am Campingpark waren dagegen keine zu sehen.

Wir hatten von vornherein eine andere Denkweise als unser Vorgänger. Ich besprach daher mit unserem Architekten, wie wir das Problem „Verhinderung von Schäden durch Reisemobile“ lösen könnten. Wir haben daher die Stellplätze so befestigt, dass sie für Reisemobile jeder Größe und jedes Gewichtes einwandfrei befahrbar sind. Bis diese Baumaßnahmen abgeschlossen waren, haben wir viele erstklassige Campingplätze in Deutschland und auch im angrenzenden Ausland besichtigt und Erfahrungen gesammelt. Für uns stand fest, dass wir einen Übernachtungsplatz für Reisemobile benötigen. Wir haben dann den ohnehin geplanten Parkplatz um sechs Meter verlängert und hier 20 Reismobilstellplätze geschaffen. Diese werde als Übernachtungsplätze vor der Eingangsschranke zum Campingpark genutzt.

Als sich herumsprach, dass Reisemobile bei uns willkommen sind, stellte sich schnell heraus, dass der Reisemobilstellplatz im Gelände nicht ausreicht. Wir haben daher auf dem Platzgelände selbst nochmals Wiesengelände in Schotterwiesen umgewandelt, die tragfähig sind und können insgesamt rund 150 Reibemobile zuzüglich 20 Übernachtungseinheiten auf unserem Platz unterbringen. Wir sind gerade dabei, an der schönsten Stelle unseres Campingparks nochmals 17 Plätze, die über 100 qm groß sind und zu einem erheblichen Teil mit Betonrasenwaben befestigt werden, auszubauen. Diese sind dann für Caravans und für Reisemobile gleichgut nutzbar. Dass in einem solchen Falle Wasser-, Abwasser-, Strom- und Satellitenanschluss mitgeschaffen werden, ist selbstverständlich.



Wie sehe ich die Zukunft des Reisemobiltourismus? Ich glaube, dass die Zahl der Caravans abnehmen wird und das Reisemobil zahlenmäßig zulegt. Wir werden daher bei Bedarf weitere Plätze für den Reisemobiltourismus ausbauen. Dabei muss man sehen, dass es Reisemobiltouristen gibt, die grundsätzlich keinen Campingplatz anfahren. Meines Erachtens handelt es sich hier aber um eine verhältnismäßig kleine Gruppe. Unser Bemühen und unsere Werbung ist an die Reisemobilfahrer gerichtet, die entweder grundsätzlich nur auf Campingplätzen übernachten, oder die Stellplätze und Campingplätze nutzen. Und hier weicht meine Meinung etwas von den verbreiteten Klischees ab. Der Reisemobiltourist ist nicht grundsätzlich ein sparsamer oder gar geiziger Urlauber. Er möchte aber, wie allen anderen Camper, ein vernünftiges Preis-Leistungs-Verhältnis vorfinden. Wir werden also auch in Zukunft preiswerte Plätze als Übernachtungsplätze vor der Schranke anbieten. Wir werden auf unserem Campingpark selbst alle Möglichkeiten bieten, die sich der Camper als richtige Urlaubsform vorstellt. Er wird also die Wahl haben zwischen Plätzen, die nur mit Strom ausgestattet sind so befestigt sind, dass er sie ordentlich befahren kann, oder normalen Reisemobilplätzen, und auch übergroßen Plätzen, die allen Komfort bieten.

Hinzu kommt noch eines, wir haben nicht nur den Platz ausgebaut, sondern auch den zusätzlichen Service. Wir können jetzt z.B. zwei Restaurants bieten, in denen gute heimische Küche oder italienische Küche, und zwar von der Pizza bis zum mehrgängigen Menü geboten wird. Der Servicegedanke muss auf den Campingplätzen noch weiter in den Vordergrund gestellt werden. Dadurch unterscheiden wir uns positiv von den Stellplätzen. Für Reisemobilisten muss meines Erachtens ein Fahrradservice zur Verfügung stehen, eventuell auch ein Mietauto. Auf dem Platz selbst muss Abwechslung und gute Animation geboten werden, die genutzt werden kann, aber nicht genutzt werden muss. Wenn diese Voraussetzungen erfüllt sind, dann wird sich der Reisemobiltourist auch nicht nur zwei oder drei Tage auf dem Platz aufhalten, sondern einen längeren Urlaub dort verbringen und alle Möglichkeiten des Platzes und der Umgebung nutzen.

Weitere Themen der Diskussion

Was braucht der Kunde?

Die Teilnehmer des Podiums diskutierten die Frage, ob Reisemobiltouristen eher Campingplätze anfahren und benötigen oder ob sie ausgewiesene Reisemobilstellplätze bevorzugen. Alle Referenten waren sich einig, dass wir auch in Zukunft in Deutschland beide Angebotsformen für die unterschiedlichen Bedürfnisse von Reisemobiltouristen und sonstigen Campern, aber auch für die durchaus differenzierten Bedürfnisse *innerhalb* der Gruppe der Reisemobiltouristen benötigen. Der Trend des multioptionalen Kunden findet sich auch in diesem Marktsegment wieder: So werden beispielsweise beim Städtekurztrip durchaus Stellplätze in Innenstadtnähe (auf-)gesucht, während bei der Urlaubsreise mit den Kindern evtl. ein Campingplatz in der Natur die besseren Voraussetzungen bietet. Und bei einer Rundreise - z.B. durch die Pfalz - werden vielleicht verschiedenen Unterkunftsformen (kommunaler Stellplatz, Campingplatz, Stellplatz bei einem Weingut) mit einander kombiniert. Ob ein Stellplatz von den Kunden angenommen wird, liegt zum einen an deren Bedürfnissen und zum anderen natürlich an Qualität und Ausstattung des Platzes.



Ist es die Aufgabe von Regionen, dieses touristische Segment zu bearbeiten?

Um eine erfolgreiche und zielgruppenorientierte Ansprache von Reisemobiltouristen zu erreichen, ist eine übergreifende Vermarktung sinnvoll und notwendig. Hierin waren sich alle Podiumsteilnehmer einig. Die Mobilität von Reisemobiltouristen und der Wunsch nach unterschiedlichsten Erlebnissen kann nur in größeren, mit einander vernetzten Regionen befriedigt werden. Insbesondere vor dem Hintergrund zunehmender Konkurrenz ausländischer Märkte und teilweise rückläufiger Übernachtungszahlen (siehe Beispiel Bayern) bietet die Erschließung bzw. angemessene Bearbeitung des Marktsegments Reisemobiltourismus eine Chance für die Regionen. Auch die zentrale Koordination auf Landesebene z.B. durch die Einrichtung entsprechender Facharbeitskreise sollte in Zukunft stärker verfolgt werden.

Was kann eine Destination tun?

Die Podiumsteilnehmer stellten fest, dass für den Aufbau des Reisemobiltourismus in den Regionen ein zweiseitiger Ansatz nötig ist: Zum einen sind die lokalen Akteure vor Ort gefordert, Angebote bzw. Stellplätze zu schaffen, die sich an den Bedürfnissen der Zielgruppe orientieren. Defizite in der Infrastruktur müssen abgebaut und vorhandene Stärken weiter entwickelt werden. Die Planungshilfe des DTV kann hier als hilfreiches Instrument hinzugezogen werden. Gleichzeitig müssen Landes- und Regionalverbände sich des Themas annehmen. Ziel sollte u.a. die Vernetzung von Regionen und das Entwickeln von einheitlichen Qualitätsstandards sein. Voraussetzung für beide Ansätze ist es, sich ernsthaft mit der Zielgruppe und ihren Bedürfnissen und Wünschen auseinander zu setzen. Die Studie „Reisemobil-Tourismus in Deutschland“ hält dazu bereits eine Fülle von Informationen vor. Anlaufstellen für den Aufbau eines Netzwerkes kann z.B. das Reisemobilforum von Eura Mobil sein, und auch die Zeitschrift promobil vermittelt Kontakte zu erfahrenen Akteuren.

Hinsichtlich der – finanziellen - Gleichbehandlung von (kommunalen) Stellplätzen und Campingplätzen differierten die Meinungen sowohl auf dem Podium als auch im Publikum. Wird auf der einen Seite eine Wettbewerbsverzerrung aufgrund kostenfreier kommunaler Stellplätze gesehen, so fürchtet die andere Seite eine weitere Reglementierung und Bürokratisierung und damit Benachteiligung vor allem gegenüber ausländischen Reisemobildestinationen. Grundsätzlich ist jedoch allen Beteiligten an einem fairen Wettbewerb gelegen, in dem die Gesetze der Marktwirtschaft gelten und damit der Kunde über „Top“ oder „Flop“ des Angebotes entscheidet.

Ausblick

Der Reisemobiltourismus in Deutschland verzeichnet gesunde Wachstumsraten. Hieraus ergeben sich auch für touristische Regionen und Verbände große Chancen. Die regionale Entwicklung des Reisemobiltourismus ist aufgrund verschiedener struktureller und organisatorischer Aspekte eine komplexe Aufgabe. Ein halbherziges Herangehen an das Thema Reisemobiltourismus wird daher nicht von Erfolg gekrönt sein. Konsequente Beschäftigung mit dem Thema, strategische Entwicklung und Vernetzung der nötigen Infrastruktur, professionelle Entwicklung von reisemobiltouristischen Angeboten und Kooperation der entscheidenden Akteure sind die Erfolgsfaktoren für den zukünftigen Reisemobiltourismus in Deutschland.