

Campingtourismus in Rheinland-Pfalz: mit Strategie in die Zukunft

Die Umsetzung der Tourismusstrategie 2015 auf den Campingplätzen in Rheinland-Pfalz war Kernthema eines IHK-Tourismustreffs, zu dem die vier Industrie- und Handelskammern Rheinland-Pfalz nach Wittlich eingeladen hatten.

„Der Grundgedanke des Campings ist modern wie nie“, betonte die Vizepräsidentin der IHK Trier Andrea Weber in ihrer Begrüßung. „Immer mehr Menschen wünschten sich, ihre Freizeit in der Natur zu verbringen.“

Das spiegelt auch die Statistik wieder: im vergangenen Jahr wurden knapp vier Millionen Übernachtungen und 950.000 Gäste auf den rheinland-pfälzischen Campingplätzen erfasst. Gerade bei den ausländischen Touristkämpfern hat Rheinland-Pfalz im Vergleich der Flächen-Bundesländer mit einem Anteil von 43,3 Prozent die Nase vorn.

Allerdings wird gerade die wirtschaftliche Bedeutung der Branche oftmals noch unterschätzt, wie auch Dirk Dunkelberg vom Deutschen Tourismusverband im Rahmen der Veranstaltung deutlich machte. Nach einer Untersuchung des Deutschen wissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr würden Touristkämpfer pro Kopf und Tag 45,80 Euro ausgeben, bei den Dauercämpfern seien es 18,70 Euro. Rechnet man zu den reinen Umsätzen im Dauer- und Touristkamping noch die Investitionen in die Ausrüstung, die Fahrtkosten und die Umsätze von Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen hinzu, komme man auf einen Gesamtumsatz von über 11 Mrd. Euro. Um diese beeindruckenden Zahlen weiter ausbauen zu können, nannte Dunkelberg zahlreiche Faktoren, die für eine erfolgreiche Zukunft zu beachten seien. Dazu zählen eine stärkere Präsenz im Internet, die Teilnahme an Zertifizierungen wie ECOCAMPING, Service Qualität oder die Sterneklassifizierung, sowie vor allem die Konzentration auf bestimmte Zielgruppen. Hier gilt es, über innovative Ideen das Angebot qualitativ aufzuwerten.

Anja Wendling von der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH stellte dar, dass die Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2015 dazu eine ideale Grundlage biete. In den vier für Rheinland-Pfalz chancenreichsten Themen Wandern, Radfahren, Wein und Gesundheit bieten sich auch für Campingplätze vielfältige Möglichkeiten, Angebote zu entwickeln und entsprechende Pakete zu schnüren. Ein gelungenes Beispiel dafür sind die neuen Pauschalen, die der Campingpark Weiherhof im Westerwald unter dem Motto „Wandern und Campen direkt am Westerwaldsteig“ bzw. "Entspannen in der Natur" anbietet.

In der abschließenden Podiumsrunde betonte Juliana Jung vom Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung, dass die neue Landesregierung weiter als Partner bei der Tourismusstrategie 2015 zur Seite stehen werde. Auch Wolfgang Reh von der Eifel Tourismus GmbH wünschte sich, dass Campingunternehmer gemeinsam mit den Touristikern und der Politik an einem Strang ziehen. Zur Forcierung der Zusammenarbeit, so Dr. Achim Schloemer, Geschäftsführer der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, hat der Tourismus- und Heilbäderverband im vergangenen Jahr einen Arbeitskreis Camping eingerichtet. Günter Becker, Vorsitzender des Verbandes der Campingplatzunternehmer Rheinland-Pfalz und Saarland, bot seine Zusammenarbeit an und appellierte zugleich an die eigenen Reihen, sich mit den angebotenen Themen zu befassen und zu engagieren.