

**ABC-TEAM®**  
Spielen ist Leben...  
Spielplatzgeräte GmbH  
[www.abc-team.de](http://www.abc-team.de)

# CAMPING WIRTSCHAFT HEUTE

Ausgabe 4/2005  
Juni/Juli

Fachmagazin für Camping-, Freizeit- und Wassersportunternehmer in Deutschland

## **Kontrollierte Offensive – Förderdarlehen**

# 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, Freizeitgebäude und Spielstätten.

# Massiv- oder Fertigbau?

Fordern Sie unseren kostenlosen Beratungs- und Planungsservice an!



- Ideallösung für Camping- und Freizeitanlagen.
- Vollendeter Komfort.
- Bedarfs- und wunschgerechte Lösungen in Raumteilung 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](http://www.mainzer-und-sohn.de) / email [info@mainzer-und-sohn.de](mailto:info@mainzer-und-sohn.de)

Tel. 0 22 07 - 96 96 - 0  
Fax 0 22 07 - 96 96 - 10

## Neues Zinssystem hin – Förderdarlehen her

Die Katze ist aus dem Sack! Förderkredite der KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau) sind deutlich teurer geworden. Ein neues, schier undurchschaubares Verfahren von Rating, Ranking und ähnlichen Durchleuchtungs-instrumentarien soll die Kreditwürdigkeit auch der Campingunternehmer für die Kreditinstitute transparenter machen. Das ist legitim und soll bei der Kreditvergabe die Spreu vom Weizen trennen.

Und was findet man heraus? Die Campingbranche ist eine starke Branche mit wachsenden Umsätzen, die sich aber unter Wert verkauft. Das Image in der Öff-

fentlichkeit (und hoffentlich auch bei den Bankern) hat sich in den letzten Jahren stetig zum Positiven verändert. Wachsende Übernachtungszahlen bestätigen diesen Aufwärtstrend. Neu geschaffene Ausbildungsberufe in dieser Branche zeugen von der Qualität unternehmerischer Visionen und der Umsetzungskraft in einer Zeit, in der andere Branchen nicht mehr ausbilden wollen. Ganz zu schweigen von den enormen Anstrengungen im investiven Bereich.

Dieser Ist-Zustand einer ganzen Branche kann nicht darüber hinwegtäuschen, dass der einzelne Unternehmer sich einer genauen Be-

trachtung durch seine Hausbank unterziehen muss. Dennoch, bei Inanspruchnahme von Förderdarlehen muss die Vorbereitung auf das Gespräch mit der Hausbank optimal sein. Aussagefähige Unterlagen sollten in Zusammenarbeit mit dem Steuerberater und einem versierten Unternehmensberater erstellt werden. Sicherlich kostet das ein paar Euro, aber Professionalität ist oberstes Gebot bei der Antragstellung. Die in eine fundierte Beratung investierten Gelder machen sich in jedem Fall bezahlt. So gesehen haben „risikogerechte Zinsen“ ihre Berechtigung.

Ihr CWH-Team



Quelle: Kühn

Original von **aukam**

Produced Originally from AUKAM since 1963

seit 1963

## Sicheres Spielen- zum vernünftigen Preis

Secure playing with reasonable prices

Von Federspielgeräten über Spiral- und Röhrenrutschen bis zu Großspielgeräte-Kombinationen: Original **aukam** -Spielgeräte bieten eine ständige Weiterentwicklung und Verbesserung von unfallsicherem und kindgerechtem Spiel.

*Starting with spring play equipment to spiral and tube slides up to massive Playground combination equipment.*

*The original AUKAM playground manufacturers offer constant enhanced and advanced accident proof equipment suitable for children.*

Eine marktgerechte Kalkulation ermöglicht ein unschlagbares Preis- /Leistungsverhältnis.

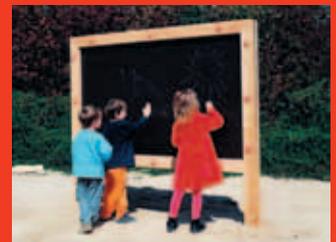
*We offer market-driven pricing. View our product information through our home page or request for a complimentary catalogue.*

Unsere komplette Produktübersicht finden Sie im Internet – oder fordern Sie unseren kostenlosen Gesamtkatalog an.

[www.aukam.de](http://www.aukam.de)

**aukam**   
spielgeräte

Hier öffnen sich Erlebnisswelten



Aukam GmbH  
Frankfurter Straße 187  
D-34121 Kassel  
Telefon ++(49) 561-20 09 70  
Telefax ++(49) 561-28 48 58  
Email [info@aukam.de](mailto:info@aukam.de)

ECOCAMPING-Auszeichnung für 58 Campingplätze Gut für die Umwelt und die Gäste	<b>16</b>
Kanu-Tourismusstudie: Kanuten campen am liebsten Das Paddelboot ist im Kommen	<b>11</b>
Neue „Risikogerechte Zinssätze“ der KfW Chancen und Probleme bei Förderdarlehen	<b>16</b>
Einkaufskooperation Xandrión Durch Einkaufsvorteile die Zukunft sichern	<b>18</b>
Stiftung Warentest untersucht Klimageräte Kaum Kühlung, reichlich Lärm	<b>20</b>
Kubota GR2100 übertrifft alle seiner Klasse Verblüffende Leistung bei höchstem Komfort	<b>22</b>
Neues Campinggebäude in Systembauweise In zwei Tagen ist alles montiert	<b>23</b>
Komfort-Campingpark Irenensee bei Uetze Der Trend geht zum Ferienzentrum	<b>26</b>
CARAVAN SALON DÜSSELDORF vom 26. August. bis 4. September Über 500 Aussteller auf 184.000 Quadratmetern	<b>27</b>
Internationale Fachmesse „Play & Leisure“ vom 14. bis 16. September Umsatzimpulse für Campingplätze	<b>28</b>
FSB 2005 vom 26. bis 28. Oktober in Köln Fußballstar Pelé eröffnet die Messe	<b>29</b>
Fachmesse CAMP GROUND vom 14. bis 16. September Großer Ideen-Pool für Unternehmer	<b>30</b>

Foto: BVCD



Ein Platz für eine Nacht? Ein wirksames Instrument für eine gerechte Preispolitik gegenüber Reisemobilisten hat der BVCD mit seinem Marketing-Modell „Quick Camp“ entwickelt – 107 beteiligte Unternehmen bilanzieren Positives.

**Seite 21**

Foto: B. Neumann



Der 105. Deutsche Wandertag findet vom 21. bis 25. Juli im thüringischen Städtedreieck Saalfeld, Rudolstadt und Bad Blankenburg statt. Durchschnittlich werden zu diesem Wander-Großereignis 11.000 Übernachtungsgäste gezählt – mit einem zu erwartenden Umsatz von rund drei Millionen Euro für die Region.

**Seite 24**

# Gut für die Umwelt und die Gäste

Es klingt wie die Quadratur des Kreises: Die Umwelt entlasten, Kosten sparen – und gleichzeitig den Wunsch der Gäste nach Komfort und ungetrübter Urlaubsfreude erfüllen. Dass dieser Spagat gelingen kann, beweisen 23 niedersächsische, 15 brandenburgische und 19 Campingunternehmen in Schleswig-Holstein, die das ECOCAMPING-Umweltmanagement in ihren Betrieben eingeführt haben. Bei der Frühjahrstagung des Verbandes der Campingplatz-Unternehmer Niedersachsen wurden die niedersächsischen Unternehmer für ihr Engagement und ihre Arbeit ausgezeichnet: Ihre Campingplätze dürfen als erste in Niedersachsen die europaweit anerkannte Auszeichnung ECOCAMPING UMWELTMANAGEMENT führen. Für die Auszeichnung haben

die Unternehmer viel geleistet: Ein Jahr lang informierten sie sich in Workshops über Themen wie konsequente Müllvermeidung und -trennung, Einsparung von Trinkwasser und Energie durch moderne Technik, Solaranlagen und den Bau von Naturspielplätzen. Mit Unterstützung des ECOCAMPING Vereins analysierten sie ihr gesamtes Unternehmen und suchten nach Verbesserungsmöglichkeiten. Viele Maßnahmen wurden sofort umgesetzt, weitere für die nächsten Jahre in einem Umweltprogramm geplant und in einem Leitbild festgeschrieben. Dabei geht es nicht um Umweltschutz um jeden Preis, sondern auch um mehr Qualität und Sicherheit auf den Campingplätzen. Die Unternehmer sollen nur solche Umweltschutzmaßnahmen ergreifen,

die den Komfort der Gäste nicht beeinträchtigen, sondern verbessern. Camper sind Naturliebhaber. Sie legen großen Wert auf ei-

hob hervor, dass ein erfolgreiches Umwelt- und Qualitätsmanagement die Chancen der Unternehmen im Bundeswettbewerb „Vorbildli-



Foto: ECOCAMPING

Marco Walter vom Verein ECOCAMPING, der Vorsitzende des BVCD und des VCN, Anton Harms sowie Ulrich Petersen vom niedersächsischen Wirtschaftsministerium überreichten den 23 Campingunternehmen Plaketten und Urkunden für die erfolgreiche Zertifizierung.

ne intakte Umwelt und schätzen es, wenn beispielsweise das Duschwasser von der Sonne erwärmt, die Toilette ohne Trinkwasser gespült oder das Sanitärgebäude umweltfreundlich gereinigt wird. Bei der letzten Umfrage des ECOCAMPING e.V. unter 2.360 Campern erklärten 60 Prozent der Befragten sogar, dass sie Campingplätze mit einer Umweltauszeichnung bevorzugen. „Die Natur ist das Kapital unserer Unternehmen“, betonte Anton Harms, Vorsitzender des Bundesverbandes der Campingwirtschaft in Deutschland (BVCD) und des Verbandes der Campingplatzunternehmer in Niedersachsen (VCN).

Umweltmanagement trägt dazu bei, dieses Kapital zu erhalten. Das Niedersächsische Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr unterstützte das erste ECOCAMPING-Projekt in Niedersachsen finanziell. Ministerialdirigent Ulrich Petersen übergab die Auszeichnungen und lobte das Engagement der Beteiligten. „Wir hoffen, dass wir künftig noch viele Campingunternehmer auszeichnen können“, so Petersen. Reinhard Thomssen, Vorsitzender des Ausschusses „Camping und Caravaning“ des Deutschen Tourismusverbandes,

che Campingplätze“ verbessert. Aus der Sicht der Teilnehmer schilderte Friedrich-Wilhelm Meinecke, Geschäftsführer des Campingparks Irenensee, das Projekt. „Es hat sich gelohnt“, lautet sein Fazit. Auch Peer Lücke von der TourismusMarketing Niedersachsen ist sicher, dass die Unternehmer mit ECOCAMPING den richtigen Weg für eine erfolgreiche Zukunft eingeschlagen haben. „Die Auszeichnung verbessert die Vermarktungsmöglichkeiten der Unternehmer auch im Ausland“, erklärte er. Dass es mit der Auszeichnung für die Campingplätze erst richtig losgeht, betonte Marco Walter, Geschäftsführer des ECOCAMPING e.V. „Die Plätze sind nun Mitglieder des ECOCAMPING-Netzwerks und müssen auch weiterhin am Ball bleiben. Mindestens alle drei Jahre wird überprüft, ob die Kriterien der Auszeichnung eingehalten und die selbst gesetzten Ziele verwirklicht werden“, stellte er in seinem Ausblick dar.

### Information:

**Ecocamping e.V.**  
Blarerstr. 56  
78462 Konstanz  
Tel. (0 75 31) 2 82 57-0  
Fax (0 75 31) 2 82 57-29  
info@ecocamping.net  
www.ecocamping.net

## HOLZWERK Löhnberg



### Gestaltungselemente für naturnahe Spiel- und Lebensräume

**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

## Naturschutz auf dem Campingplatz

ECOCAMPING UMWELTMANAGEMENT – wozu soll das gut sein? Zunächst lernen die Campingunternehmer in sechs Workshops, was sie auf ihrem Campingplatz tun können, um Umweltschutz, Sicherheit und Qualität zu verbessern. Die Inhalte der Workshops reichen von konsequenter Müllvermeidung und -trennung über die Einsparung von Trinkwasser durch moderne Technik bis hin zum Einsatz von Solaranlagen und dem Bau von Naturspielplätzen. Zusätzlich wird jeder Campingplatz zweimal intensiv direkt vor Ort beraten. Experten des ECOCAMPING e.V. analysieren den gesamten Betrieb und geben ausführliche Hinweise zur Verbesserung.

Vermeidung von Gefahrstoffen. Campingplätze mit der ECOCAMPING-Auszeichnung werden mindestens alle drei Jahre erneut von ECOCAMPING vor Ort beraten; die Erfüllung der Kriterien wird überprüft. ECOCAMPING ist derzeit die bekannteste Umweltauszeichnung für Campingplätze in Deutschland. Bei der letzten Umfrage des ECOCAMPING e.V. unter 3260 Campern kannten immerhin 24 Prozent diese Auszeichnung. 60 Prozent der Befragten gaben an, Campingplätze mit einer Umweltauszeichnung zu bevorzugen. Kein Wunder, denn Camper sind ausgesprochene Naturliebhaber. 120 Campingplätze in Deutschland, Österreich und



# UMWELT MANAGEMENT

Alle Campingplätze entwickeln ein Leitbild für die stetige Verbesserung, stellen einen Maßnahmenplan zur konkreten Umsetzung auf und sammeln wichtige Daten zur Bewertung ihres betrieblichen Umweltschutzes. Das ganze System ist in einer so genannten Umwelterklärung zusammenfassend dargestellt. Ziele, zu denen sich die Unternehmen verpflichten, sind unter anderem Vermeidung und, wo nicht vermeidbar, gute Trennung von Abfällen, effizienter Einsatz von Energie und Wasser, umweltschonende Reinigung, Beschaffung und Verkauf möglichst regionaler Produkte, naturnahe Platzgestaltung und Platzpflege sowie die

der Schweiz wurden bislang von ECOCAMPING ausgezeichnet oder bereiten sich als Kandidaten aktuell auf die Auszeichnung vor. ECOCAMPING wird von mehreren Ministerien in den Bundesländern und der Europäischen Union finanziell unterstützt und arbeitet mit zahlreichen Organisationen und Verbänden im Camping-, Tourismus- und Umweltbereich zusammen, so zum Beispiel mit dem ADAC, dem Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland, der Deutschen Umwelthilfe, dem Bund für Umwelt- und Naturschutz, mehreren Landescampingverbänden sowie dem Europäischen Tourismusnetzwerk ECOTRANS.

# Roplay

Kein Fundament.  
Kein Stress.  
Keine 5000 Euro.



**Leichter können Sie Kinder nicht glücklich machen als mit diesem abenteuerlichen Seilspielgerät von Roplay. Verfügbar in 3 Größen. Hochwertige Materialien, phantastische Spielmöglichkeiten, einfacher Aufbau auch für Laien.**

**Ab 4.999 €**

inkl. Fracht, MWSt. und glänzender Kinderaugen.

**Roplay GmbH  
Große Weinmeisterstraße 14 B  
D-14469 Potsdam**

**Tel. +49.331.601 37 86  
Fax +49.331.601 37 85**

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

# 23 Betreiber können sich freuen

23 Campingunternehmen in Niedersachsen haben bei der ECOCAMPING-Zertifizierung mitgemacht. Die nebenstehende Karte zeigt die Verteilung auf.

**Campingplatz Stover Strand International (1)**  
Stover Strand 10  
21423 Drage  
Tel. (0 41 77) 4 30  
Fax (0 41 77) 5 30  
kloodt@stover-strand.de  
www.stover-strand.de

**Freizeit- und Campingpark Tespe (2)**  
Niedersachsenring 33-55  
21395 Tespe  
Tel. (0 41 76) 77 37  
Fax (0 41 76) 15 35  
info@freizeitpark-tespe.de  
www.freizeitpark-tespe.de

**ADAC-Campingplatz Alt Garge (3)**  
Am Waldbad 23  
21354 Bleckede  
Tel. (0 58 54) 3 11

Auf dem Simpel  
29614 Soltau  
Tel. (0 51 91) 36 51  
Fax (0 51 91) 1 60 95  
info@auf-dem-simpel.de  
www.auf-dem-simpel.de

**Kur- und Feriencamping Röder's Park (6)**  
Ebsmoor 8  
29614 Soltau  
Tel. (0 51 91) 21 41  
Fax (0 51 91) 1 79 52  
info@roeders-park.de  
www.roeders-park.de

**Campingplatz Böhmeschlucht (7)**  
Vierde 22  
29683 Fallingbostel  
Tel. (0 51 62) 56 04  
Fax (0 51 62) 51 60  
www.boehmeschlucht.de

**Südsee-Camp (8)**  
Lindhorstforst  
29647 Wietzendorf  
Tel. (0 51 96) 98 01 16  
Fax (0 51 96) 98 02 99  
info@suedseecamp.de

Fax (05 81) 1 49 30  
info@uhlenkoepfer-camp.de  
www.uhlenkoepfer-camp.de

**Campingplatz Blauer See (11)**  
Am Blauen See 119  
30823 Garbsen  
Tel. (0 51 37) 8 99 60  
Fax (0 51 37) 89 96 77  
info@camping-blauer-see.de  
www.camping-blauer-see.de

**Irenensee Komfort-Campingpark (12)**  
Dahrenhorst 2 A  
31311 Uetze  
Tel. (0 51 73) 9 81 20  
Fax (0 51 73) 98 12 13  
info@irenensee.de  
www.irenensee.de

**Camping am Waldbad (13)**  
Pferdeweg 2  
31787 Hameln  
Tel. (0 51 58) 27 74  
Fax (0 51 58) 9 82 61  
info@campingamwaldbad.de  
www.campingamwaldbad.de

**Ferienpark Solling Hardeggen (14)**  
Auf dem Gladeberg 1  
37181 Hardeggen  
Tel. (0 55 05) 55 85 (o. 22 72)  
Fax (0 55 05) 55 85

**Campingpark Wiesenbeker Teich (15)**  
Wiesenbeker Teich  
37431 Bad Lauterberg  
Tel. (0 55 24) 25 10  
Fax (0 55 24) 93 20 89  
info@campingwiesebek.de  
www.campingwiesebek.de

**Campotel aktiv entspannen (16)**  
Heidland 65  
49214 Bad Rothenfelde  
Tel. (0 54 24) 2 10 60-0  
Fax (0 54 24) 2 10 60-9  
info@campotel.de  
www.campotel.de

**Alfsee Ferien- und Erholungspark (17)**  
Am Campingpark 10  
49597 Rieste  
Tel. (0 54 64) 9 21 20  
Fax (0 54 64) 58 37  
info@alfsee.com  
www.alfsee.de



**Freizeitpark „Am Emsdeich“ (18)**  
Deichstr. 7 a  
26810 Westoverledingen  
Tel. (0 49 55) 92 00-40  
Fax (0 49 55) 92 00-41  
freizeitpark@westoverledingen.de  
www.ostfriesland-camping.de

**Camping am Deich (19)**  
26736 Krummhörn 1 - Upleward  
Tel. (0 49 23) 5 25  
Fax (0 49 23) 8 02 77  
info@camping-am-deich.de  
www.camping-am-deich.de

**Camping- und Bungalowpark Ottermeer (20)**  
Am Ottermeer 52  
26639 Wiesmoor  
Tel. (0 49 44) 94 98 93  
Fax (0 49 44) 94 92 96  
camping@wiesmoor.de  
www.wiesmoorcamping.de

**Nordseecamping Schillig (21)**  
26434 Schillig  
Tel. (0 44 26) 98 71 70  
Fax (0 44 26) 98 71 71  
camp-schillig@wangerland.de  
www.wangerland.de

**Nordseecamping Hooksiel (22)**  
Bädorstr  
26434 Hooksiel  
Tel. (0 44 25) 95 80 80  
Fax (0 44 25) 99 14 75  
camp-hooksiel@wangerland.de  
www.wangerland.de

**Campingplatz Alte Löweninsel (23)**  
Gut 1  
27389 Lauenbrück  
Tel. (0 42 67) 82 38  
Fax (0 42 67) 15 80  
hc@bothmer.com  
www.campingplatz-lauenbrueck.de



Foto: ECOCAMPING

23 Campingunternehmer haben als erste in Niedersachsen die Chancen erkannt, die eine ECOCAMPING-Zertifizierung ihnen für die weitere zukunftsfähige Entwicklung ihrer Betriebe bietet.

Fax (0 58 54) 16 40  
adac-camping-altgarge@t-online.de  
www.camping-urlaub.de

www.suedseecamp.de

**Campingpark Quellenbad (4)**  
Badeweg 3  
29640 Schneverdingen  
Tel. (0 51 99) 2 75  
Fax (0 51 99) 5 14  
Mobil (01 70) 9 05 44 41  
info@quellenbad.de  
www.quellenbad.de

**Campingplatz Zum Oertzewinkel (9)**  
Kreutzen 22  
29633 Munster  
Tel. (0 50 55) 55 49  
Fax (0 50 55) 13 53  
camping@oertzewinkel.de  
www.oertzewinkel.de

**Campingplatz „Auf dem Simpel“ (5)**

**Uhlenköpfer-Camp Uelzen (10)**  
Altes Dorf 24  
29525 Uelzen  
Tel. (05 81) 7 30 44

# 19 Campingplätze ausgezeichnet

Die Umwelt entlasten, Kosten sparen und gleichzeitig den Wunsch der Gäste nach Komfort und ungetrübter Urlaubsfreude erfüllen. Dass dies funktionieren kann, zeigen 19 schleswig-holsteinische Campingunternehmen, die das ECOCAMPING-Umweltmanagement in ihren Betrieben eingeführt haben. Im Rahmen einer feierlichen Abschlussveranstaltung im Kieler Haus der Wirtschaft wurden sie nun für ihr Engagement ausgezeichnet.

## Inter Camping

### Schuby-Strand (1)

24398 Schuby-Strand  
Tel. (0 46 44) 9 60 10  
Fax (0 46 44) 8 14  
g.braukmann@t-online.de  
www.schuby-strand.de

### Camping-Ferienpark California (2)

Deichweg 46  
24217 Schönberg  
Tel. (0 43 44) 95 91  
Fax (0 43 44) 48 17  
info@camping-california.de  
www.camping-california.de

## Naturcamping

### Spitzenort (3)

Ascheberger Str. 76  
24306 Plön  
Tel. (0 45 22) 27 69  
Fax (0 45 22) 45 74  
info@spitzenort.de  
www.spitzenort.de

## Campingplatz

### Triangel (4)

23758 Weißenhäuser Strand  
Tel. (0 43 61) 50 78 90  
Fax (0 43 61) 5 07 89 69  
info@campingplatz-triangel.de  
www.campingplatz-triangel.de

## Strandcamping

### Wallnau (5)

23769 Fehmarn  
Tel. (0 43 72) 99 16 16  
Fax (0 43 72) 18 29  
info@strandcamping.de  
www.strandcamping.de

## Camping

### „Am Deich“ (6)

Wenkendorf 13  
23769 Wenkendorf  
auf Fehmarn  
Tel. (0 43 72) 3 16 (Winter)  
Tel. (0 43 72) 7 77 (Sommer)  
Fax (0 43 72) 15 64  
inselurlaub\_hinz@lycos.de  
www.urlaub-in-der-ersten-reihe.de

## Camping-

### Südstrand (7)

23769 Meeschendorf a. F.  
Tel. (0 43 71) 21 89  
Fax (0 43 71) 49 90  
info@camping-suedstrand.de  
www.camping-suedstrand.de

## Insel-Camp

### Fehmarn (8)

23769 Meeschendorf a. F.  
Tel. (0 43 71) 5 03 00  
Fax (0 43 71) 50 30 10  
info@inselcamp.de  
www.inselcamp.de

## Camping

### Wulfener Hals (9)

23769 Landkirchen-Wulfen  
Tel. (0 43 71) 86 28 16  
Fax (0 43 71) 37 23  
vriechey@wulfenerhals.de  
www.wulfenerhals.de

## Camping

### Seekamp (10)

23779 Seekamp  
Tel. (0 43 65) 4 56  
Fax (0 43 65) 83 90  
info@camping-seekamp.de  
www.camping-seekamp.de

## Campingplatz

### Hohes Ufer (11)

Gut Godderstorf  
23779 Neukirchen  
Tel. (0 43 65) 9 73 33  
Fax (0 43 65) 9 73 34  
info@urlaub-mit-herz.de  
www.urlaub-mit-herz.de

## Eurocamping

### Zedano (12)

Anhalter Platz 100  
23747 Dahme  
Tel. (0 43 64) 3 66  
Fax (0 43 64) 83 59  
info@zedano.de  
www.zedano.de

## Camping

### Stieglitz (13)

Feriengebiet Zedano

23747 Dahme  
Tel. (0 43 64) 14 35  
Fax (0 43 64) 47 04 01  
post@camping-stieglitz.de  
www.camping-stieglitz.de

## Campingparadies

### Kellenhusen (14)

Gruber Weg 28  
23746 Kellenhusen  
Tel. (0 43 64) 81 40  
Fax (0 43 64) 67 28  
info@campingparadies-kellenhusen.de  
www.campingparadies-kellenhusen.de

## Campingplatz

### am Strande (15)

Sandberger Weg 94  
23730 Neustadt i. H.  
Tel. (0 45 61) 41 88



23829 Wittenborn  
Tel. (0 45 54) 17 57 (o. 14 13)  
Fax (0 45 54) 48 33  
petzold@naturcamping-weisser-brunnen.de  
www.naturcamping-weisser-brunnen.de

## Camping

### Nordsee (18)

Nordseestr. 90

Foto: ECOCAMPING



*Umweltschutz und Qualität im Norden: Ein Jahr lang haben sich 19 Campingunternehmer in Schleswig-Holstein im Sinne eines nachhaltigen Qualitätsmanagements für ihre Betriebe weitergebildet und das Erfahrene in die Praxis umgesetzt.*

Fax (0 43 61) 71 25  
am.strande@t-online.de  
www.amstrande.de

## Campingplatz

### Lanzer See (16)

Am Lanzer See 1  
21483 Basedow  
Tel. (0 41 53) 59 91 71  
Fax (0 41 53) 59 91 72  
info@camping-lanzer-see.de  
www.camping-lanzer-see.de

## Naturcamping

### Weißer Brunnen (17)

Kiefernweg 14

25761 Büsum  
Tel. (0 48 21) 73 73 35  
Fax (0 48 21) 73 73 33  
cn-marketing@camping-nordsee.de  
www.camping-nordsee.de

## Camping

### Silbermöwe (19)

Böhler Landstraße 179  
25826 St. Peter Ording  
Tel. (0 48 63) 55 56  
Fax (0 48 63) 33 15  
camping@silbermoewe.de  
www.silbermoewe.de

# 15 Unternehmen sind dabei

Auch in Brandenburg erhielten 15 Campingunternehmen als erste Betriebe in ihrem Bundesland die ECOCAMPING Auszeichnung für vorbildliches Umweltmanagement. Im Rahmen einer feierlichen Abschlussveranstaltung in Potsdam-Hermannswerder wurden sie so für ihre Leistungen innerhalb

Fax (0 39) 8 88-26 02  
wurlseecamping-lychen@web.de  
www.wurlseecamping-lychen.de

**Campingplatz „Am Dreetzsee“ (2)**  
Thomsdorf 37  
17268 Boitzenburger Land  
Tel. (03 98 89) 7 46 (o. 47 20)

Am Spring  
16247 Joachimsthal  
Tel. (03 33 63) 42 32  
Fax (03 33 63) 43 13  
spring@camppartner.de  
www.camppartner.de

**Campingplatz Parsteiner See (4)**  
Seestraße 1  
16248 Parstein  
Tel. (03 33 65) 3 62  
Fax (03 33 65) 3 62  
cp-see@t-online.de  
www.camping-parsteiner-see.de

**Campingplatz „Am Liepnitzsee“ (5)**  
Am Liepnitzsee 8  
16359 Lanke/Ützdorf  
Tel. (03 33 97) 7 33 97  
Fax (03 33 97) 67 12 01

**Country Camping Tiefensee (6)**  
Schmiedeweg 1  
16259 Tiefensee  
Tel. (03 33 98) 9 05 14  
Fax (03 33 98) 8 67 36  
info@country-camping.de  
www.country-camping.de

**Campingplatz Wolff (7)**  
Neue Siedlung 18  
15326 Alt Zeschdorf  
Tel. (03 36 02) 2 47  
Fax (03 36 02) 2 47  
wolffscamp@hotmail.com

**Camping- und Wochenendhausplatz „Am Schervenzsee“ (8)**  
Am Schervenzsee 1  
15890 Schernsdorf  
Tel. (03 36 55) 7 46  
Fax (03 36 55) 55 11  
camping@schervenzsee.de  
www.schervenzsee.de

**Naturcampingplatz Springsee (9)**  
Am Springsee 1  
15859 Storkow, OT Limsdorf  
Tel. (03 36 77) 4 40  
Fax (03 36 77) 6 20 93  
ncspringsee@aol.com  
www.springsee.de

**Campingplatz „Hölzerner See“ (10)**  
Weg zum Hölzernen See 2  
15741 Gräbendorf  
Tel. (03 37 63) 6 50 01



Fax (03 37 63) 6 53 33  
info@camping-dubrow.de  
www.camping-dubrow.de

**EuroCamp Spreewaldtor (11)**  
am Groß Leuthener See  
Neue Straße 1  
15913 Groß-Leuthen  
Tel. (03 54 71) 3 03  
Fax (03 54 71) 3 10  
info@eurocamp-spreewaldtor.de  
www.eurocamp-spreewaldtor.de

**Campingpark Sanssouci-Gaisberg (12)**  
An der Pirschheide 41  
14471 Potsdam  
Tel. (03 31) 9 51 09 88  
Fax (03 31) 9 51 09 88  
kontakt@campingpark-sanssouci-potsdam.com  
www.campingpark-sanssouci-potsdam.com

**Ferienpark und Campingplatz Riegelspitze (13)**  
Fercher Strasse  
14542 Werder-Petzow  
Tel. (0 33 27) 4 23 97  
Fax (0 33 27) 74 17 25  
info@campingplatz-riegelspitze.de  
www.campingplatz-riegelspitze.de

**Campingplatz Glindowsee (14)**  
Jahnufer 41  
14542 Werder (Havel)  
Tel. (0 33 27) 4 21 77  
Fax (0 33 27) 73 04 31  
info@hogab.de  
www.hogab.de

**Campingplatz Zeestow-Havelkanal (15)**  
Brieselanger Str. 1  
14641 Zeestow  
Tel. (03 32 34) 8 86 34  
Fax (03 32 34) 2 28 63  
info@campingplatz-zeestow.de  
www.campingplatz-zeestow.de



Foto: ECOCAMPING

15 Brandenburger Campingunternehmen signalisieren jetzt mit dem ECOCAMPING-Siegel am Eingang, dass sie ökonomisch und ökologisch gut aufgestellt sind und ihren Gästen entsprechende Qualität anbieten.

des Projekts ECOCAMPING Brandenburg belohnt.  
Wurlsee-Camping Lychen (1)  
Strelitzer Str. 5b  
17279 Lychen  
Tel. (0 39) 8 88-25 09

Fax (03 98 89) 5 51 06  
dreetzseecamping@t-online.de  
www.dreetzseecamping.de

**Campingplatz „Am Spring“ (3)**

**ABENTEUERLAND!**  
Spielplatzgeräte GmbH



32805 Horn Bad Meinberg  
Siemensstr. 3 Tel 05234 820 860 Fax 05234 820 861  
www.abenteuerland.de

# Das Paddelboot ist im Kommen

„Kanuwandern – eine der beliebtesten Aktivitäten“. Zu dieser Aussage kam schon 2003 die erste bundesweite Wassertourismusstudie, die das wassertouristische Potenzial in Deutschland untersucht hat und als Initialzündung für den Ausbau dieses Tourismussegmentes zu verstehen ist. Zur Erarbeitung dieser Grundlagenuntersuchung, dessen Auftraggeber das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit war, wurde der Bundesverband Kanutourismus (BKT) als Ansprechpartner für den Kanutourismus aktiv einbezogen. Die Studie ist im Internet aufzurufen unter [www.studiewassertourismus.de](http://www.studiewassertourismus.de). Detailliertere Daten liefert jetzt eine ganz neue, vom BKT mit Unterstützung des Bundeswirtschaftsministeriums erstellte Untersuchung, die Kanutourismusstudie.

Zwar ist die Kanutourismusbranche mit ihren 25 Jahren im Vergleich zu anderen Aktivurlaubsarten wie Wandern und Radfahren noch vergleichsweise jung, konnte in diesem Zeitraum aber ein hohes Wachstum verzeichnen, wie aus der Studie hervorgeht. Allein seit 1990 hat sich die Anzahl der Anbieter mehr als verdreifacht. Dass der Kanusport für Regionen mit geeigneten Gewässern auch ein erhebliches touristisches Potenzial beinhaltet, wird vielerorts selbst von den regionalen Tourismusvertre-

tern noch nicht ausreichend erkannt. Auch die Wirtschaftskraft des Kanutourismus wird, wie dies lange Jahre auch beim Radtourismus der Fall war, bislang häufig unterschätzt.

Der neuen Kanutourismusstudie zufolge gibt es immerhin fast 1,4 Millionen Kanuten in Deutschland. Davon gehören rund 328.000 Personen zur Gruppe derer, die eher selten paddeln gehen. Es verbleiben 985.000 Millionen aktive Kanuten, die diesem Hobby häufig nachgehen. Diese Gruppe teilt sich weiter auf (Erfahrungswerte aus Kanuregionen) in 533.000 „Mieter“, also Kunden der touristischen Anbieter, 69.000 aktive „Vereinskanuten“ (60 Prozent der insgesamt 115.000 Mitglieder im Deutschen Kanuverband (DKV) sowie 383.000 „Eigner“, unorganisierte Kanuten mit eigenem Boot. Die Anhänger dieser Freizeitsports – auch die gelegentlichen – erbringen immerhin einen touristischen Bruttoumsatz von 845 Millionen Euro pro Jahr – rund die Hälfte davon wird während der Fahrt ausgegeben, eventuelle Bootsleihgebühren sind darin nicht enthalten.

Dabei ist das relativ kostengünstige Kanufahren und -wandern laut der Studie nicht unbedingt ein „Sport für Arme“. Das durchschnittliche Haushaltseinkommen von Kanusportlern liegt sogar

höher als der Bundesdurchschnitt. Vielmehr sind es die direkte Nähe zur Natur und das Landschaftserlebnis, gleichzeitig auch ein wenig das sportliche Erleben und die körperliche Aktivität, die die für die Tourismusbranche interessanten Gelegenheits-

über Gewässer, Infrastruktur, Angebote und Service, respektive die Vermarktung des Kanutourismus.

Bundesweit gibt es laut Flussführer des Deutschen Kanu-Verbands insgesamt 40.000 Gewässerkilometer, die grundsätzlich für das Ka-

Foto: sun



*Kanusportler und -wanderer – auch die gelegentlichen – erbringen immerhin einen touristischen Bruttoumsatz von 845 Millionen Euro pro Jahr. Rund die Hälfte davon wird während der Fahrt ausgegeben, eventuelle Bootsleihgebühren sind darin nicht enthalten.*

Kanuten ins Paddelboot ziehen.

Schließlich endet Kanutourismus auch nicht an den Gewässerrändern, sondern umfasst regionale Angebote, die nicht unmittelbar mit dem Kanufahren in Verbindung stehen wie etwa Gastronomie und Übernachtungen oder Kulturangebote. Zum Kanutourismus gehört darüber hinaus auch die Information der Kanufahrer

nufahren in Frage kommen. Davon sind zirka 20.500 Kilometer für Kanuten uneingeschränkt ganzjährig befahrbar. Mit gut 4.000 Kilometern besitzt Niedersachsen vor Bayern (3.000 Kilometer) und Brandenburg (2.100 Kilometer) die meisten uneingeschränkt befahrbaren Kanugewässer in Deutschland (nur Fließgewässer). Durch die zunehmende Beliebtheit des Kanufahrens sind zumin-

## Recycling-Kunststoff: günstige Lösung auf lange Sicht



Ihre Ansprechpartnerin:  
Frau Stefanie Hanbuch  
WKR · Entenpfuhl 10  
67547 Worms  
Tel.: 0 62 41/4 34 51  
Fax: 0 62 41/4 95 79  
[info@wkr-gmbh.de](mailto:info@wkr-gmbh.de)  
[www.wkr-gmbh.de](http://www.wkr-gmbh.de)



Altstoffproduktions- und Vertriebsgesellschaft mbH

Außenmöbel • Abfallkörbe • Kindersitzgruppen • Spielhäuser • Sandkästen • Pflanzkübel • Palisaden/Pfähle

dest in den nachfrageintensivsten Zeiten, beispielsweise an Himmelfahrtswochenenden, Pfingsten und Wochenenden in den Sommerferien, auf den kanutouristisch stark nachgefragten Gewässern die Kapazitätsgrenzen teilweise bereits erreicht.

Grundsätzlich ist der Kanutourist durch eine hohe Umweltsensibilität gekennzeichnet. Umweltschutz ist Kanufahrern im Vergleich zum bundesdeutschen Durchschnitt ein deutlich wichtigeres Anliegen – das eint die Kanuten mit den Campern. Für zwei Drittel der Befragten

tourismus hängen nicht nur von geeigneten und befahrbaren Gewässern ab, sondern werden darüber hinaus auch maßgeblich durch die Infrastrukturausstattung (Quantität und Qualität) an den Gewässern bestimmt. Alleine die Gewässer sind kanutouristisch nur bedingt nutzbar und attraktiv, wenn Kanuten nicht mindestens eine Basisinfrastruktur vorfinden, die sie in die Lage versetzt, Boote ein- und auszusetzen, Hindernisse zu passieren, an interessanten Punkten anzulegen oder Pausen einzulegen. Zur ka-

Wehren und Schleusen und Parkplätze an den Ein- und Ausstiegsstellen.

Um Konflikte mit anderen Wassersportlern und dem Naturschutz zu vermeiden und gleichzeitig die Orientierung der Kanufahrer entsprechend ihrer Bedürfnisse wie Pausieren, Übernachten oder Vorpfehlung einkaufen oder Essengehen zu erleichtern, bieten sich Leitsysteme an. Sie funktionieren allerdings vor allem in Kombination mit dem parallelen Aufbau von Infrastruktur. Die Einführung eines bundeseinheitlichen, ergänzenden wasserseitigen Leitsystems wäre vor diesem Hintergrund wünschenswert. Leider fehlt es aber derzeit noch an einer bundesweiten Informationsplattform für die kanutouristischen Möglichkeiten in Deutschland. Von einer engeren Vernetzung des Kanutourismus mit dem regionalen Tourismus profitiert nicht nur der einzelne Anbieter, sondern der Kanutourismus insgesamt. Er kann nur dann eine starke Position erlangen, wenn er in der Region auch wahrgenommen wird.

Wie bei den Campern auch sind für die große Mehrheit der Kanuten Landschaft und Natur das mit Abstand wichtigste Motiv – das gilt für Vereinskanuten ebenso wie für vereinsungebundene Kanuten mit und ohne eigenes Boot. Im Mittelpunkt stehen dabei die Verbundenheit mit der Natur und die Schönheit der Landschaft. Wichtig sind darüber hinaus vielen Kanuten auch die Motive „Geselligkeit“ und der „hohe Erho-

lungswert“. Gerade Campingplätze sind daher nach wie vor für den Kanutourismus das mit Abstand wichtigste Übernachtungsangebot. Jeder zweite wünscht sich mehr Wasserwandererastplätze, fast 40 Prozent würden gerne mehr auf Biwakplätzen übernachten. Pensionen und Hotels werden von 14 Prozent der Befragten auf ihren Kanutouren in Anspruch genommen, allerdings überdurchschnittlich von Kanumietkunden (23 Prozent). Tendenziell nimmt das Bedürfnis nach festen Unterkünften mit zunehmendem Alter zu.

Jeder Zweite legt meistens an ausgewiesenen Rastplätzen, aber auch in der freien Natur an. Campingplätze werden von fast 45 Prozent der Befragten häufig als Anlegestelle genutzt. Jeder vierte legt häufiger an Gaststätten und in Orten und Städten an. Dass dies nur jeder vierte tut, ist aber nicht notwendigerweise auf Desinteresse zurückzuführen, sondern häufig auf eine fehlende Infrastruktur. Hier gibt es nach Erfahrungen vieler Kanuanbieter einen engen kausalen Zusammenhang zwischen der Infrastrukturausstattung und der Bereitschaft für Landgänge.

Kanutourismus ist in der Mehrzahl Tagestourismus. Nicht vereinsgebundene Kanuten führen im Jahr durchschnittlich sieben Tagestouren durch, bei Vereinskanuten liegt die Zahl mit 31 Touren pro Jahr dreimal so hoch. Mehrtägige Touren bis zu vier Übernachtungen werden im



Foto: sun

*Der Kanusport beinhaltet für Regionen mit geeigneten Gewässern auch ein erhebliches touristisches Potenzial, was aber leider vielerorts selbst von den regionalen Tourismusvertretern noch nicht ausreichend erkannt worden ist.*

ist Umweltschutz sehr wichtig, bundesweit liegt die Zahl nur bei 45 Prozent (Quelle: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Studie „Umweltbewusstsein in Deutschland 2004“).

Die Möglichkeiten des Kanu-

nutouristischen Infrastruktur zählen Ein- und Ausstiegstellen, Rastplätze, Übernachtungsmöglichkeiten (Camping- und Biwakplätze, Pensionen, Hotels), Ver- und Entsorgungsmöglichkeiten (Müll, Sanitär), Informationstafeln, Umtragungsmöglichkeiten an

## Mit „Voll-Gas“ in den Sommerurlaub

### Boie GmbH & Co. KG

Kanalstraße 24 · 23552 Lübeck  
Tel. (04 51) 15 03-0 · Fax 15 03-31  
e-mail info@boie.com · www.boie.com



Boie GmbH & Co. KG  
Gustav-Kunst-Straße 23  
20539 Hamburg  
Tel. (040) 78 42 26  
Fax (040) 78 42 34

Boie GmbH & Co. KG  
Gewerbegebiet Westring  
24850 Schuby  
Tel. (0 46 21) 4 18 48  
Fax (0 46 21) 4 18 26

Boie GmbH & Co. KG  
Wendebrück 11 c  
38110 Braunschweig/Wenden  
Tel. (0 53 07) 29 96  
Fax (0 53 07) 29 95

Boie GmbH & Co. KG  
Gusindeweg 6  
30163 Hannover  
Tel. (05 11) 66 21 20  
Fax (05 11) 66 21 20

Boie GmbH & Co. KG  
Oewerwischenweg 1  
18146 Rostock  
Tel. (03 81) 69 01 19  
Fax (03 81) 6 86 71 97

Vergleich dazu deutlich weniger durchgeführt. Die Zahlen liegen bei Vereinspaddlern

trifft den Service der Anbieter ebenso wie die Qualität der Angebote. Im Trend liegen



Foto: Kanucenter L. Krebs

**Stadtrundfahrt im Kanu: Lübeck lässt sich auch bequem von der Trave aus erkunden.**

bei 2,5 Kanu-Kurzurlauben im Jahr, bei nicht vereinsebenen Kanuten nur bei einem Kanu-Kurzurlaub. Kanutouren mit fünf und mehr Übernachtungen bilden einen nur verschwindend geringen Anteil. Eine genaue Quantifizierung des kanutouristischen Nachfragevolumens in Deutschland ist nur schwer möglich, da der Kanutourismus durch einen hohen Grad an nichtorganisier-

maßgeschneiderte, auf die individuellen Belange der jeweiligen Kunden zugeschnittene Komplettangebote. Vor allem für den Erfolg mit standardisierten Kanureisen (Pauschalen mit festen Terminvorgaben, Konditionen und Bausteinen) wird eine eindeutige Zielgruppen- und Themenausrichtung zunehmend wichtiger. Dazu zählen spezielle Eltern-Kind-Angebote ebenso wie Reiseangebo-



Foto: 100% Kanu+Bike

**Bundesweit gibt es laut Flussführer des Deutschen Kanu-Verbands insgesamt 40.000 Gewässerkilometer, die grundsätzlich für das Kanufahren in Frage kommen - teilweise vor atemberaubend schöner Kulisse wie hier auf dem Neckar.**

ten Kanufahrern gekennzeichnet ist. Grundsätzlich wird von den Kunden mehr Qualität gefordert. Qualität steht auf Platz 1 der Prioritätenskala vieler Kunden, noch vor der Infrastrukturentwicklung. Dies be-

trifft die Generation 50Plus, denn vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung kann davon ausgegangen werden, dass der Anteil an älteren Kanuten wachsen wird. Es handelt sich dabei weniger um späte Neu-

# Schluss mit Wildkraut

**Schnell. Schonend. Ohne Chemie.**

## Wildkraut-Hex AS 50 B1/4T

**Beseitigt schnell, schonend und ohne Chemie Wildkraut zwischen Verbundsteinen, an Bordsteinkanten und Verkehrsflächen.**

- B+S-4-Takt-Motor, max. 4,4 kW (6 PS)
- Stahlbürste mit Pendelfunktion
- stufenlose Geschwindigkeitsregulierung VARIOMAT
- Bürstdruck zentral einstellbar
- Arbeitsbreite 50 cm
- mit Auffangsack



## AS 800 FREERIDER

**Der Aufsitz-Geländemäher**  
**Alles und überall mähen...**

- B+S-Einzylinder-4-Takt-OHV-Motor, max. 10 kW (13,5 PS)
- Elektrostart
- Hydraulikgetriebe m. Differential, Differentialsperre
- Schnittbreite 80 cm
- zentrale Schnitthöhenverstellung
- sehr hohe Steigfähigkeit
- Doppelmessersystem



[www.as-motor.de](http://www.as-motor.de)

**Fragen Sie auch nach dem aktuellen samix-Häckslerprogramm!**

### Interessiert?

Mehr Infos, Prospekte, Händlerverzeichnis... unter **Service-Telefon:**

**07977 / 71-112**

*Nur über den Service-Fachhandel.*

**AS-MOTOR GERMANY GmbH & Co KG**  
Lindenstraße 95  
74420 Oberrot  
Tel. 07977/71-0  
Fax 07977/71-259

**AS MOTOR**  
naturverbundene Technik

einsteiger, sondern vornehmlich um erfahrene Kanufahrer, die auch im höheren Alter aufgrund ihres guten Fitnesszustandes weiterhin Kanutouren unternehmen werden. Dies führt zu einem stei-

muss die Möglichkeit des Zeltens und Sanitäreinrichtungen bieten. Da derzeit die Ausweisung von Biwakplätzen in einer rechtlichen Grauzone stattfindet, wird dringend empfohlen, eine

Rastplätze und Biwakplätze sind für Kanutouristen aber grundsätzlich auch Gemeinden interessant, bieten sie doch die Möglichkeit der Versorgung und der Entdeckung des Ortes und seiner Sehenswürdigkeiten.

Grundsätzlich sollte gerade bei der Schaffung von Kanurastplätzen auf Synergien mit dem Rad- und Wandertourismus (und umgekehrt) geachtet werden. Häufig sind Standorte am Wasser auch für die anderen genannten Nutzungsformen sehr attraktiv, so dass mit einem attraktiven Rastplatz daher häufig die Interessen mehrerer Nutzergruppen bedient werden können.

In einem engen kausalen Zusammenhang mit der Standortauswahl steht die Frage der Betreuung. Vor dem Hintergrund der Bewirtschaftungskosten und der Kontrollwahrnehmung sollte geprüft werden, ob vor Ort bereits vorhandene Möglichkeiten genutzt werden können, beispielsweise ob und in welcher Form es möglich ist, ortsansässige Kanuvereine mit einzubinden. Auch die Nutzung von Sportboothäfen sollte geprüft werden. Eine andere Möglichkeit ist die Kombination mit anderen gewerblichen Nutzungen, also die Betreuung eines Biwakplatzes durch einen ortsansässigen Gastronomie- oder Hotelbetreiber. Häufig sind aber die Möglichkeiten vor Ort nicht so, dass auf vorhandene Einrichtungen zurückgegriffen werden kann. Hier bieten sich dann vor al-

lem Gemeinschaftslösungen an wie Betreiberzusammenschlüsse der Kanuanbieter, eine kommunale Betreuung (auch im Zusammenhang mit bereits vorhandenen Nutzungen wie etwa Badestellen), eine Mischbetreuung durch Anbieter und Kommunen mit entsprechender Aufteilung der anfallenden Aufgaben, gegebenenfalls auch die Einbindung von Naturparks. Zukünftig sollten auch einheitliche Piktogramme verwendet werden, vor allem im Hinblick auf gewässerübergreifende Wiedererkennungseffekte.

Um Kanutouristen mehr Transparenz zu bieten, wird die Einführung eines Klassifizierungssystems vorgeschlagen. In Zusammenarbeit zwischen Kanutourismus und Kanusport sollte ein Katalog mit Klassifizierungskriterien für Kanuwander-Rastplätze und Biwakplätze entwickelt werden. In Anlehnung an das Klassifizierungssystem der Gelben Welle, einem bundesweiten Informationssystem für wassertouristische Angebote, sollte auch im Hinblick auf Wiedererkennungseffekte die Verwendung von Sternen in Betracht gezogen werden (1 Stern sehr einfache Ausstattung, 5 Sterne sehr gute Ausstattung). Für Campingplätze und Kanuvereinsstationen, Hotels und Pensionen entlang von Gewässern bietet sich durch den Kanutourismus die Möglichkeit der Erschließung zusätzlicher Nachfragepotenziale. Es wird empfohlen, möglicherweise als Bestand-



Foto: Bundesvereinigung Kanutouristik e.V.

**Kanufahren ist auf keine Altersklasse beschränkt – schon Kindern lässt sich beim Spaß auf dem Wasser gleichzeitig so manches direkte Naturerlebnis vermitteln.**

genden Komfortbedürfnis nach festen Übernachtungseinrichtungen. Zunehmend an Beliebtheit gewinnen Einwegfahrten und in diesem Zusammenhang Kombiangebote vor allem mit dem Rad. Bislang beklagen viele Paddler in den für mehrtägige Kanutouren geeigneten Regionen den Mangel an fehlender oder nicht ausreichender Ausstattung mit kanugeeigneten Campingplätzen. Biwakplätze sind Kanuwander-Rastplätze mit der zusätzlichen Möglichkeit der Übernachtung für maximal eine Nacht. Ein Kanuwander-Rastplatz kann, aber muss nicht auch gleichzeitig ein Biwakplatz sein. Ein Biwakplatz

bundesweit einheitliche Rechtsgrundlage für die Ausweisung von Biwakplätzen zu schaffen und dabei auch eine klare Abgrenzung zu den länderspezifischen Campingplatzverordnungen vorzunehmen.

Die Standortfindung für Kanu-Rastplätze und Biwakplätze ist abhängig von den spezifischen Bedingungen vor Ort, zum Beispiel ob und wie viele Anrainergemeinden es an dem Gewässer gibt, Distanzen zwischen den Gemeinden, Tabuzonen, Betretungsverbote durch den Naturschutz, Gewässerbedingungen. Besonders attraktiv sind Plätze in der freien Natur. Als Standorte für Kanu-

## Wintertaugliche Ver- und Entsorgungsstationen



Wir stellen aus: Auf dem Caravan-Salon Düsseldorf und auf der Camp Ground Friedrichshafen

... von **elomat**  
... ganz schön praktisch  
direkt vom Hersteller



**hygienja**<sup>®</sup>

Die zentrale Ver- und Entsorgungsstation für Wohnmobile



**Campolino**

Die andere Ver- und Entsorgungsstation für 1-2 Stellplätze



**QUATRO**

Die Praktische aus Edelstahl für 1-4 Stellplätze

Herstellung und Vertrieb:  
**Elomat Wassertechnik GmbH**  
Mättich · Elomatstraße 10  
D-77880 Sasbach  
Telefon 0 78 41 / 20 77 - 0  
Telefax 0 78 41 / 20 77 - 22  
[wittenauer@elomat.de](mailto:wittenauer@elomat.de)  
[www.elomat.de](http://www.elomat.de)

teil des Qualitäts- und Umweltsiegels einen Baustein „kanugerechte Unterkunft“ zu entwickeln. Dazu bedarf es der Entwicklung eines Kriterienkataloges, der die Belange von Kanutouristen besonders berücksichtigt wie beispielsweise die sichere Lagerung der Boote. Um Kanutouristen deutlich zu machen, dass es sich um eine kanugerechte Unterkunft handelt und als Marketinginstrument könnte – analog zum „bett & bike“ des ADFC – für den Kanutourismus ein ähnlicher Ansatz mit Piktogrammen gewählt werden.

Aber auch zukünftig wird der Campingplatz der wichtigste Übernachtungsstandort für

ce für die Entwicklung des Tourismus und damit verbundener regionalwirtschaftlicher Effekte bietet. Die Erkenntnisse aus den ökonomischen Untersuchungen belegen eindeutig, Investitionen in den Kanutourismus lohnen sich für Anbieter wie auch Regionen, wenn die entsprechenden Gewässer Voraussetzungen vorhanden sind. Kanutourismus ist keinesfalls der Wassertourismus für „Arme“, die sich kein Motorboot leisten können, sondern wird von allen gesellschaftlichen Schichten ausgeübt. Die Entscheidung für das Kanufahren ist deutlich stärker als bei motorbetriebenen Bootstouren auch



Foto: Kanu-Schumacher

*Kanusport ist leicht zu lernen, in der Regel relativ ungefährlich und umweltfreundlich – und Kanuwanderer übernachten am liebsten auf Campingplätzen.*

Kanutouristen sein. Der Qualitätsansatz für feste Unterkünfte könnte auch auf Campingplätze übertragen werden. Dies würde bedeuten, dass die Campingplätze am Wasser, die für Kanutouristen ein spezielles Angebot anbieten, besonders gekennzeichnet werden. Kanugerechte Campingplätze müssten sich vor allem dadurch auszeichnen, dass für Kanutouristen eine geeignete Fläche zum Zelten und ein Platz für die Boote in unmittelbarer Wassernähe ausgewiesen wird. Die Untersuchungen im Zusammenhang mit der Grundlagenstudie haben deutlich gezeigt, dass der Kanutourismus in Deutschland eine Zukunft hat und gerade für die überwiegend ländlich strukturierten Kanuregionen eine Chan-

eine Entscheidung für eine naturverbundene Aktivität und Tourismusform. Im Interesse eines nachhaltigen Tourismus muss dazu zukünftig der Fokus noch stärker auf Qualität gelegt werden. Mehr noch als in anderen Tourismusbereichen bedeutet Qualitätssicherung im Kanutourismus auch Zukunftssicherung. Die Kanutourismusstudie kann im Internet unter unten angegebener Adresse heruntergeladen werden.

**Information:**  
**Bundesvereinigung Kanutouristik e.V.**  
 Lahntalstrasse 45  
 35096 Roth  
 Tel. (0 64 26) 92 80 45  
 Fax (0 64 26) 92 80 44  
 info@kanutouristik.de  
 www.kanutouristik.de



Internationale Fachmesse für  
 Campingwirtschaft  
 International Trade Fair for the  
 Camping Industry

**14. - 16. Sept. 2005**

**NUR FÜR FACHBESUCHER  
 FOR TRADE VISITORS ONLY**

**Neue Ideen und Marketingwege für  
 Campingunternehmer!  
 Bieten Sie mehr Service, schaffen Sie  
 Erlebnisse und Komfort,  
 sichern Sie sich zufriedene Gäste.**

**Der Branchentreffpunkt für  
 Unternehmer und Betreiber von:**

- Campingplätzen ■ Reisemobilhäfen
- Freizeitanlagen

**Die Plattform für Ausstattung,  
 Zubehör und Service:**

- Sanitär & Hygiene
- Wellnessanlagen
- Galabau & Architektur
- Gastronomie
- Mobilheime & Fertigbau
- Automaten
- Barrierefreie Ausstattung
- Mobiliar
- Sicherheit & Überwachung
- Entsorgung
- Shopausstattung & -zubehör
- Umwelttechnik
- Internet- & Softwarelösungen
- Mobilität
- Konzept & Beratung
- Entertainment

**...und Workshops, Exkursionen, Diskussionen**

Hohe Synergie-Potentiale durch die  
 Parallel-Veranstaltung **PLAY & LEISURE**  
 Internationale Fachmesse für  
 Spielgeräte und Freizeitanlagen  
[www.play-leisure.de](http://www.play-leisure.de)



Neue Messe 1  
 88046 Friedrichshafen  
 Deutschland  
 Tel. +49 (0) 7541 708-0  
 camp-ground@messe-fn.de  
[www.camp-ground.de](http://www.camp-ground.de)

# Chancen und Probleme bei Förderdarlehen

Bei größeren Investitionsvolumina ist häufig eine Bankenfinanzierung kaum vermeidbar. Da die Höhe des Zinssatzes für die Rentabilität des Vorhabens eine wichtige Rolle spielt, war in der Vergangenheit der Einsatz zinsgünstiger Förderkredite, zum Beispiel von der KfW – Kreditanstalt für Wiederaufbau – vorteilhaft. Die KfW hat nun wesentliche Produkte auf ein System „risikogerechter Zinssätze“ umgestellt. Es ist zu erwarten, dass sich der Banken- und Sparkassensektor hier mit eigenen Produkten

formiert oder es kam sogar zu offen ausgesprochenen Weigerungen, diese einzusetzen. Dies ist auch vor dem Hintergrund des Bemühens vieler Bankinstitute zu sehen, ihre Kapitalrendite durch Erhöhung der Zinsmargen zu verbessern.

Gemäß eigenem Bekunden „vollzieht die KfW auf Seiten der Förderkredite nur das nach, was bei Bankkrediten bald die Regel sein wird“ (KfW-Schreiben vom 08.11.2004). Eine semantische Meisterleistung. Wie kann ein in der Zukunft erwartetes Ereignis in der Gegenwart nachvollzogen werden? Tatsächlich tritt die Anstalt öffentlichen Rechts KfW (de facto also der Staat) als „Trendsetter“ bei der schwierigen Durchsetzung risikodifferenzierter Zinssätze an den Kreditmärkten auf. Risikodifferenzierte Zinssätze bei den Förderkrediten sollen „dazu beitragen, dass sich die Unternehmen schneller an die neuen Gegebenheiten anpassen“, so die KfW.



Foto: Riechey

Der Unternehmensberater Dr. Gunter Riechey hat sich auf die Campingbranche spezialisiert.

anpasst. Worum geht es dabei und welche Auswirkungen hat dies bei einer künftigen Kreditfinanzierung auch in der Campingbranche?

## Der Hintergrund

In den letzten Jahren ist die Ausreichung der vom Zinssatz her sehr attraktiven Kreditprodukte der KfW ständig zurückgegangen. In den konkreten Kreditverhandlungen der Unternehmer mit Banken und Sparkassen ergab sich häufig, dass die von der KfW fixierte Marge von 0,7 bis 0,9 Prozent im Vergleich zu eigenen Kapitalmarktprodukten der Banken und Sparkassen von diesen als zu niedrig eingeschätzt wurde. Deshalb wurden die Kunden nicht selten über die Förderkredite nicht mehr ausreichend in-

## Wovon hängen die risikogerechten Zinsen ab?

Statt der Gültigkeit der früher einheitlichen, von der KfW festgelegten und in der Regel sehr günstigen Zinssätzen ermitteln künftig die Banken und Sparkassen des Kreditnehmers den Zinssatz.

Bei der Feststellung wird berücksichtigt:

- die wirtschaftlichen Verhältnisse Ihres Unternehmens,
- die für das Vorhaben gestellten Sicherheiten.

Dabei gilt der Grundsatz: je besser die wirtschaftlichen Verhältnisse Ihres Unternehmens und je werthaltiger die gestellten Sicherheiten, desto niedriger ist der Zinssatz. Während die Banken einen einheitlichen Zinssatz an die KfW zahlen, wird diesen eine differenzierte Bankmarge je nach Preisklasse gewährt, die sich aus der Besicherungs-kategorie und Bonitäts-

klasse ableitet.

Bei einem Zinssatz für den Endkreditnehmer zwischen 2,8 und 5,4 Prozent verbleibt für die Banken und Sparkassen aufgrund der definierten Bankeneinstandssätze eine Marge zwischen 0,6 und 3,5 Prozent.

## Für welche Programme gilt das neue risikogerechte Zinssystem?

Programme der KfW Mittelstandsbank:

- Unternehmerkredit
- ERP-Regionalförderprogramm

lage Ihres Unternehmens. Dies sind in der Regel aktuelle Jahresabschlüsse, betriebswirtschaftliche Auswertungen oder gegebenenfalls Einnahme-Überschuss-Rechnungen.

Auf dieser Basis schätzt sie ein, welches Risiko mit der Kreditvergabe an Ihr Unternehmen verbunden ist. Zusätzlich fließen weitere Faktoren ein, die nach Einschätzung der Hausbank die Zukunftsaussichten Ihres Unternehmens beeinflussen. Die Hausbank verwendet zur Risikoeinschätzung so genannte Ratingverfahren oder andere Bewertungsmodelle.

Tabelle 1: Bonitätsklassen			
Böni-täts-klasse (KfW)	Bonitäts-einschätzung durch die Hausbank	Risikoein-schätzung durch die Hausbank	1Jahres-Ausfall-wahrschein-keit
1	sehr gut	niedrig	bis 0,3 %
2	gut	gering	> 0,3 % - 0,9 %
3	befriedigend	mittel	> 0,9 % - 1,5 %
4	ausreichend	mittel	> 1,5 % - 2,5 %
5	noch ausreichend	erhöht	> 2,5 % - 4,5 %
6	gerade noch ausreichend	hoch	> 4,5 %

Quelle: KfW – Risikogerechtes Zinssystem – Anlage zur Konditionenübersicht für den Endkreditnehmer

- Unternehmerekapital – Kapital für Arbeit und Investitionen – Fremdkapitaltranche

Programme der KfW Förderbank:

- KfW-Umweltprogramm
- ERP-Umwelt- und Energiesparprogramm
- Programm zur Förderung erneuerbarer Energien
- BMU-Programm zur Förderung von Demonstrationsvorhaben

## Wie legt die Hausbank den risikogerechten Zins für Ihren KfW-Förderkredit fest?

Ihre Hausbank geht dabei in drei Schritten vor:

**1. Schritt:** Ihre Hausbank prüft die wirtschaftlichen Verhältnisse Ihres Unternehmens (Bonität).

Dazu benötigt sie Unterlagen zur Vermögens- und Ertrags-

Auf dieser Grundlage ordnet Ihre Hausbank Ihr Unternehmen in sogenannte Bonitätsklassen ein (siehe Tabelle 1). Beispiel: Die Hausbank schätzt die wirtschaftlichen Verhältnisse als „befriedigend“ ein. Im Ratingverfahren hat sie eine Ein-Jahres-Ausfallwahrscheinlichkeit von 1,0 Prozent ermittelt. Daraus ergibt sich die Bonitätsklasse 3.

**2. Schritt:** Ihre Hausbank prüft die vorgesehenen Sicherheiten.

Die für den Kredit vorgesehenen Sicherheiten, zum Beispiel Grundschulden oder Sicherungsübereignungen, werden von der Hausbank bewertet. Hierbei schätzt sie ein, welcher Anteil des Kredits durch erwartete Erlöse aus den Sicherheiten abgedeckt werden kann (Werthaltigkeit der Besicherung). Im Wesentlichen kommt es auf den erwarteten Wiederverkaufswert an. Dieser wird

## Tabelle 2: Besicherungsklassen

Besicherungsklasse (KfW)	Werthaltige Besicherung
1	> 80 %
2	> 50 % und < 80%
3	> 30 % und < 50%
4	< 30 %

Quelle: KfW – Risikogerechtes Zinssystem – Anlage zur Konditionenübersicht für den Endkreditnehmer

unter anderem beeinflusst durch die Art der Sicherheit, die Höhe der nutzungsbedingten Wertminderung, die Marktgängigkeit und den allgemeinen technischen Fortschritt. Auf dieser Grundlage ordnet die Hausbank die Sicherheiten in sogenannte Besicherungsklassen ein (siehe Tabelle 2).

Beispiel: Die Hausbank ermittelt, dass eine Grundschuld den Kredit zu 60 Prozent abdeckt. Daraus ergibt sich die Besicherungsklasse 2.

**3. Schritt:** Ihre Hausbank ermittelt den Preis für Ihren Förderkredit.

Durch Kombination von Bonitätsklasse und Besicherungsklasse ermittelt die Hausbank die Preisklasse Ihres Förderkredits. Jede Preisklasse deckt eine Bandbreite ab, innerhalb derer Ihr individueller Zinssatz liegt (Angebotszinssatz Ihrer Hausbank). Die Bandbreite wird durch eine feste Zinsobergrenze abgeschlossen. Die Zinsober-

grenzen der jeweiligen Preisklassen werden von der KfW in ihrer Konditionenübersicht veröffentlicht.

Als Grundsatz gilt: je niedriger das Ausfallrisiko innerhalb einer Bonitätsklasse und je werthaltiger die Besicherungsklasse, desto niedriger fällt Ihr individueller Zinssatz aus (siehe Tabelle 3).

Beispiel: Bei einer Bonitätsklasse 3 und einer Besicherungsklasse 2 ergibt sich die Preisklasse E.

Im folgenden Preisbeispiel darf in diesem Fall (Preisklasse E) der Zins des Förderkredits einen Zinssatz von derzeit 4,05 Prozent p.a. (4,9 Prozent effektiv) nicht überschreiten; er kann sehr wohl darunter liegen (siehe Tabelle 4).

### Wie gehen Sie mit dem neuen Zinssystem um?

Auch nach dem neuen System ist es also noch möglich, Kredite zu deutlich gün-

stigeren Konditionen zu bekommen, als sie üblicherweise von Banken und Sparkassen angeboten werden beziehungsweise kann für die Hausbank der Anreiz größer sein, entsprechende Kredite der KfW einzubeziehen.

Allerdings sind die Erfahrungen mit diesem neuen System noch gering, obwohl alle Banken sich seit einiger Zeit um ein Rating ihrer Kunden bemühen. Bei der Beur-

schlüsse nicht ausreichend aussagefähig, weil beispielsweise der Steuerberater bei der Aufstellung nur das Finanzamt und nicht auch die Präsentation gegenüber externen Kreditgebern im Blickfeld hatte. Häufig muss um ein angemessenes und nun unmittelbar zinsbeeinflussendes Ratingergebnis auch gerungen werden.

Der Verfasser bietet Beratungsleistungen bei größeren

## Tabelle 4: Preisbeispiel Unternehmerkredit

Preisklasse (KfW)	Maximaler Zinssatz des Förderkredits <sup>1</sup>
A	2,60 %
B	2,95 %
C	3,25 %
D	3,55 %
E	4,05 %
F	4,75 %
G	5,45 %

<sup>1</sup> Die Nominalzinssätze in dieser Übersicht sind Preisbeispiele für den „Unternehmerkredit“ mit zehn Jahren Laufzeit und zwei tilgungsfreien Jahren (Stand: 10.06.2005). Welcher Zins im risikogerechten System tatsächlich zum Tragen kommt, ist abhängig von den am Tag der Kreditzusage der KfW gültigen Konditionen. Die jeweils gültige Konditionenübersicht finden Sie unter [www.KfW-mittelstandsbank.de](http://www.KfW-mittelstandsbank.de) oder [www.KfW-foerderbank.de](http://www.KfW-foerderbank.de).

teilung Ihres Engagements bei der Hausbank kommt es auch darauf daran, wie Sie sich selbst als Unternehmen aufstellen und präsentieren. Sie können nicht davon ausgehen, dass dies automatisch und zu ihren Gunsten abläuft. Banken müssen die Vermögens- und Ertragslage beurteilen sowie weitere Faktoren einbeziehen, die die Zukunftsaussichten des Unternehmens beeinflussen. Bei der Aufbereitung dieser Informationen kann es sinnvoll sein, externen Rat einzuholen. Immer noch sind in vielen Fällen die Jahresab-

Investitions- und Finanzierungsvorhaben mit seinem auf die Campingbranche spezialisiertem Beratungsbüro an und ist Vizepräsident des BVCD. Unternehmensberatungen können nach wie vor durch Beratungszuschüsse vom Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) in Höhe von 40 bis 50 Prozent bezuschusst werden.

**Information:**  
Unternehmensberatung  
Dr. Gunter Riechey  
Holstenstr. 15  
25335 Elmshorn  
Tel. (0 41 21) 25 25 22

## Tabelle 3: Preisklassen

Bonitätsklasse (KfW)	1	1	2	1	3	1	2	4	2	3	5	2	3	4	6	3	4	5
Besicherungsklasse (KfW)	1	2	1	3	1	4	2	1	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2
Preisklasse (KfW)	A	B	C	D	E	F	G											

## Reinigen mit System !



**Handgeführt**



**Aufsitzer Dieselmotor**



**vielseitig als Traktor**



**Der Systemanbieter**

**ISEKI Maschinen GmbH**  
Rudolf Diesel-Str. 4-6 / 40670 Meerbusch / Tel.: 02159 52050 /  
Fax: 02159 520512 / Internet: [www.iseki.de](http://www.iseki.de) / E-mail: [info@iseki.de](mailto:info@iseki.de)

# Durch Einkaufsvorteile die Zukunft sichern

„Der Gewinn liegt im Einkauf“. Diese alte Kaufmannsregel wird in einer Zeit von „Camper Money“ und „Camping Cheque“ geradezu auf den Kopf gestellt. Hier gilt es nicht, den höchsten Preis zu erzielen, sondern den größten Rabatt zu gewähren, um überhaupt noch Geschäfte machen zu können.

Doch wer günstig einkauft, kann auch marktgerecht verkaufen, ohne auf seinen dringend notwendigen Gewinn für Zukunftsinvestitionen zu verzichten. Hier kommt der Campingbranche eine Einkaufsgenossenschaft gerade recht, die außerdem auch noch praktische Erfahrungen nachweisen kann: die Einkaufskooperation Xandriion. Sie ist eine Vereinigung von niederländischen Campingunternehmen, die äußerst erfolgreich arbeitet und vom niederländischen Bundesverband Recron größte Anerkennung genießt.

Xandriion® ist eine effiziente Informations- und Einkaufskooperation, die vor allem mittleren und kleineren Unternehmen ermöglicht, kostengünstig Produkte zu erwerben. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um Bürobedarf, Strom, Mobiliar oder Versicherungen handelt – bei Xandriion steht der gemeinschaftliche Einkauf im Vordergrund mit dem Ziel, durch ein möglichst hohes Produktvolumen günstige

Konditionen und erheblich verbesserte Serviceleistungen beim Anbieter zu erhalten.

In den Niederlanden verhandelt Xandriion® ein jährliches Einkaufsvolumen der angeschlossenen Unternehmen von mehr als 60 Millionen Euro, darunter für 325 angeschlossene Campingplatzbetreiber. Eine webbasierte, passwortgeschützte Plattform für jede Branche gewährleistet einen günstigen, zeitsparenden, qualitativ hochwertigen und vor allem bedarfsgerechten Einkauf sowie einen schnellen Informations- und Knowledgetransfer.

der Teilnehmer untereinander – und das rund um die Uhr, überall und papierlos. Zusätzlich bietet Xandriion® jegliche Unterstützung bei Problemen.

Diese Firma hat in Deutschland bereits eine Tochtergesellschaft mit dem Geschäftsführer Axel Thielen gegründet und schickt sich nun an, den Deutschen Campingmarkt zu erobern. Sie bietet den Campingunternehmen die Einkaufsvorteile aus gut

60 Rahmenverträgen mit Produkten von A wie Autos bis Z wie Zwischenzähler.

Sie wird auch in Deutschland erfolgreich werden, weil sie nach dem „win-win-Prinzip“ arbeitet. Das bedeutet, sie nimmt nur erfolgreiche Campingunternehmen und erfolgreiche Anbieter als Partner.



Das Ganze ist mit einem sehr regen E-Mail-Austausch verbunden. Auf diese Weise weiß diese Firma mehr und schneller über wichtige Entwicklungen auf dem Campingmarkt Bescheid als alle Verbände. Selbstverständlich hat alles seinen Preis. Je nach Menge der in Anspruch genommenen Rahmenverträge, zum Beispiel fünf bis

zehn Verträge, werden 999 Euro Beitrag fällig bis zu 2500 Euro für über 41 genutzte Verträge.

Diese Einkaufskooperation richtet sich an tatkräftige Camping-Unternehmer, die in Einkaufsbelangen zu intensiver Zusammenarbeit bereit sind. Das sollen folgende Auswahlkriterien sichern. Die Voraussetzungen zur Teilnahme sind:

- Mitgliedschaft im BVCD (durch den Landesverband);
- die Bereitschaft, genau wie alle anderen Teilnehmer rechtzeitig und vollständig die eigenen Einkaufskennnisse auf strikt vertraulicher Basis mit der Xandriion® Einkaufsplattform zu teilen;
- bestes, objektives und nachweisbares Qualitätsverhältnis ist Ausgangspunkt für die Lieferantwahl – auch wenn das bedeutet, das ein bestehender Lieferant ausgetauscht wird;
- Unterstützung, Professionalität und Disziplin der Teilnehmer innerhalb der Organisation für eine aktive Teilnahme.

Wenn Campingunternehmen sich in diesen Ausgangspunkten erkennen und ernsthaft an einer Teilnahme interessiert sind, wird immer zuerst eine „online Vorteilsberechnung“ vom betreffenden Unternehmer ausgefüllt. So kann nahezu realistisch bestimmt werden, wie viel Einkaufsvorteil das Campingplatzunternehmen realisieren kann.

Diese Voraussetzungen sind gut geeignet, dass diese Firma auch in Deutschland ihren Weg machen wird und die Campingverbände und deren Mitglieder von diesem attraktiven Angebot bei entsprechender aktiver Mitarbeit profitieren können.

**Information:**

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

**CETEC**  
Hersteller von Qualitätsprodukten für In- & Outdoor Entertainment

- Mehrfeld-Trampolinanlagen
- Kletterwände mit automatischem Sicherungssystem
- Elektro-Karts, Kart-Parcours
- Hochseilgarten "Sky-Trail"
- Großspiele
- Kletterberge
- Multifunktionsfelder u.v.m.

**CETEC-SYSTEMS GmbH**  
Sülkampweg 23  
32278 Kirchlengern  
Tel.: 05223/9 63 40, Fax: -96 34 20  
[www.cetec-systems.de](http://www.cetec-systems.de)

# Aus- und Weiterbildung in Brandenburg

## TAB – Tourismusakademie Brandenburg

Die TAB führt wieder Seminare zur Ausbildung zum „Qualitäts-Trainer“ STUFE II sowie zum „Qualitäts-Coach“ STUFE I im Rahmen der Servicequalität Brandenburg durch.

Die Kosten für das Seminar Stufe I belaufen sich auf 130 Euro netto, für die Stufe II auf 200 Euro netto.

Ab 2006 werden sich die Seminarkosten auf 295 Euro pro Seminar erhöhen. Für alle Verbandsmitglieder besteht noch die Möglichkeit, sich in diesem Jahr für

ein Seminar anzumelden.

## Ausbildung im neuen Beruf

Der neue Ausbildungsberuf „Kaufmann/-frau für Touristik und Freizeit“ wird unter anderem von der Schule für Touristik in Berlin angeboten. Sie richtet ihre Schulzeiten nach dem Saisonverlauf der Unternehmer. Interessierte können sich unter Telefon (0 33 27) 4 23 97 an das Vorstandsmitglied Fanny Kinkel vom Ferienpark & Campingplatz Riegelspitze wenden.

Pressereise ist auf der Homepage zu finden: [www.brandenburgcamping.de](http://www.brandenburgcamping.de) unter der Rubrik „Presse“.

Der Verband verspricht sich von dieser Pressereise spürbar mehr Aufmerksamkeit für die Urlaubsregion zwischen Berlin und dem Spreewald. Zudem möchte der VCB den Reisemobil- und Kanutourismus stärker mit dem Besuch der zumeist in einzigartigen landschaftlichen Lagen gelegenen Brandenburg Campingplätze vernetzen und damit das Reiseland Brandenburg – aber auch im spezifischen die Campingwirtschaft des Landes – stärken.

## Pressereise durch Brandenburgs Süden

Vom 1. bis zum 3. Juni 2005 veranstaltete der VCB in enger Kooperation mit der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH eine Pressereise für Fachjournalisten durch die Reisegebiete Dahme-Heideseen, Spreewald und Oder-Spree-Seengebiet. Das genaue Programm der

## Individuelles Konzept zur Spielplatzgestaltung

Roland Seeger bietet die Erarbeitung eines individuellen Konzepts zum Thema Spielplatzgestaltung an. Die Kosten betragen 350 Euro pro Campingplatz. Interessenten können sich in der Geschäftsstelle melden.

### Wahlen beim VCN

## Meinecke und Noatzsch wiedergewählt

Wahlen für den ersten und zweiten stellvertretenden Präsi-



Foto: sun

auf der Tagesordnung. Alle bisherigen Vorstandsmitglieder wurden in ihren Ämtern bestätigt.

So bleibt das Amt des ersten und das des zweiten stellvertretenden Präsidenten auch weiterhin mit Friedrich-Wilhelm Meinecke und Uwe Noatzsch besetzt.

Werner Cohrs, Peter Amend und Maik Dombrowsky erhalten als Beisitzer Verstärkung: Einstimmig votierte die Versammlung auch für Hans-Cord Graf von Bothmer für das Amt eines zusätzlichen Beisitzers.

Björn Meyer und Norbert Kloodt werden auch weiterhin die Kasse prüfen.

### Information:

VCN – Verband der Campingplatz-Unternehmer Niedersachsen e.V.  
Holsteins Kamp 4  
49597 Rieste  
Tel. (0 54 64) 92 12 16  
Fax (0 54 64) 58 37  
[info@campingland-niedersachsen.de](mailto:info@campingland-niedersachsen.de)  
[www.campingland-niedersachsen.de](http://www.campingland-niedersachsen.de)

Wiedergewählt in das Amt des stellv. VCN-Präsidenten: Friedrich-Wilhelm Meinecke.

Präsidenten, Beisitzer und Kassensprüfer standen bei der Frühjahrstagung des VCN am 2. Juni

### Neue Anschrift der Geschäftsstelle

## Der VCB ist umgezogen

Zwar sind es nur rund 150 Meter. Dennoch sollten alle, die den Verband der Campingwirtschaft im Land Brandenburg (VCB) schriftlich erreichen wollen, ihre Post ab sofort mit der neuen Adresse versehen. Sie lautet:

VCB  
Finowfurter Ring 10A  
16244 Schorfheide/  
OT Finowfurt  
Tel. (0 33 35) 32 67 17  
Fax (0 33 35) 4 51 90 64  
[vcb@camping-net.de](mailto:vcb@camping-net.de)  
[www.brandenburgcamping.de](http://www.brandenburgcamping.de)



## ECORASTER®

Flächenbefestigung  
ohne Bodenversiegelung





## KHW

UMWELTDIENST GMBH  
Industriestraße 169  
- Gewerbepark - 50999 Köln  
Telefon (0 22 36) 39 26 60  
Telefax (0 22 36) 6 64 92  
Internet: [www.khw-umweltdienst.de](http://www.khw-umweltdienst.de)  
E-Mail: [info@khw-umweltdienst.de](mailto:info@khw-umweltdienst.de)



## Kaum Kühlung, reichlich Lärm

30 Grad im Schatten und schon morgens ist es in Wohn- und Arbeitsräumen unerträglich heiß. Hohe Temperaturen machen vor allem älteren oder kranken Menschen schwer zu schaffen. Aber auch gesunde Menschen leiden an heißen Tagen an Müdigkeit und Konzentrationsschwäche. Bei 33 °C sinkt die Leistungsfähigkeit im Schnitt auf 50 Prozent ab. Da käme ein kühlendes Klimagerät gerade recht. Bleibt die Frage: Köhlen Klimageräte auch oder machen sie nur Lärm?

STIFTUNG WARENTEST vergleicht sechs Monoblockgeräte und zwei Splitgeräte. Enttäuschendes Ergebnis: Einteilige Klimageräte schaffen es im Hochsommer kaum, einen mittelgroßen Raum um fünf bis sechs Grad herunterzukühlen. Besonders in Räumen mit direkter Sonneneinstrahlung müssen sie schnell passen: Mehr als zwei bis drei Grad Temperaturminderung sind hier nicht drin. Lediglich die Luftfeuchtigkeit senken die so genannten Monoblockgeräte um einige Prozent. Das macht die Hitze zumindest erträglicher. Etwas besser kühlen zweiteilige Anlagen. Bei diesen Splitgeräten hängt der Kompressor an der Außenwand oder steht auf dem Balkon. Doch auch diese Geräte sind zu schwach für

merklich kühlere Räume. Pro Quadratmeter Fensterfläche bräuchte ein ordentliches Klimagerät im Hochsommer rund 1.000 Watt. Herkömmliche Klimageräte bringen jedoch insgesamt nur zwischen 2.400 und 2.900 Watt

Kälteleistung. Das reicht gerade für eine Abstellkammer. Von den getesteten Geräten kühlt nur das De Longhi PAC FX 400 eco „gut“.

Statt ordentlich zu kühlen machen viele Klimageräte hauptsächlich Lärm. Mit einem Monoblock im Raum ist Konversation nur schwer möglich. Auch zum Schlafen sind diese Geräte zu laut. In puncto Lautstärke war keines der getesteten Monogeräte besser als befriedigend. Etwas leiser sind zum Teil Splitgeräte – zumindest innerhalb des Raums. Ihr lärmender Kompressor bleibt draußen. In ruhigen Wohngebieten erregt solch ein außenstehender Kompressor allerdings leicht den Ärger der Nachbarn.

Ein weiteres Problem von Klimageräten sind die Schläuche. Einteiler blasen warme Luft und Feuchtigkeit durch einen rund zehn Zentimeter dicken Schlauch nach draußen. Steckt der Schlauch in einem Fenster- oder Türspalt, strömt

st ä n d i g neue warme Luft von außen in den Raum. Außerdem entsteht ein Unterdruck, der weitere Warmluft aus umliegenden Räumen ansaugt. Zu allem Überfluss gibt der Schlauch auch noch selber Wärme ab. Zweiteiler dagegen haben einen wesentlich dünneren und gut isolierten Verbindungsschlauch zwischen Innen- und Außengerät. Durch diesen Schlauch läuft nicht nur die elektrische Leitung, sondern auch das Kältemittel zur Abfuhr der Warmluft. Mit rund 5 mal 4 Zentimetern Durchmesser ist der Schlauch etwa so dick wie

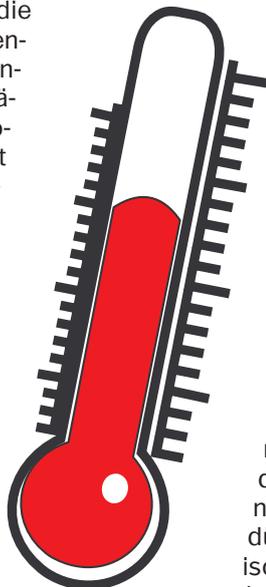
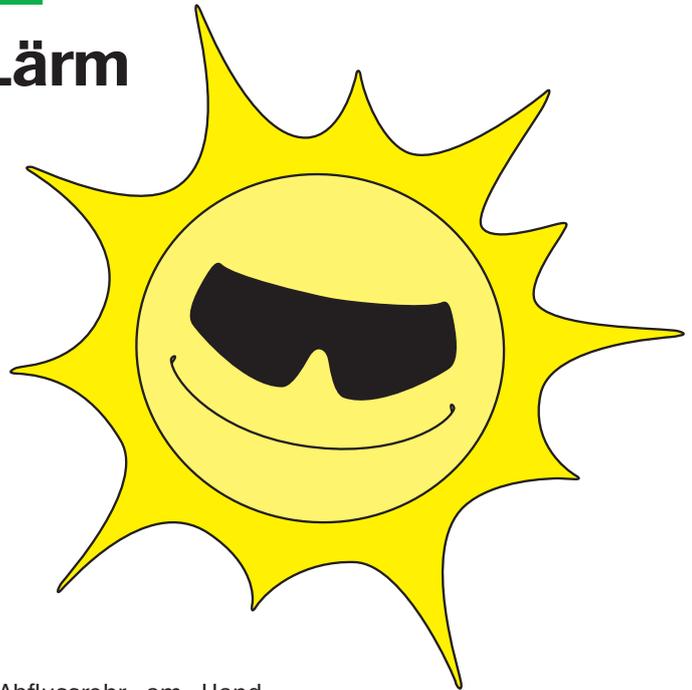
ein Abflussrohr am Handwaschbecken. Optimal ist hier ein Loch durch die Außenwand, jedoch erlaubt dies nicht jeder Vermieter oder Verpächter. Alternativen: Eine Sperrholzplatte mit Loch anstelle des Fensters oder den Schlauch durch den Fensterschlitz, womit wieder warme Luft einströmt. Beides sind keine befriedigenden Lösungen.

Das beste Gerät im Test war erstaunlicherweise auch das preiswerteste: Split 9 000 BTU für 199 Euro. Zumindest das Innengerät ist deutlich leiser als alle anderen Kühlgeräte im Test. Einziger Haken: Für Installation und Inbetriebnahme muss ein Fachmann kommen. Handwerklich Begabte können das Gerät zwar selbst anbauen. Doch vor dem Einschalten muss noch Luft und Feuchtigkeit aus den Leitungen gesaugt werden. Dazu ist Spezialgerät erforderlich. Außerdem drohen Leckagen, bei denen Kältemittel in die Atmosphäre entweicht. Selbst mit zusätzlichen Kosten für fachmännischen Einbau bleibt Split 9 000 BTU trotzdem preiswerter als die meisten anderen Klimageräte. De Longhi PAC FX 400 eco zum Beispiel kostet mit 1.400 Euro gut das Siebenfache, kühlt geringfügig besser als der Billigheimer, ist aber auch lauter. Vorteil des teuren Geräts: Auch Laien kön-

nen es mit seinen Schnellverschlüssen komplett installieren. Zu allem Überfluss sind die meisten Klimageräte nicht nur laut und ineffizient, sondern sie verbrauchen auch noch ordentlich viel Strom. Am großzügigsten bedienen sich Polaris 9 000 von Bauhaus (1.340 Watt) und Atlantik HCL-57E von Lidl (1.320 Watt). Im Dauerbetrieb ergibt das gut fünf Euro pro Tag – für nur ein Zimmer. In einem heißen Sommer kommen so schnell größere Summen zusammen. Neben dem reinen Stromverbrauch ist auch das Verhältnis zwischen aufgenommener Leistung und Kälteleistung wichtig. Den besten Wirkungsgrad erbringt De Longhi PACT 100 Öko. Deutlich schlechter schneidet Siemens S 1 RKM 210 09002 ab. Alles in allem vollbringen Klimageräte nur bescheidene Leistungen. Dafür sind die meisten sowohl beim Kauf als auch im Unterhalt unverhältnismäßig teuer und dazu im Betrieb laut.

Information:

**Stiftung Warentest**  
Lützowplatz 11-13  
10785 Berlin  
Tel. (0 30) 26 31-0  
Fax (0 30) 26 31-27 27  
email@stiftung-warentest.de  
www.stiftung-warentest.de



# „Quick-Camp“ für Reisemobilisten

Warum soll ein Camping-Gast, der spät kommt und früh wieder abfährt, das Gleiche bezahlen wie ein Gast, der das volle Angebot und die Dienstleistungen des Tages wie Kinderbetreuung, Ausflüge und ähnliches in Anspruch nimmt? Das betrifft vor allem Gäste mit Reisemobilen, die oftmals nur eine Nacht lang bleiben und keine oder nur geringe Serviceleistungen in Anspruch nehmen. Der Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland (BVCD) hat sich dieses Missverhältnisses angenommen: „Quick-Camp“ heißt das Marketingmodell speziell für den durchreisenden Gast, das gleichzeitig dem so genannten Schwarzcampen vor Turnhallen und

trieblichen Gründen (Arbeitszeit) kann es manchmal sinnvoll sein, die Gäste schon vorher auf den Platz zu lassen oder erst am nächsten Morgen die Abrechnung zu erledigen. Diese Modell Quick-Camp wurde in diesem Jahr mit wenigen Campingbetrieben gestartet und war bislang ein voller Erfolg. Die teilnehmenden 107 Betriebe ließen 100.000 Exemplare der Quick-Camp-Broschüre drucken und verteilten sie über die Landesverbände auf den Touristikmessen und bei den Reisemobilvermietern und Wohnwagenhändlern. Das neue Heft, zu dem noch eine Teilnahmenachfrage stattfinden wird, wird einige Verbesserungen aufweisen.

Das Angebot „Quick-Camp“ des BVCD speziell für Wohnmobile und Autos mit Campinganhänger auf der Durchreise ist bei den ersten beteiligten 107 Betrieben auf ein positives Echo gestoßen.

nen und nicht nach Bundesländern sein – ein Publikumswunsch, der immer wieder auf Camping-Messen zu vernehmen ist. Die Distribution wird wieder in Zusammenarbeit mit dem Händlerverband, der die Hefte kostenlos an seine Mitglieder weitergibt, erfolgen. Ferner werden die neuen Hefte auf den Messen sowie in den angeschlossenen Mitgliederbetrieben verteilt. Eine ganz neue Bewerbung wird auch im Internet erfolgen, der Domain-Name wird im Fragebogen bekannt gegeben.

Quick-Camp ist ein wirksames Instrument für eine ge-

rechtere Preispolitik, um Gästen, die wenig fordern, auch mit einem angemessenen Preis begegnen zu können.

**Information:**

BVCD –  
Bundesverband der  
Campingwirtschaft  
in Deutschland  
Kaiserin-Augusta-Alle 86  
10589 Berlin  
Tel. (0 30) 33 77 83 20  
Fax (0 30) 33 77 83 21  
info@bvcd.de  
www.bvcd.de

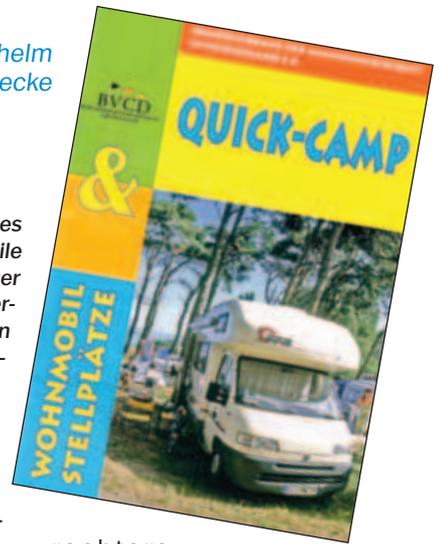


Foto: BVCD

Die Alternative: Statt der Übernachtung auf dem abgeschiedenen, dunklen Sporthallenparkplatz bietet „Quick Camp“ einen offiziellen Standplatz für wenig Geld, der nicht nur Möglichkeiten zur Ver- und Entsorgung sowie einen Stromanschluss bietet, sondern auch eine gewisse Sicherheit.

Schwimmbädern entgegenwirken soll. Quick-Camp-Plätze gibt es in drei Ausführungen: direkt vor der Schranke mit oder ohne Elektroanschluss in campingeigenen Wohnmobilhäfen oder direkt auf dem Platzgelände für eingeschränkte Zeit. Grundsätzlich gilt für alle: Der reduzierte Preis gilt nur von 21 Uhr bis 9 Uhr. Aus be-

Zum einen wird der Schwerpunkt sich von der Preiswürdigkeit zur den Kernkompetenzen eines jeden Campingbetriebes hinbewegen, nämlich Sicherheit, Lebensqualität und Urlaubsfreiheit. Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal dieses Heftes wird neben der kostenlosen Verteilung die Aufgliederung der Übernachtungsmöglichkeiten nach touristischen Regio-

## Schlüsselfertige Gebäude für Ihre Campinganlage



- Gebäude mit Charakter.
- Individuell geplant.
- In Systembauweise realisiert.
- Kostengünstig.
- Schnell.
- Dauerhaft.

- Rezeptionsgebäude
- Verkaufsräume
- Sanitäranlagen
- Wasch- und Duschräume
- Lager- und Materialcontainer
- Gasflaschencontainer

Infos anfordern bei:  
Säbu Gransee GmbH  
Postfach 11 07 · 16771 Gransee  
Tel. (0 33 06) 79 81 -0 · Fax (0 33 06) 2 14 88  
E-Mail gransee@saebu.de · www.saebu.de



# Verblüffende Leistung bei höchstem Komfort

Komfortabel, stilvoll und ausgestattet mit zahlreichen Profi-Funktionen – der GR2100 übertrifft alle anderen Rasentraktoren seiner Klasse. Er überzeugt durch verblüffende Leistung bei gleichzeitig

Grasauswurf, dem belastungsfähigen Dieselmotor und der raffinierten Konstruktion erbringt der Kubota GR2100 eine beeindruckende und unübertroffene Leistung – höchste Schnittlei-

sign, verbunden mit einzigartiger Technologie.

Die besonders leichtgängige Servolenkung sorgt in Verbindung mit einem Lenkschlag von 70 Grad für extreme Wendigkeit und geringere Ermüdung. Das bewährte und vielseitige Hydrostatgetriebe von Kubota läßt sich einfach über ein einzelnes Pedal steuern und erbringt eine maximale Fahrgeschwindigkeit von zehn Kilometern pro Stunde. Der besonders groß bemessene und bequem gepolsterte Fahrersitz des GR2100 mit Parallelgestängefederung kann variabel auf den jeweiligen Fahrer eingestellt werden und bietet so höchsten Komfort. Der flache Fahrerstand bietet größtmögliche Beinfreiheit und verhindert damit ebenfalls eine Ermüdung des Fahrers. Der große 450-Liter-Grassammelbehälter ist unglaublich robust, dabei aber leicht zu bedienen. Mit ihm kann länger gemäht werden, ohne zum Entleeren des Behälters anhalten zu müssen.

Das System für direkten Grasauswurf ist bekannt für hohe Leistung. Anders als andere Mäher mit drei Mähmessern und seitlichem Auswurf, die mit einer Turbine arbeiten, wird mit dem Direktauswurf-System das Gras effizient geschnitten und direkt nach hinten in den integrierten Heck-Grassammelbehälter abgeleitet. Das Mähwerk verfügt über eine Schnittbreite von 122 Zentimetern. Da es an keiner Seite einen Auswurfkanal gibt, kann in beiden Richtungen randnah gemäht werden. Die Schnitthöhenverstellung ist zentral vom Fahrersitz aus zu bedienen, das Mähwerk kann kräftesparend mit wirkungsvoller Hydraulik ausgehoben werden. Der Grassammelbehälter läßt sich einfach entleeren und kann innerhalb kürzester Zeit ohne große Kraftaufwendung demontiert werden. Als Option wird zusätzlich ein Deflektor angeboten, der auch das

Mähen ohne Grasaufnahme ermöglicht.

Mit der Einführung einer revolutionären Lenktechnik, der Glide Steer-Lenkung, kann der GR2100 engste Kurven fahren. Es verbleibt nur ein ungemähter Kreis von 110 Zentimetern. Mit dem Glide Steer-System läßt es sich besonders leicht um Bäume, Büsche und andere Hindernisse mähen – das sonst übliche mehrmalige Rangieren entfällt. Zudem wird das Gras geschont, weil das kurveninnere Hinterrad bei Kurvenfahrt frei dreht. Dadurch kann es auch das Gras nicht beschädigen. Bei Geradeausfahrt überzeugt der GR2100 dank seines Allradantriebs durch höchste Traktion, selbst an extremen Steigungen. Sobald die Vorderräder wieder geradeaus gerichtet sind, wird wieder auf Allradantrieb umgeschaltet.

Die Entwicklung und Konstruktion hervorragender Motoren hat bei Kubota bekanntermaßen Tradition. Basierend darauf wurde der GR2100 mit einem 3-Zylinder-Dieselmotor mit 21 PS ausgestattet. Dieser Motor erzeugt einen hohen Drehmomentanstieg, der dafür sorgt, dass problemlos über Stunden hinweg auch schwierigste Mäharbeiten durchgeführt werden können, selbst in hohem und dichten Gras. Anders als durch die üblichen, in Benzinrasenmähern verwendeten und verschleissfreudigen Keilriemen erfolgt beim GR2100 die Kraftübertragung über Gelenkwellen – wie bei jeder professionellen Maschine. Dieses Antriebssystem und die ölgekühlte Zapfwellenkupplung arbeiten robust und störungsfrei.

### Information:

KUBOTA  
(DEUTSCHLAND) GmbH  
Senefelder Straße 3-5  
63110 Rodgau/  
Nieder-Roden  
Tel. (0 61 06) 8 73-0  
Fax (0 61 06) 8 73-1 99  
www.kubota.de



Foto: Kubota

Der Kubota GR2100 ist mit einer maximalen Fahrgeschwindigkeit von 10 km/h ein echtes Profigerät und auch für extremste Anforderungen geeignet.

höchstem Komfort und mit einer schnittigen Konstruktion. Was Profi-Ergebnisse betrifft, so ist der Kubota GR2100 unerreicht. Höchste Schnittqualität, effizienter Betrieb – das sind die beiden Entscheidungskriterien für anspruchsvolle professionelle Anwender bei der Suche nach einem Mäher. Mit seiner Glide Steer-Lenkung, dem System für direkten

stung bei überragender Schnittqualität. Der Kubota GR2100 ist die Maschine auch für extremste Anforderungen.

Denn echte Profis wissen präzise und effektive Arbeit zu schätzen. Trotz seiner hohen Leistungsfähigkeit bietet der Kubota GR2100 auch etwas fürs Auge: die perfekte Balance zwischen Form und Funktion in elegantem De-



## KAMAR - Lagerbox

### Gasflaschen - Lagerprobleme ?

Ordnung und Sicherheit gewährleistet die KAMAR - Lagerbox. Viele praktische Größen in stabiler, feuerverzinkter Fertigbauweise.

Firma K. Martin Seidel - 47929 Grefrath - Bahnstrasse 321

Fon: 02158 / 2554 - Fax: 02158 / 2886

email: info@seidel-grefrath.de - site: www.seidel-grefrath.de

# In zwei Tagen ist alles montiert

Die Camper in Königstein in der Sächsischen Schweiz staunten nicht schlecht, als sie von ihrem Tagesausflug zurückkehrten: Da stand

Das Augusthochwasser 2002 der Elbe hatte den Platz verwüstet, zahlreiche Gebäude zerstört. Unter großen Anstrengungen konn-

Stunden abzubauen und außerhalb der Hochwasserzone zwischenzulagern.

Nach einem langwierigen Genehmigungsverfahren konnten die Eheleute Mascher schließlich den Auftrag zum Bau des Gebäudes erteilen. Von da an ging es zügig: Innerhalb von nur zwei Tagen (nach nur neun Wochen Bauzeit im Werk) konnte das Gebäude in Königstein montiert werden.

330 Quadratmeter Stahlstützkonstruktion waren von den Mitarbeitern der Firma Schunk im Laufe eines Tages montiert worden, auf die das 200 Quadratmeter große Gebäude aus Gründen des Hochwasserschutzes am darauffolgenden Tag montiert wurde. Bereits einen Tag nach der Montage kamen die Ausbaugewerke wie Maler und Tapezierer zum Einsatz, und der Küchenbauer konnte mit der Installation

fertig gestellt, die Behinderterampe und die Treppenzugänge errichtet. Herr Mascher, der Betreiber des Campingplatzes, zeigte sich mit der Zusammenarbeit des beauftragten Betriebs äußerst zufrieden: „Die Firma Schunk hat sich mit einem überzeugenden Angebot gegenüber zahlreichen Mitbewerbern durchgesetzt. Die Fertigungsqualität wurde uns vor Auftragserteilung in der Produktion an laufenden Bauvorhaben vorgestellt, und wir hatten das Gefühl, dass sich jeder Mitarbeiter der Firma Schunk für den Auftrag persönlich verantwortlich fühlte. Die kümmerten sich von der Auftragsvergabe an bis zur Übergabe beständig um das Projekt. Ein Jahr nach der verheerenden Flutkatastrophe konnte der Campingplatz Königstein wiederhergestellt werden, nicht zuletzt aufgrund der Tatsache, dass



Per LKW wurden die fertigen Gebäudeelemente direkt aus dem Werk in Tönisvorst aufs Campinggelände transportiert.

plötzlich ein komplettes, 200 Quadratmeter großes Gebäude mit Minimarkt, Gaststätte, Rezeption und einer Wohnung für die Pächter, von dem sie am Morgen noch nichts geahnt hatten. Sie und auch Reinhild und Jürgen Mascher, die Betreiber des in einer faszinierenden Land-

te der Betrieb im April 2003 wieder aufgenommen werden, was aber fehlte, waren eine Verwalter-/Pächterwohnung, eine Rezeption, ein Minimarkt und eine Campinggaststätte mit Profiküche sowie Lagerräume.

Schnell sollte das neue Gebäude realisiert werden, dabei allerdings vom Aussehen, Ausstattung und Qualität her kein Containergebäude sein, sondern dem Aussehen und Standard eines Fertighauses entsprechen. Eine Festbauweise kam vor allem aufgrund der Hochwasserschutzbestimmungen, nach denen in dem vom Hochwasser betroffenen Gebiet keine Gebäude neu errichtet werden sollten, nicht infrage. In der Firma Schunk & Co. GmbH fanden die Eheleute Mascher einen kompetenten Partner, der sie bei ihren Planungen beriet und die bauantragsrelevanten Unterlagen wie etwa die Statik-Berechnungen erstellte und sich außerdem im Rahmen des Baugenehmigungsverfahrens verpflichtete, bei Hochwassergefahr das Gebäude innerhalb von 48



In neun Wochen Bauzeit im Werk wurde der größte Teil der Vorarbeiten erledigt.

schaft liegenden Campingplatzes, sind begeistert von ihrem neuen Campingplatzgebäude, das sie am 10. Oktober 2003 eröffnen konnten.

Fotos: Schunk



Die Gäste auf dem Campingplatz in Königstein staunten nicht schlecht, als plötzlich ein 200 Quadratmeter großes Gebäude auf der morgens noch freien Fläche stand.

der Profiküche für den Gaststättenbetrieb beginnen.

Die Verlegung der Elektroleitungen, der Sanitär- und Regenabwasserleitungen, die Befliesung, die Montage des Bades, der Einbau der Behindertendusche, der Toilettenanlagen und Waschbecken war bereits im Werk erfolgt. Im Laufe der kommenden Woche wurde die 135 Quadratmeter große Holzterrasse

wir in der Firma Schunk einen hervorragenden Partner gefunden haben.“

### Information:

Schunk & Co. GmbH  
Mobile Räume/Systembau  
Tempelweg 8  
47918 Tönisvorst  
Tel. (0 21 51) 70 86-0  
Fax (0 21 51) 70 86-0  
www.schunk-container.de  
info@schunk-gmbh.de

# 50.000 Übernachtungen erwartet

Mit dem Motto „Für Herz und Sinne wandern“ wird der 105. Deutsche Wandertag (DWT) vom 21. bis 25. Juli

Wanderland Nummer Eins im Reigen der Bundesländer zu präsentieren“, erklärt Ute Dicks, die Geschäftsführerin

Kulturprogramm, das zusammen mit den reichhaltigen Angeboten der Thüringer Küche sicher viele Wanderfreunde an die Saale locken wird“, ist sich Jörg Haase sicher.

Um die wirtschaftliche Dimension eines Wandertages zu verdeutlichen, hat der Deutsche Wanderverband anhand der Wandertage 1998 bis 2004 ermittelt, dass sich durchschnittlich 11.000 Übernachtungsgäste für einen Zeitraum von vier bis fünf Tagen in einem Umkreis von 60 Kilometer um den Wandertagsort aufhalten. Das bedeutet: Rund 50.000 Übernachtungen werden während eines Deutschen Wandertages gebucht. „So wie es bis jetzt aussieht, werden wir diese Zahl wieder erreichen“, freut sich Jörg Haase. Zu den Übernachtungsgästen kommt noch ein großes Tagesgästaufkommen zum Festumzug am Sonntag, der für viele Wanderfreunde den Höhepunkt des Deutschen Wandertages darstellt. Hier werden jährlich bis zu 20.000 Vereinswanderer aus allen Teilen Deutschlands erwartet, die ihre jeweilige Heimatregion repräsentieren.

Dazu kommt noch einmal die gleiche Anzahl an Tages-

gästen von nah und fern, die sich dieses Ereignis nicht entgehen lassen möchten. „Aus den Erfahrungen der letzten Jahre wissen wir, dass der eigentliche Gewinner der Wandertage die regionale Wirtschaft ist, insbesondere die Tourismusbranche mit Hotellerie und Gastronomie“, stellt Jörg Haase dar. Nach den Untersuchungen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (DWIF München) über die Umsatzzahlen von Kurzurlaubern und das Ausgabeverhalten von Tagesgästen, kann man davon ausgehen, dass für die Dauer des Wandertages etwa drei Millionen Euro als direkte Wirtschaftskraft in die Region fließen. Dabei ist noch nicht mitgerechnet, was aus dem Sektor „Souvenirgeschäft“ speziell für den Wandertag durch die regionale Wirtschaft erstellt und verkauft wird.

Auch die Nachhaltigkeit eines jeden Wandertages darf nicht unterschätzt werden. Denn die Gäste sind „Werbeträger für die Wandertagsregion“ in den heimischen Wandervereinen. Dort wird intensiv über den Wandertag berichtet, so dass die 600.000 organisierten Wan-



Foto: B. Neumann

Wanderungen in attraktiver Landschaft mit einem begleitenden reichhaltigen Kulturprogramm haben die Veranstalter des 105. Deutschen Wandertags in Thüringen organisiert.

auch in diesem Jahr wieder Tausende von Wandergästen anlocken. Die Schirmherr ist Dieter Althaus, Ministerpräsident des Freistaates Thüringen. „Der Wandertag im Städtedreieck Saalfeld, Rudolstadt und Bad Blankenburg, ausgerichtet vom Thüringer Gebirgs- und Wanderverein e.V. und veranstaltet vom Deutschen Wanderverband, bietet für Thüringen die Chance, sich wieder als

des Deutschen Wanderverbandes. Das Wandertagsmotto und die zahlreichen Veranstaltungen zum 105. DWT, so Jörg Haase, Medienreferent des Wanderverbandes, lassen keine Wünsche offen und entsprechen den Bedürfnissen moderner Wandergäste. „Es werden Wanderungen in attraktiver Landschaft geboten, die Spaß machen und fit halten. Dazu gibt es ein vielfältiges



# LOGGIA



**www.sass.de**  
D-22147 Hamburg · Tel. 0 40-6 07 68 00

Campingpark-Verwaltung für  
Ferien- und Dauercamper

.. mit Sicherheits- und Zutritts-  
kontroll-System Gate

.. und **NEU:**  
mit Buchungs-System auf  
Ihrer Homepage!  
**www.eFerien.com**



Foto: B. Neumann

*Ideale Freizeitbeschäftigung für Familien, die gerne auch wandertouristische Angebote nutzen: Nach einer Untersuchung der Universität Münschen fließen für die Dauer eines Wandertages etwa 3 Millionen Euro in die Region.*

derfreunde auf die Region Saalebogen aufmerksam gemacht werden. Karl Schneider betont: „Es ist unter Wanderfreunden längst kein Geheimtipp mehr, in den Folgejahren eines Wandertages als Wandergruppe dorthin zu reisen, wo der Wandertag stattgefunden hat. Denn es ist bekannt, dass zum Wandertag die Infrastruktur auf uns Wanderer ausgerichtet wurde. Und es sind immerhin 3.100 Ortsgruppen aus 56 Wandervereinen, die dies sehr zu schätzen wissen.“ In den letzten Jahren wurde in den Ausrichterregionen der Deutschen Wandertage der wirtschaftliche Nutzen dieser Großveranstaltung er-

kannt. Dieser wurde auch durch eine finanzielle Unterstützung der Länder, Landkreise sowie von Sponsoren aus der Privatwirtschaft gewürdigt. „Denn eine optimale Vorbereitung eines Großereignisses ist nur dann möglich, wenn eine Basisfinanzierung und die Akzeptanz im eigenen Land und der Region gewährleistet ist“, so Jörg Haase. Den positiven Trend nach einem Wandertag bestätigte eine Besucherumfrage zum 99. Deutschen Wandertag (1999), durchgeführt vom Fremdenverkehrsverein Dübener Heide/Sachsen Anhalt. Dabei gaben 44,9 % der Wandertagsgäste an, dass

Foto: Toma Babavici



Der Deutsche Wanderverband hat ermittelt, dass sich durchschnittlich 11.000 Übernachtungsgäste vier bis fünf Tage lang in der Wandertag-Region aufhalten.

sie die Region Freunden und Bekannten als Wanderregion weiter empfehlen werden. Da Wanderer in der Regel mehrere Kurzurlaube im Jahr machen, und der Multiplikatoreffekt bei positiven Erfahrungen im Reisen nach dem DWIF beim Faktor 14 liegt, ist auch in den Jahren nach dem Wandertag mit vielen neuen Gästen in der Wandertagsregion zu rechnen. Auch die Auswertung des Deutschen Wandertages 2002 in Wunsiedel ergab, dass die Veranstaltung ein touristischen Erfolg für die ganze Region war, so der Leiter des Kur- und Verkehrsamt Bischofsgrün, Ferdinand Reb. Für den 104. Deutschen Wandertag in Kühlungsborn

gab der Organisationsleiter Stefan Prielipp folgende Zahlen bekannt: Es kamen über 15.000 Gäste, die mindestens 5 Tage in der Region blieben. Damit wurden 75.000 Übernachtungen gebucht. Bei rund 40 Euro pro Übernachtung ergibt das Einnahmen von drei Millionen Euro allein für die Beherbergungsbetriebe.

**Information:**  
**Deutscher Wanderverband**  
**Wilhelmshöher**  
**Allee 157-159**  
**34121 Kassel**  
**Tel. (05 61) 9 38 73-0**  
**Fax (05 61) 9 38 73-10**  
**info@wanderverband.de**  
**www.wanderverband.de**

## H & R Modultechnik GdB R

**Gastronomie u. Sanitäreanlagen  
In Hochwassergebieten ?  
Wir haben die Lösung**

*Mosel 1*

**Hans-Georg Schulz**  
 Hoher Weg 13  
 55743 Idar-Oberstein  
 Telefon: (06781) 569956  
 Telefax: (06781) 569954

**Rolf Scheiderich**  
 Kölnstraße 105  
 53111 Bonn  
 Telefon: (0228) 658822  
 Telefax: (0228) 656181

**E-Mail: info@hr-modultechnik.de**  
<http://www.hr-modultechnik.de/>

**Wir stellen aus:**  
**Messe Camp Ground Friedrichshafen**  
**Halle A5, vom 14. - 16.09.2005**

# Der Trend geht zum Feriencentrum

Ein großes Konfliktpotenzial für Campingplätze hat Friedrich-Wilhelm Meinecke schon von vornherein ent-

nach denen, die einen geregelten Tag- und Nacht-Rhythmus mit festen Ruhezeiten wünschen und denen, die lieber kommen und gehen, wann sie wollen, auch während der sonst üblichen Mittagsruhe oder nachts. Die strikte Trennung der Areale hat sich bis heute bewährt. „So gibt es kaum Beschwerden über Ruhestörungen“, sagt der Campingplatzbetreiber, mit 25 Jahren auf diesem Platz längst kein Neuling mehr im Geschäft.

Innerhalb dieses Vierteljahrhunderts hat sich auch auf seinem idyllisch am Irenensee in Uetze-Dahrenhorst gelegenen Gelände viel getan. Nicht nur der angrenzenden Naturschutzgebiete wegen hat Meinecke an der Qualifizierung für die ECOCAMPING-Umweltmanagement-Zertifizierung beteiligt. „Es geht dabei nicht nur um Flächenversiegelung und Energiespar-

lampen“, sagt der Unternehmer. Vielmehr werde der ganze Betrieb durchleuchtet und Vorschläge zur Verbes-

nen und gewisse Servicestandards gewährleistet sind. Die zweite Säule sei die ECOCAMPING-Zertifizierung,



Fotos: sun

Eine feste Institution im Veranstaltungsprogramm ist der Spargeltag, an dem die Gäste das Edelgemüse selber stechen.

schärft: Gleich am Eingang seines Komfort-Campingparks Irenensee bei Uetze scheiden sich die Camper –



Wissen, wo's langgeht: An der Rezeption des Komfort-Campingparks Irenensee ist alles klar ausgeschildert. Damit auch Vorschulkinder wieder zu ihrem Zelt, Caravan oder Chalet finden, sind die Wege auf dem Platz zusätzlich mit Tiersymbolen gekennzeichnet.

serung oder Vereinfachung gemacht – davon profitiere nicht nur der Betreiber, sondern auch die Gäste. „Es wird eine To-Do-Liste aufgestellt, die man sehr ernst nehmen und genau abarbeiten sollte“, sagt Meinecke.

Er selber habe zuvor noch gedacht, wenn es vielleicht auch nichts nützt, so kann es auch nicht schaden, gesteht er augenzwinkernd. Nach einem Jahr Arbeit und Fortbildung ist er überzeugt, das Richtige getan zu haben: „Man verfügt über einen großen Pool an Informationen, man knüpft gute Kontakte zur Presse, zu Bürgermeister und Kommunalpolitikern und zur Öffentlichkeit, und man hat einen intensiven Austausch mit Kollegen.“ Zudem lerne man seinen Betrieb auch einmal aus ganz anderer Sicht kennen. „Und der Name ECOCAMPING ist genial gewählt!“

Seiner Meinung nach beruht der Erfolg eines Campingunternehmens auf drei Säulen. Die erste sei eine objektive Klassifizierung der Campingplätze, so dass die Gäste sich einen Campingplatz nach ihren Bedürfnissen und Ansprüchen aussuchen kön-

die dritte ein umfangreicher Service-Pool.

„Der Trend geht weg vom reinen Campingplatz, wir entwickeln uns weiter in Richtung Feriencentrum mit viel Service und Freizeitangeboten“, sagt Geschäftsführer Meinecke. Dazu gehört unter anderem auch ein ganzer Reigen von teilweise jahreszeitlich bedingten Veranstaltungen wie beispielsweise das Spargelessen, bei dem die Gäste allerdings ihre Mahlzeit auf dem Feld von Landwirt Joachim Schwenke zuvor selber stechen, waschen und auch zubereiten – seit acht Jahren sehr beliebt. „Das macht uns großen Spaß, wir wollen das jedes Jahr wieder machen“, sagt Campinggast Heinz-Albert Hegewisch. Drei Mal hat der Langenhagener schon am Spargelfest teilgenommen – und nächstes Jahr natürlich wiederkommen. sun

### Information:

Irenensee Komfort-Camping  
31311 Uetze  
Dahrenhorst 2A  
Tel. (0 51 73) 9 81 20  
Fax (0 51 73) 98 12 13  
info@irenensee.de  
www.irenensee.de



## Stadt Naumburg

**Die Stadt Naumburg (Saale) schreibt den Campingplatz Blütengrund mit Naturschwimmbad zur Pacht ab 01. Januar 2006 aus**

Der Campingplatz liegt 15 km von der A9 entfernt, vor den Toren der Domstadt Naumburg im Zentrum der Ausflugs- und Weinregion Saale-Unstrut. Er befindet sich in reizvoller Landschaft an der Mündung von Saale und Unstrut mit direktem Zugang zum Saale-Radwanderweg, Bootssteg und Kanuverleih, Wanderwege durch die Weinberge sowie vielfältigen Freizeit-, Sport- und Ausflugsmöglichkeiten.

Die Gesamtanlage ist ca. 12,5 ha groß und verfügt über ca. 300 Stellplätze, Sanitärkomplex, Freizeitanlagen sowie einen Gastronomiebereich. Der Platz ist für Ganzjahresbetrieb ausgelegt. Im Objekt befindet sich eine Schwimm- und Badeteichanlage (mit Sanierungsbedarf).

Weitere Informationen sowie Erläuterungen zur Ausschreibung erhalten Sie von der:  
Stadt Naumburg  
Amt für Wirtschaftsförderung  
Markt 1  
06618 Naumburg  
Tel.: 03445/273314  
oder über [www.naumburg.de](http://www.naumburg.de) (Ausschreibungen)

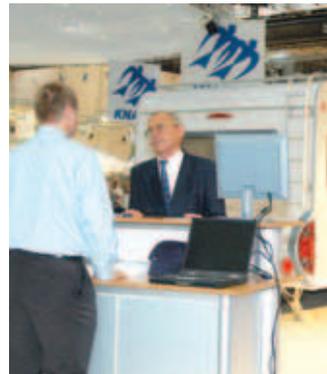
Bewerbungsunterlagen reichen Sie bitte bis zum 31.08.2005 bei o.g. Adresse ein.



# Über 500 Aussteller auf 184.000 Quadratmetern

Der CARAVAN SALON DÜSSELDORF wächst in diesem Jahr um weitere 4.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche. Zum ersten Mal werden Aussteller und Vertreter der Caravaning-Branche in zehn statt bisher neun Messhallen untergebracht – das ist Rekord in der langen Geschichte der weltgrößten Messe für mobile Freizeit. In der zusätzlichen Messehalle 7 direkt am Eingang Nord werden von Freitag, 26. August (Fachbesucher- und Medientag), bis Sonntag, 4. September, neue Kastenwagen und Campingbusse mit innovativer Technik und Ausstattung ausgestellt. Damit finden die Besucher nun auf insgesamt 184.000 Quadratmetern das komplette Branchenangebot der mehr als 500 Aussteller: Caravans und Reisemobile – insgesamt 1.500 Fahrzeuge, Zubehör, Technik, Neuheiten,

scher Luft – das ist für immer mehr Menschen die Basis für Gesundheit und Wohlbefinden. Auch die Messe Düsseldorf verschließt sich dem nicht: Beim diesjährigen CARAVAN SALON wird in Halle 13 auf 1.200 Quadratmetern ein Fitness-WellnessPark mit zahlreichen Trainingsgeräten verschiedenster Art bis hin zum Nordic Walking zum Ausprobieren aufgebaut. Rund um den Themenpark stellen sich sportive Caravans und Reisemobile sowie Campingplätze vor, die Fitness- und Wellnessangebote in ihrem Programm haben. Außerdem finden sich hier zahlreiche Stände mit Informationsmaterial zu Sport- und Wellnessurlauben für Caravaner und Reisemobilisten. Betreut wird der FitnessWellnessPark von kompetenten Sport-Experten und Fitnesstrainern.



*Insgesamt 1.500 Fahrzeuge, Zubehör, Technik, Neuheiten und Trends präsentieren die über 500 Aussteller auf dem Caravan Salon Düsseldorf 2005.*

Klangatmosphäre entspannen und vom Messetrubel erholen.

Damit bei den jüngeren Besuchern keine Langeweile aufkommt, haben sich Veranstalter und Aussteller so mancherlei für Kinder ausgedacht. Auch in diesem Jahr können sich Eltern allein in Ruhe umschauen, während

ihr Nachwuchs entweder im AWO-Kindergarten bestens betreut wird oder sich an einem der Messeangebote austobt.

Von Freitag, 2. September, bis Sonntag, 4. September, findet parallel die 3. Wander- und Trekkingmesse TourNatur in der Halle 5 statt. Hauptthema ist diemal das Nordic Walking.

Besucher können ihre Eintrittskarten für beide Messen benutzen. Die Karten berechtigen außerdem zur freien Fahrt zu und von der Messe mit dem öffentlichen Nahverkehr im Bereich des Verkehrsverbundes Rhein-Ruhr.

**Information:**

Messe Düsseldorf GmbH  
Postfach 101006  
40001 Düsseldorf  
Tel. (02 11) 45 60-01  
Fax (02 11) 45 60-6 68  
info@messe-duesseldorf  
www.caravan-salon.de



Fotos: Messe Düsseldorf

*Zahlreiche Destinationen und Campingplätze informieren über ihre Angebote für Urlauber, Wochenendreisende und Rucksacktouristen.*

Trends, Zelte, Mobilheime, Campingausstattung, Camping- und Stellplätze sowie zahlreiche Destinationen und Reiseveranstalter. Zu dem Großereignis erwartet die Messe Düsseldorf wieder mehr als 150.000 Besucher aus aller Welt. Sport und Bewegung in fri-

Da Sport und Fitness untrennbar mit Wellness und Erholung verbunden sind, gehört natürlich auch eine Wellness-Oase dazu. Dort können sich die Besucher massieren lassen, einen gesunden Fitness-Drink probieren und sich dabei in einer wohlthuenden Licht-, Duft- und

- ◆ 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.

## Umsatzimpulse für Campingplätze

Der Markt der Campingwirtschaft boomt. Die Zahlen sprechen für sich – Campen ist voll im Trend: Allein 2003



Informationen aus erster Hand bietet die 2. Play & Leisure in Friedrichshafen.

wurden 6,3 Millionen Gäste (+ 13 Prozent gegenüber 2002) auf deutschen Campingplätzen mit insgesamt durchschnittlich 23,6 Übernachtungen (+ 11 Prozent) gezählt. Der deutsche Cam-

pingtourismus erzielte mehr als 9,5 Milliarden Euro Umsatz. Einer der wichtigsten Gründe dafür: Das Bild hat sich gewandelt. Vom Zeltplatz der 50-er Jahre hin zum komfortablen, technisch gut ausgestatteten Campingplatz des neuen Jahrtausends. Familienfreundlichkeit ist dabei ein zentrales Thema – Kinder und Jugendliche verlangen offensiv nach attraktiven Aktionsräumen für Sport- und Spielaktivitäten.

Bestes Beispiel für eine gelungene Investition in die Zukunft ist der Alfsee Ferien- und Erholungspark, der vom ADAC und dem Deutschen Camping Club zur Nummer eins unter den deutschen Campingplätzen gewählt wurde. Anton Harms, Präsident des Bundesverbandes der Campingwirtschaft und Geschäftsführer des Campingplatzes Alfsee, hat die

Zeichen der Zeit früh erkannt: „In der heutigen Zeit sind Familien mit Kindern immer mehr auf der Suche nach Erholungsangeboten, die ein gutes Preis-Leistungsverhältnis bieten.“ Diesen Trend hat er konsequent umgesetzt und bietet seinen kleinen und großen Gästen eine Wasserskianlage, Beach-Volleyball, Skater-Anlage, Kletterwand, Kartbahn und diverse Spielplätze. Der Trend wird sich fortsetzen. „Ein Spielplatz muss so gestaltet sein, dass ihn nicht nur Kinder spannend finden. In diesem Jahr kommen



realen für jung und alt informieren. Rund 100 Aussteller aus 15 Ländern präsentieren ein internationales Angebot rund um die Themen Spiel- und Sportgeräte, Freizeitanlagen und Dienstleistungen und Zubehör. Neben der Präsentation neuer Spielideen



Fotos: Messe Friedrichshafen

Von einem Campingplatz erwarten Gäste heutzutage Familienfreundlichkeit und attraktive Spiel- und Sportmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche.

noch einmal 45.000 Euro für neue Kinderspielareale hinzu“, sagt Anton Harms. „Viele Campingplätze in Deutschland übernehmen dieses Erfolgsmodell und investieren kräftig in den Ausbau von Spielarealen.“

Auf der Fachmesse „Play & Leisure“ und der parallel stattfindenden Fachmesse CAMP GROUND, Internationale Fachmesse für Campingwirtschaft, können sich die Fachbesucher aus erster Hand über neueste Trends in der Gestaltung von Spiel-

arealen bilden. Ein hochrangiges Rahmenprogramm den Schwerpunkt der „Play & Leisure“, die zum zweiten Mal vom 14. bis 16. September 2005 in Friedrichshafen stattfindet.

### Information:

Messe  
Friedrichshafen GmbH  
Neue Messe 1  
88046 Friedrichshafen  
Tel. (0 75 41) 7 08-0  
Fax (0 75 41) 7 08-110  
play-leisure@messe-fn.de  
www.messe-friedrichshafen.de

## Schunk Raumsysteme

Die Systembaulösung für Campingplätze.

Auch für Plätze in Hochwasserschutzgebieten!



Abbildungen: Campingplatzanlage in Königstein an der Elbe. Die gesamte Anlage ist im Hochwasserfall innerhalb von 48 Stunden abzubauen und außerhalb der Hochwasserzone zwischen zu lagern.

Systembau- & Containeranlagen Mieten, kaufen, leasen. Mehr Infos unter [www.schunk-gmbh.de](http://www.schunk-gmbh.de) oder Telefon 0 21 51 / 70 86-0.

Schunk u.Co GmbH  
Tempelweg 8  
D-47918 Tönisvorst/Krefeld  
Tel. 0 21 51 / 70 86-0  
Fax 0 21 51 / 70 86 11  
Email: info@schunk-gmbh.de



# Fußball-Weltstar Pelé eröffnet die Messe

Der Trend zur Gestaltung von Freizeitbadeanlagen geht schon lange weg vom reinen sportlichen Schwimmen hin



zu einem Allround-Wellnesserlebnis im, am und mit dem Wasser. Leider beschränkt sich der spielerische Umgang mit Wasser in Freizeitbädern europaweit oft auf einen mehr oder weniger attraktiven Kinderbereich mit Rutschen. Das zu ändern haben sich die European Waterpark Association (EWA) und die Koelnmesse GmbH auf die Fahnen geschrieben und einen internationalen Designwettbewerb „Innovatives Wasserspielzeug“ ausgelobt.

„Der Wettbewerb soll den Designernachwuchs anregen, das Spielen am und mit dem Wasser für Kinder, aber auch und gerade für Erwachsene neu zu gestalten,“ beschreibt Koelnmesse-Geschäftsführer Oliver P. Kuhrt die Idee des Wettbewerbs. Der viertgrößte Messeveranstalter der Welt und der Qualitätsverband der europäischen Freizeitbäder laden Studierende der Fachbereiche Design, Architektur und Innenarchitektur der europäischen Universitäten und Fachhochschulen und Berufsanfänger dieser Themenrichtungen ein, möglichst innovative und verrückte Ideen zum Thema zu liefern. Kreativität, die sich lohnt, denn die EWA, die Koelnmesse GmbH und Langnese-Iglo haben Preise im Wert von 2.500, 1.500 und 1.000 Euro gestif-

tet. Gefragt sind Ideen sowohl für transportable Spielgeräte, aber auch für fest installierte Spielelemente und ganze Spiellandschaften in Freizeitbädern. Dabei sollen die Kreativen alle Altersgruppen im Blick haben, denn: „Spielen macht nicht nur Kinder froh, sondern Erwachsene ebenso“.

Die Wettbewerbsunterlagen gibt es bei der European Waterpark Association, Ha-Instraße 6, 04109 Leipzig (info@freizeitbad.de) oder im Internet unter [www.freizeitbad.de](http://www.freizeitbad.de). Einsendeschluss ist der 31. Juli 2005, die internationale Jury entscheidet am 12. August 2005.

Die Preisverleihung findet im Rahmen der FSB 2005 in Köln statt. Dort zeigt eine Sonderschau eine Auswahl von Beiträgen. Ebenfalls bei der FSB 2005 sind Ergebnisse des Vorgänger-Wettbewerbs „Visions of Waterworlds“ aus dem Jahre 2003 zu sehen. Für Rückfragen zum Wettbewerb steht Dr. Klaus Batz, Geschäftsführer der EWA, unter Telefonnummer (0171) 747 25 94 gerne zur Verfügung.

Zudem wird ein umfassendes und interessantes Kongress- und Rahmenprogramm geboten, das die FSB 2005 begleitet. So bilden außerdem eine Vortrags- und Workshop-Reihe zur Sonderschau „Urbane Räume“, ein Fußballkongress, das 1. Kölner Schwimmbad- und Wellness-Forum und der 19. IAKS-Fachkongress für Planung, Bau, Modernisierung und Management von Sport- und Freizeitanlagen das Kongress-Portfolio der FSB 2005. „Damit ist die FSB 2005 nicht nur die internationale Informations- und Kontaktbörse für Entscheidungsträger aus den Bereichen Sportanlagen, Schwimmbad- und Spielplatzbau beziehungsweise

Freiraumgestaltung und Stadtplanung, sondern auch internationaler Expertentreff rund um die FSB-Themen“, bestätigt Oliver P. Kuhrt.

Ein Highlight gibt es gleich zu Beginn: „Bei jeder Ballberührung, bei jedem Pass und jedem Dribbling konnte Pelé mit etwas völlig Neuem aufwarten, etwas, das die Fans noch nie zuvor gesehen hatten!“. So beschreibt zum Beispiel die FIFA auf ihrer offiziellen Website zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland voller Verehrung die Künste von Edson Arantes Do Nascimento, kurz: Pelé oder, wie die Sunday Times einst schrieb: „GOTT“. Noch heute kennt weltweit fast jedes Kind den Namen des dreimaligen Weltmeisters und vom Internationalen Olympischen Komitee (IOC) 1999 zum Sportler des Jahrhundert gewählten Fuß-

ballers. Am 26. Oktober 2005 wird der Weltstar Pelé in Köln sein und die FSB – und zeitgleich den Fachkongress der Internationalen Vereinigung Sport- und Freizeiteinrichtungen (IAKS) miteröffnen. Die Internationale Fachmesse für Freiraum, Sport- und Bäderanlagen FSB findet vom 26. bis 28. Oktober in Köln statt, erneut in zeitlicher Überlappung und räumlicher Anbindung an die aquanale (26. bis 29. Oktober 2005) und die SOLARIA (27. bis 29. Oktober 2005).

**Information:**  
**Koelnmesse GmbH**  
**Messeplatz 1**  
**50679 Köln**  
**Deutschland**  
**Tel. (02 21) 8 21-21 57**  
**Fax (02 21) 8 21-34 17**  
**[www.fsb-cologne.de](http://www.fsb-cologne.de)**  
**[www.aquanale.de](http://www.aquanale.de)**  
**[www.solaria.de](http://www.solaria.de)**

**Hally-Gally®**

*Spielplatzgeräte der besonderen Art*

*Fordern Sie bitte unseren Katalog an!*

... bringt **Bewegung** ins Spiel!

**SPOGG Sport-Güter GmbH**  
 Schulstraße 27 · 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)

# Großer Ideen-Pool für Unternehmer

Gleichzeitig mit der Fachmesse „Play & Leisure“ findet die neue Fachmesse für Campingwirtschaft CAMP GROUND statt. „Das hochwertige Rahmenprogramm der CAMP GROUND mit Mini-Workshops, Exkursionen und Fachveranstaltungen ist zusammen mit einem vielfälti-

betriebe, Umweltmanagement für das Campingunternehmen sowie Förderungsmöglichkeiten für Campingunternehmen. In einem weiteren Vortrag beschäftigt sich Prof. Dr. Lang, öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger für Camping- und Ferienwirtschaft,

real auf einem Bauernhof: Für jeden Platz gibt es einen individuellen Marketing-Mix. Außerdem geht es um die Darstellung im Internet. Ein weiteres Thema wird der Bereich Wellness sein. Babette Reitz von VITALife projects wird einen Vortrag über „Natural Wellness“ halten. Die Aussteller der CAMP GROUND sind mit verschiedenen Produkten vertreten, von Geräten für die Grünpflege bis zur Sanitärausstattung, vom Gastronomiebedarf bis zur Shop-Einrichtung, vom Wertstoffhof bis zum codierten Einfahrts-Chip. Doch nicht nur die Anbieter von Hardware werden angesprochen. Campingunternehmer müssen heute auch ein breites Angebot im Entertainment- und Eventbereich bieten, um im Wettbewerb mit den Hotelangeboten mithalten zu können. Als Fachbesucher sind die Betreiber von Campingplätzen und Freizeitparks, Marinas, Wellness- und Erholungszentren, Betreiber von größeren Ferienappartements sowie Kommunen und Gemeinden angesprochen.

## Information:

Messe  
Friedrichshafen GmbH  
Neue Messe 1  
88046 Friedrichshafen  
Tel. (0 75 41) 7 08-0  
Fax (0 75 41) 7 08-1 10  
play-leisure@messe-fn.de  
www.messe-friedrichshafen.de



gen Ausstellungsangebot der beste Ideen-Pool für Campingunternehmer, die mehr aus ihrem Platz machen wollen.“ Marco Walter, Geschäftsführer des ECOCAMPING e.V., ist überzeugt, dass die ausgesuchten Themen praxisnah ausgewählt sind. Die speziellen Bedürfnisse der Campingwirtschaft stehen im Mittelpunkt der CAMP GROUND in Friedrichshafen.

Die erste Internationale Fachmesse für Campingwirtschaft findet vom 14. bis 16. September 2005 auf dem neuen Messegelände in Friedrichshafen zeitgleich mit der Internationalen Fachmesse für Spielgeräte und Freizeitanlagen „Play & Leisure“ statt. Die geplanten Workshops im Rahmen der Fachmesse beschäftigen sich unter anderem mit den Themen Wasser, Reinigung, Energie, Abfall, Barrierefreiheit, Tourbench, Benchmarking für Tourismus-

mit den Themen Gründung, Kauf und Pacht von Campingbetrieben. Jugendcamping soll das Thema einer Podiumsdiskussion sein. Die Projektagentur Kegel beschäftigt sich mit einem individuellen Werbemix für Campingplatzbetreiber. Ob europaweit bekannter Campingplatz oder ein Mini-Freilufta-

## Berichtigung!

In dem Artikel „Wasser macht keinen Ärger mehr“ (CWH 3/2005, Seite 24) ist eine falsche Telefonnummer angegeben worden. Die Adresse lautet korrekt:

H & R Modultechnik GdB  
Planung und Ausführung  
hochwassergeschützter  
Anlagen

Hans-Georg Schulz  
Hoher Weg 13  
55743 Idar-Oberstein  
Tel. (0 67 81) 56 99 56  
Fax (0 67 81) 56 99 54  
Wir bitten, dieses Versehen zu entschuldigen.

**Campingplatz an der Nordsee (Kurort) zu verkaufen. Chiffre 00605**

**Hilfe!** Büro Jansen sucht dringend Campinganlagen zur Pacht/ Pachtkauf/Kauf für eingetragene Interessenten. **Ruf (0 24 74) 15 32** oder über [www.campagent.de](http://www.campagent.de), [www.campingmediator.net](http://www.campingmediator.net) oder [www.campingecho.net](http://www.campingecho.net).

**Dieser Ausgabe liegt eine Beilage der Firma Sass, Hamburg, bei.**

## Impressum

**HERAUSGEBER / VERLAG**  
Werbestudio Varnay GmbH  
Potsdamer Straße 3  
30916 Isernhagen/Awb.

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

**REDAKTION**  
Susanna Lemke  
Tel. 0 51 32/39 97  
Fax 0 51 32/5 77 96  
eMail [redaktion@campingwirtschaft.com](mailto:redaktion@campingwirtschaft.com)

**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.

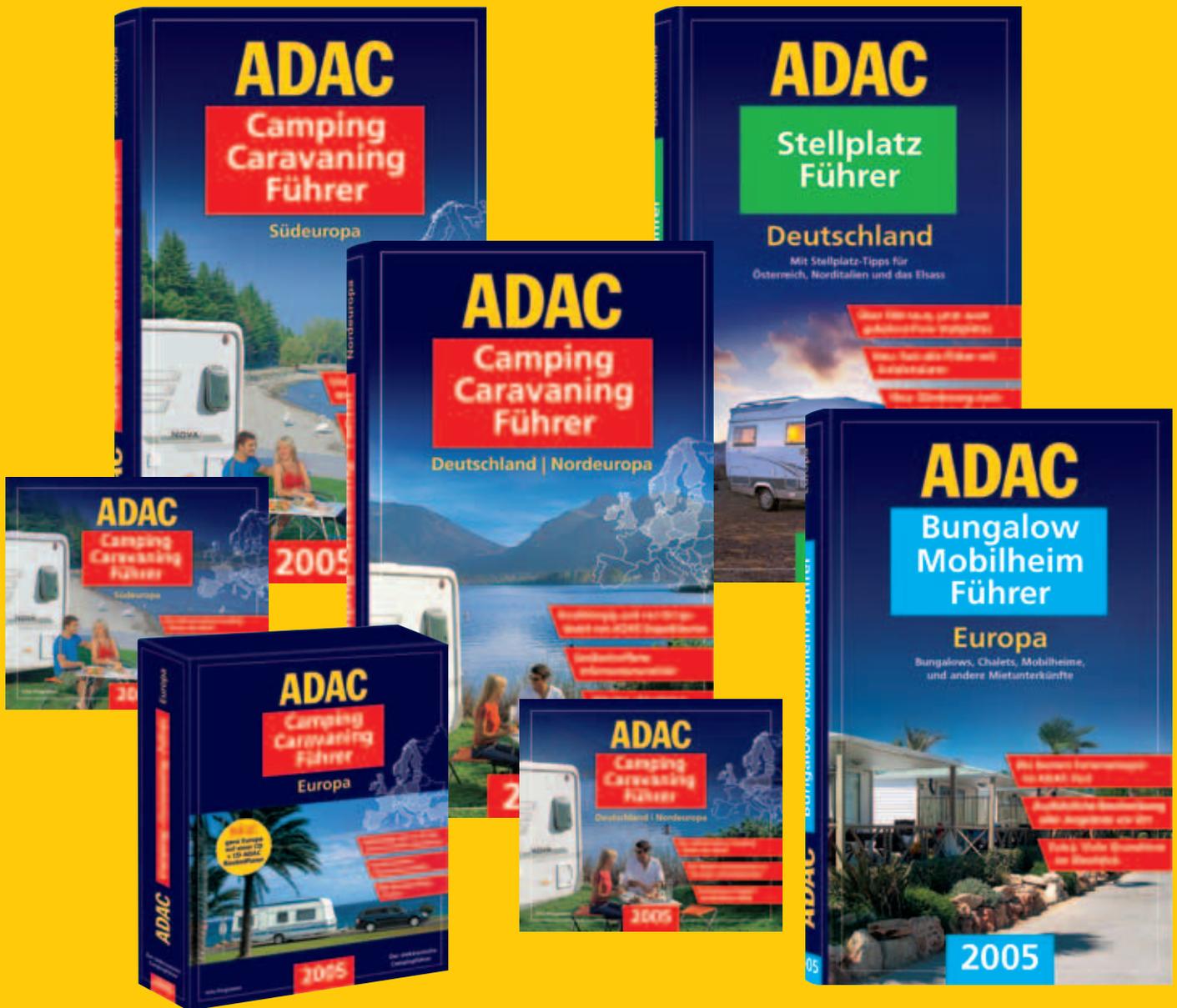
**Suche Campingplatz zur Pacht oder Kauf. Chiffre 00505**

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

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

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

# Garanten für Ihren Erfolg!



INFORMATION:

**ADAC Camping-  
Caravanning-Führer**

**Redaktion  
und Anzeigenabteilung  
81365 München  
Fax: (0 89) 76 76-28 36**

**ADAC**