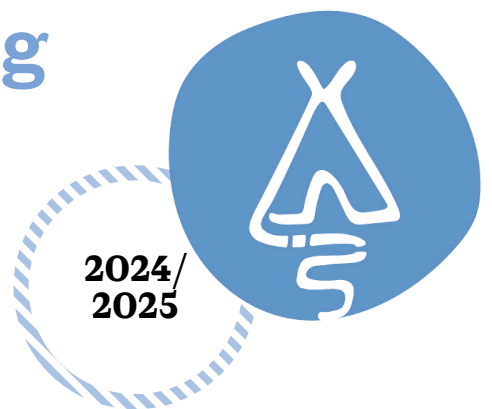




# Camping- und Reisemobiltourismus in Baden-Württemberg

Wirtschaftsdaten, Trends,  
Erfolgsfaktoren und  
Tipps für Unternehmen,  
Destinationen, Politik und Kommunen





# INHALT



CAMPING- UND REISEMOBILTOURISMUS  
IN BADEN-WÜRTTEMBERG 2024/25

**02**

MANAGEMENT SUMMARY -  
DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

**04**

CAMPINGWIRTSCHAFT IN  
DEUTSCHLAND

**07**

CAMPINGWIRTSCHAFT IN  
BADEN-WÜRTTEMBERG

**12**

WERTSCHÖPFUNGS-  
FAKTOR  
CAMPINGTOURISMUS

**15**

NACHFRAGE - TRENDS IM  
CAMPINGTOURISMUS

**18**

ANGEBOTS-TRENDS  
IM CAMPING-TOURISMUS

**21**

UNTERNEHMEN  
INSIGHTS

**25**

ZIELGRUPPEN

**27**

WISSENSWERTES



# CAMPING IST SPITZE IM FREIZEIT- TOURISMUS



## Wachstumskurs und Qualität

Die Campingbranche in Baden-Württemberg wächst seit Jahren stetig. Mit kontinuierlich steigenden Übernachtungszahlen gehört Camping zu den erfolgreichsten Tourismussegmenten im Land und erfreut sich großer Beliebtheit bei Urlaubern aller Zielgruppen. Parallel dazu ist die Qualität der Camping- und Reisemobilplätze gestiegen. So gibt es in Baden-Württemberg allein dreizehn 5-Sterne Plätze sowie 31 Plätze mit 4 Sternen.

Die Campingbranche im Land ist eine fest etablierte und zukunftsfähige Urlaubsform mit professionellen Betrieben.

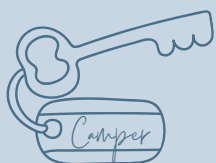
## Freizeittourismus im Fokus

Ein Alleinstellungsmerkmal der Campingbranche ist der nahezu alleinige Fokus auf Freizeittouristen. Anders als in anderen Tourismusbereichen spielt der Geschäftsreisemarkt hier kaum eine Rolle. Das bedeutet, dass von den 5,4 Mio. Campingübernachtungen rund 5,14 Mio. durch Freizeittouristen zustande kommen. Diese machen damit rund 25 Prozent der gesamten freizeitorientierten Übernachtungen in Baden-Württemberg aus.

## Viel Potenzial in der Nebensaison

Baden-Württemberg hat viele Stammgäste aus dem In- und Ausland und jedes Jahr kommen neue hinzu. Viele sind zeitlich flexibel. Das birgt Chancen für eine Saisonverlängerung. Gerade dann sind attraktive Angebote und regionales Marketing für diese Zielgruppe der Schlüssel zu mehr Wertschöpfung.

### Wichtige Kennziffern:



378	Campingparks und Reisemobilstellplätze (>9 Einheiten)
97.108	Stand- und Stellplätze
1.772.310	Ankünfte
5.421.225	Übernachtungen
3,1	Durchschnittliche Aufenthaltstage
79 %	Inlandsgäste
58,40 €	geben Touristcamper pro Tag aus



**"In den Jahren 2023 und 2024 verzeichnete die Campingbranche in Baden-Württemberg Rekordzahlen und bestätigt ihre wichtige Rolle im florierenden Freizeittourismus."**

**Kurt Bonath, 1. Vorsitzender BVCD BW e.V.**





# CAMPING IN DEUTSCHLAND

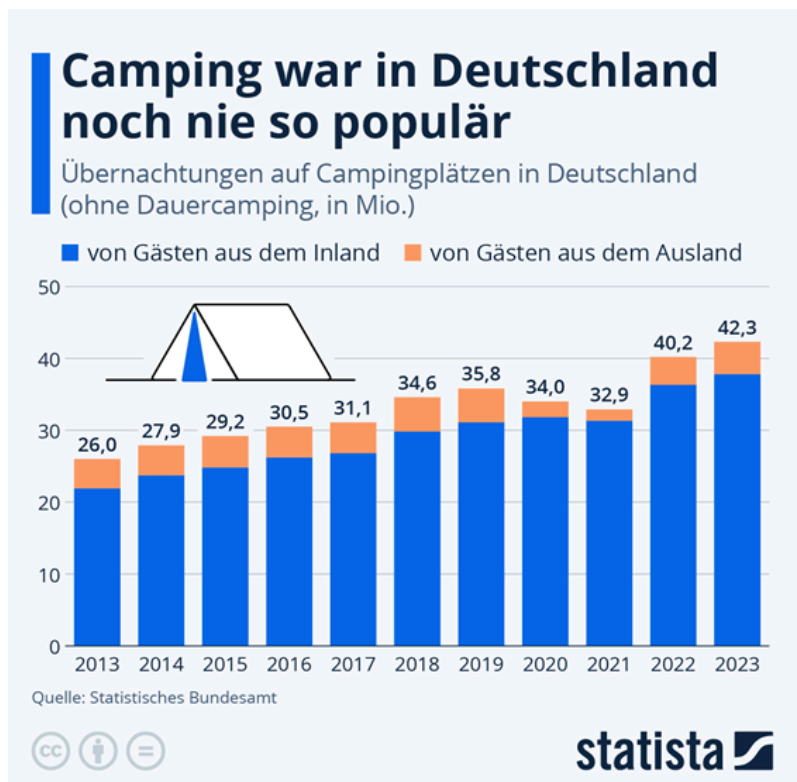
## EINE ECHE ERFOLOGSGESCHICHTE VON WACHSTUM UND WERTSCHÖPFUNG

Die deutsche Campingbranche erlebt einen beispiellosen Boom, der Urlauber und Tourismusexperten gleichermaßen begeistert. Das Jahr 2023 wird bereits als Rekordjahr in die Geschichte eingehen – und 2024 verspricht, diesen Erfolg noch zu toppen.

### STEIGENDE ZAHLEN

Die Zahlen sprechen eine klare Sprache: Im Jahr 2023 verzeichnete die Branche deutschlandweit 42,3 Millionen Gästeübernachtungen – ein sattes Plus von 18,3 % im Vergleich zu 2019. Die anderen Beherbergungsformen hatten lediglich ein Plus von 0,9 %. Besonders bemerkenswert: Die Anzahl der Camper in Deutschland ist auf 15 Millionen angewachsen. Ob mit Wohnmobil, Caravan, Zelt oder im Mobile Home – die Deutschen entdecken das Campingenerlebnis neu.

**Jede 11. Übernachtung in Deutschland findet auf einem Campingplatz statt!**



### WIRTSCHAFTSFAKTOR CAMPING

Der ökonomische Einfluss ist ebenfalls gigantisch: Über 19,5 Milliarden Euro Bruttoumsatz generiert der Campingtourismus in Deutschland. Fast vier Milliarden Euro fließen dabei durch Steuern und Abgaben in die Staatskassen.

### BELIEBTESTE REGIONEN

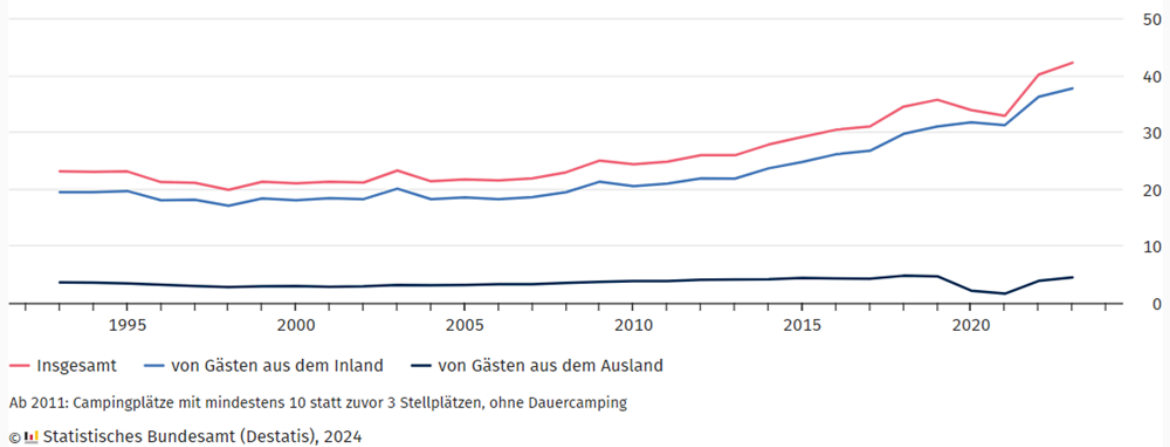
Bemerkenswert: Das Wachstum wird deutlich über den Inlandsmarkt generiert. Das bedeutet, dass die Deutschen bevorzugt im eigenen Land verreisen. Nord- und Ostsee sind beliebt. Doch auch der Südwesten Deutschlands ist vorne dabei. Besonders attraktiv sind Schwarzwald, Bodensee und Oberschwaben sowie das Allgäu, die alle unter den TOP 5 sind.



ES GEHT SEIT JAHREN NACH OBEN

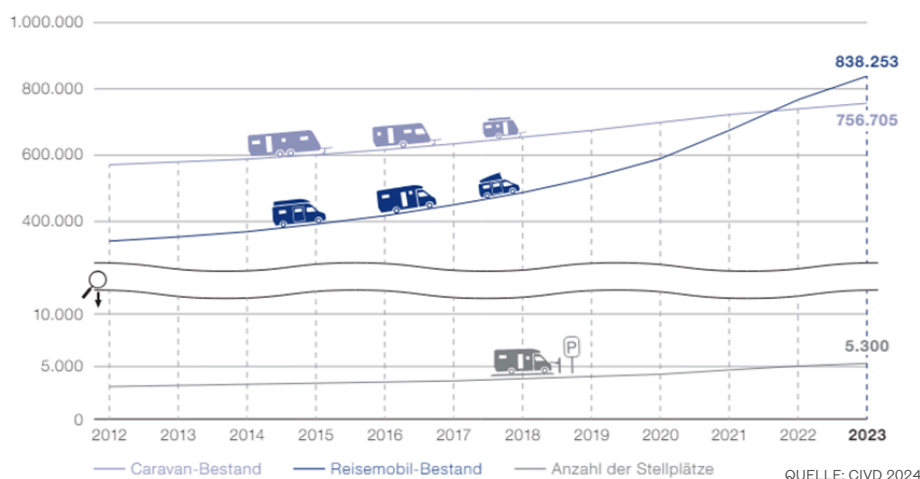


Übernachtungen auf Campingplätzen in Deutschland  
in Millionen



Betrachtet man die Übernachtungszahlen auf den Campingplätzen über einen längeren Zeitraum, dann fällt auf, dass es stetig nach oben geht. Dies ist sicherlich auch auf die gesteigert Nachfrage an Freizeitfahrzeugen zurück zu führen. Die Zulassungszahlen der letzten Jahre sprechen eine deutliche Sprache.

Bestand Freizeitfahrzeuge in Deutschland



Zulassungszahlen für Reisemobile: Der Bestand ist von 417.297 Fahrzeugen (2016) auf beeindruckende 907.879 (2024) gestiegen.

+117 %

Obwohl die Zulassungszahlen im Jahr 2024 nicht mehr so stark gestiegen sind und der Corona-Hype langsam nachlässt, sind die Prognosen immer noch gut. Im Jahr 2024 (Jan-Nov) wurden in Deutschland **71.600 Reisemobile** zugelassen, das ist ein Plus von 10,6 % im Vergleich zum Vorjahr. Bis 2028 wird der weltweite Camping-Markt voraussichtlich auf 58,7 Milliarden Euro und 400 Millionen Besitzer von Freizeitfahrzeugen anwachsen. Bei der Anzahl der Stell- und Standplätze, die zur Verfügung stehen, ist allerdings noch Luft nach oben.



# WERT SCHÖPFUNG

## Boomender Markt mit starkem wirtschaftlichen Einfluss

Camping ist beliebter als jemals zuvor. Das zeigt die seit Jahren stark wachsende Nachfrage nach neuen und gebrauchten Reisemobilen und Caravans sowie die beachtlichen Zahlen bei der Vermietung von Freizeitfahrzeugen. Entsprechend einträglich war das Geschäft in den letzten Jahren für die Fahrzeughersteller. Auch die Verkaufszahlen von Zelt- und Outdoorausrüstung sind deutlich angestiegen. Da viele deutsche Camping-Enthusiasten vor allem ihre Kurzurlaube im eigenen Land verbringen, profitiert auch die hiesige Tourismusbranche stark von dem Boom.

Camping- und Reisemobiltourismus generiert gemäß den Berechnungen des dwif e.V. jährlich 6,4 Milliarden Euro Umsatz. Von den Ausgaben der Camper profitieren weitere Branchen. Rund die Hälfte der Ausgaben der Touristcamper und Reisemobilisten geht -zusätzlich zu den reinen Stellplatzkosten- in die Gastronomie sowie in den Handel, vor allem in den Lebensmitteleinzelhandel. Die Zahlen zeigen: Camping ist ein Wachstumsmarkt, der wirtschaftlich in allen deutschen Destinationen von großer Bedeutung ist.



### Die Umsätze durch Ausgaben der Camper im Zielgebiet

6.435,9 MIO. € UMSATZ



3.182,8 Mio. €  
durch Touristik-  
camper (auf  
Campingplätzen)



941,6 Mio. €  
durch  
Dauercamper



2.311,5 Mio. €  
durch Reise-  
mobilisten  
außerhalb von  
Campingplätzen

Quelle: DWIF 2024, Deutschland

**„Der Campingtourismus ist eine wesentliche Säule des baden-württembergischen Tourismus. Der Campingtourismus im Land boomt zwar nicht erst seit Corona, doch dies hat der Branche einen nachhaltigen Schub gegeben. Im Jahr 2023 konnten 8,4 Prozent mehr Ankünfte und 7,5 Prozent mehr Übernachtungen als im Vorjahr verzeichnet werden. Besonders erfreulich ist, dass die Zahl der ausländischen Gäste deutlich zugenommen hat.“**

**Dr. Patrick Rapp, Staatssekretär im Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus**





# ÜBERNACHTUNGSZAHLEN IM LAND AUF REKORDJAGD

Die Campingbranche ist ein außerordentlich wichtiges Segment der Tourismuswirtschaft in Baden-Württemberg. Durch ständige Zuwächse an Ankünften und Übernachtungen und dem Trend zum Urlaub im eigenen Land nicht erst seit der Pandemie, hat die Campingwirtschaft Marktanteile gewonnen. „Mobiler Tourismus“ ist gerade in Zeiten der weltweiten Krisen und steigenden Flugpreise im Trend.

Die Zahl der Übernachtungen auf Camping- und Reisemobilstellplätzen in Baden-Württemberg ist auch 2023 wieder auf Rekordniveau. Die Tendenz der vergangenen Jahre setzt sich fort: Mit rund 5,4 Mio. ist die Zahl der Übernachtungen auf Campingplätzen in Baden-Württemberg gegenüber 2019 sogar um 16,6 % gestiegen.

Bereits jetzt liegen die Zahlen von Januar bis Oktober 2024 vor und es zeichnet sich mit 5,21 Mio. Camping-Übernachtungen in zehn Monaten ein neuer Jahreshöchststand für 2024 ab.

Derzeit sind 387 Betriebe von der amtlichen Statistik erfasst (ab 10 Einheiten). Im Jahr 2017 waren es lediglich 369 berichtspflichtige Plätze. Hinzu kämen vor allem Reisemobilstellplätze mit weniger Einheiten, die nicht statistikpflichtig sind.



**79 % Inlands-  
übernachtungen**

Betrachtet man die Nachfrage aus dem In- und Ausland, so wird deutlich, dass der Inlandstourismus mit 79 % nach wie vor am stärksten. 21 % der Gäste kommen aus dem Ausland. Der stärkste Auslandsquellenmarkt sind die Niederlande, gefolgt von der Schweiz und Frankreich.

Denn auch in den anderen europäischen Ländern wurden in den Jahren 2019 bis 2022 überproportional viele Freizeitfahrzeuge zugelassen.

Jahr	Betriebe	Schlafgelegenheiten	Ankünfte	Übernachtungen
2023	387	97.108	1.772.310	5.421.225
2022	371	95.056	1.634.900	5.041.000
2021	348	91.048	1.117.555	3.758.864
2020	334	87.448	1.179.406	3.880.718
2019	371	91.280	1.572.195	4.649.554
Vgl. zu 2019 in %	4,3	6,4	12,7	16,6

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2024



# Campingbranche ist Spitze im Freizeittourismus

Im Tourismus lassen sich zwei Hauptbereiche unterscheiden: Wirtschaftstourismus (Business) und Freizeittourismus (Leisure). Um die Rolle der Campingwirtschaft im Segment des Freizeittourismus besser zu verstehen, ist es wichtig, die beiden Bereiche genauer zu betrachten.

Wirtschaftstouristen reisen hauptsächlich aus geschäftlichen Gründen, etwa als Monteure oder bei Besuchen von Firmen, Seminaren, Messen und Konferenzen. Im Gegensatz dazu reisen Freizeittouristen aus rein erholungs- oder unterhaltungsbezogenen Gründen und können somit durch das Tourismusmarketing der Destinationen sehr gut erreicht und für die nächste Urlaubsreise inspiriert werden.

Im Jahr 2023 sind in Baden-Württemberg 52,1 Mio. Übernachtungen in allen Beherbergungsbetrieben außer Camping gezählt worden. Nimmt man an, dass etwa 60 % dieser Übernachtungen von Wirtschaftstouristen und 40 % von Freizeittouristen gebucht wurden, dann entfielen von den insgesamt 52,1 Mio. Übernachtungen also etwa 20,84 Mio. auf Freizeittouristen.

Im Campingsektor ist der Anteil der Wirtschaftstouristen aber deutlich geringer. Es wird geschätzt, dass etwa 95 % der Campingübernachtungen durch Freizeittouristen generiert werden. Das bedeutet, dass von den 5,4 Mio. Campingübernachtungen 5,14 Mio. durch Freizeittouristen zustande kamen. Diese machen damit rund **25 % der gesamten freizeitorientierten Übernachtungen** in Baden-Württemberg aus.

25 %

**“Campingtourismus ist fast ausschließlich Freizeittourismus. Damit findet rund ein Viertel der freizeittouristischen Übernachtungen im Land auf Camping- und Reisemobilstellplätzen statt.”**

**Prof. Dr. Heinrich Lang,  
Sachverständiger für Camping- und Ferienparkwirtschaft**



## Technische Neuerungen und veränderte Nachfrage führen zur Saisonverlängerung

Die "Nebensaison" bezeichnet die Zeit außerhalb der Hauptreisezeiten, also in der Regel außerhalb der Schulferien und Feiertage. In dieser Zeit sind viele Campingplätze weniger voll und bieten oft günstigere Preise sowie eine ruhigere Atmosphäre. Natürlich sind die Sommermonate (Juni bis August) noch immer die Quotenbringer mit den meisten Übernachtungen auf Campingplätzen. Doch gerade in der Saisonverlängerung liegt für viele Campingbetriebe die Chance auf eine höhere Auslastung. Wir beobachten, dass Campinggäste immer früher im Jahr anreisen und immer länger im Herbst bis weit in den November hinein Campingbetriebe frequentieren wollen. Diese Auflösung traditioneller Zeitmuster ist eine weitere Herausforderung für die Campingwirtschaft in Baden-Württemberg.

Der Trend zum Reisemobiltourismus mit autarken Fahrzeugen (auch im Winter) sowie viele technische Neuerungen im Bezug auf Heizen und Frostsicherheit der Sanitäreinheiten befeuern diesen Wunsch nach Saisonunabhängigkeit zusätzlich.

Dadurch reduzieren sich die Schließzeiten für die Campingplätze immer mehr. Für viele Saisonbetriebe ist der Schritt zum Ganzjahresbetrieb nicht mehr allzu groß. Noch sind fast die Hälfte der baden-württembergischen Campingbetriebe Saisonbetriebe. Die Reisemobilstellplätze sind hingegen zumeist ganzjährig geöffnet.

Durch behördlich verfügte Winterschließungen können allerdings die meisten Campingbetriebe am Bodensee nicht den geänderten Bedürfnissen der Gäste entsprechen. Dies führt zu Wettbewerbsnachteilen für diese Reiseregion in der nun immer beliebteren Nebensaison.

Bei der Dichte der Hersteller von Freizeitfahrzeugen ist Baden-Württemberg ebenfalls an der Spitze. Klangvolle Namen, wie Hymer, Dethleffs, Carthago, Bürstner, Ahorn, Carado oder Herzog bürgen für Qualität und innovative Technik aus dem Südwesten.



HYMER GROUP



### Übernachtungen nach Reisegebieten

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2024

## Top-Destinationen im Südwesten sind Schwarzwald und Bodensee

Ein Blick auf die einzelnen Reisegebiete zeigt, dass bei Campingtouristen im Jahr 2023 vor allem Schwarzwald und Bodensee beliebt waren. 2,6 Mio. Übernachtungen - also fast die Hälfte - werden allein auf den 153 gewerblichen Plätzen im Schwarzwald generiert.

Dabei ist der Schwarzwald ein klassisches Ganzjahresziel. Ebenso wie die Reisemobilstellplätze bei den Thermen und in den Heilbädern des Landes. Hierhin zieht es auch im Herbst und Winter viele Camper.

Wie bei den meisten Tourismussegmenten werden auch in der Campingbranche zunehmend das Urlaubsthema und die Freizeitaktivitäten wichtiger als der Standort oder die Region. Die bloße Lage im Schwarzwald oder am Bodensee ist immer weniger ein ausschlaggebender Grund, um einen Campingplatz zu besuchen. Entscheidend ist, welche Aktivitäten und Erlebnisse den Gästen geboten werden.



## Der neue Dauercamper

Im Nördlichen Baden-Württemberg, im Nordschwarzwald sowie auf der Schwäbischen Alb dominiert nach wie vor das Dauercamping. Überraschend ist auch der hohe Anteil des Dauercampings in der Region Bodensee. Dennoch: durch die veränderte Nachfrage ist in den letzten Jahren in allen Regionen eine deutliche Hinwendung zum Touristikingcamping festzustellen.

Zudem entwickelt sich mehr und mehr eine neue Dauercampingnachfrage - vor allem dann, wenn die Campingbetriebe mehr Qualität, viele Freizeitaktivitäten und eine hohe Erlebnisdichte in der Umgebung bieten. Diese neuen (und zumeist jüngeren) Dauer- oder Saisoncamper bleiben nicht mehr so lange am gleichen Standort und sind ausgabefreudiger. Überdies akzeptieren sie auch durchaus höhere Standplatzentgelte.

Noch immer sind knapp die Hälfte (ca. 45 %) der Standplätze von Dauer- und Saisoncamping belegt. Bei weiterhin guter Marktlage besteht die Chance, diese in Touristikplätze umzuwidmen. Dies kann nur gelingen, wenn auch in der Nebensaison eine entsprechend hohe Nachfrage generiert wird.

## Übernachtungspreise: Wohnmobilstellplätze stärker verteuert als Campingplätze



Die Preise für Übernachtungen auf einem Wohnmobilstellplatz sind laut Stat. Bundesamt im Jahr 2023 deutschlandweit um 9,0 % gegenüber 2022 gestiegen. Etwas moderater fiel der Preisanstieg bei den Campingplätzen mit durchschnittlich 6,6 % aus. Zum Vergleich: Über alle Formen von Unterkünften hinweg hat sich der Preis für eine Übernachtungen um 7,5 % verteuert.



# Wichtiger Wirtschaftsfaktor in Baden-Württemberg



Baden-Württemberg zählt zu den beliebtesten Campingdestinationen in Deutschland - und das aus gutem Grund: Mit seiner landschaftlichen Vielfalt, von der Schwäbischen Alb bis zum Bodensee, bietet das Bundesland ideale Bedingungen für Campingfreunde.

Im Jahr 2023 generierte der Campingtourismus fast 640 Mio. Euro Bruttoumsatz, wobei mehr als **14 Millionen Aufenthaltstage** zu verzeichnen sind. Die durchschnittlichen Ausgaben **liegen bei 44,30 Euro pro Tag, bei den Touristcampnern sogar bei 58,40 Euro pro Tag**. Sie leisten damit einen wichtigen Beitrag für lokale Wirtschaftszweige wie Einzelhandel, Gastgewerbe und Dienstleistungen.

Neben den direkten Einnahmen schafft der Campingsektor auch **Arbeitsplätze** und fördert die Infrastruktur in den Kommunen. Die durch Übernachtungsentgelte und Kurtaxen erzielten Einnahmen fließen in Projekte, von denen sowohl Einheimische als auch Touristen profitieren.

Der gesamte **touristische Einkommensbeitrag** in Baden-Württemberg entspricht einem Äquivalent von nahezu 374.000 Personen, die durch die touristische Nachfrage ein durchschnittliches Primäreinkommen von 33.119,- Euro pro Kopf und Jahr beziehen könnten, viele davon aus dem Campingsektor.

**14,436 Mio.  
Aufenthaltstage**

**44,30 Euro  
Ausgaben  
(pro Camper  
und Tag)**

**640 Mio. Euro  
Buttumsatz**

QUELLE: BERECHNUNG DWIF 2024,  
INKL. DAUERCAMPING

**Besonders der  
Reisemobiltourismus  
bietet Kommunen neue  
Chancen die Wert-  
schöpfung zu erhöhen,  
etwa durch die  
Errichtung moderner  
Stellplätze.**

Marktsegment	Aufenthalts- tage	Tagesausgaben Durchschnitt	Bruttoumsatz
Touristikingcamping	7,053 Mio.	+ 58,40 €	= 411,9 Mio. €
Reisemobil- tourismus	1,547 Mio.	+ 58,60 €	= 90,6 Mio. €
Dauercamping	5,836 Mio.	+ 23,50 €	= 137,1 Mio. €

QUELLE: DWIF, WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS 2024

## Der Einzelhandel profitiert

Besonders hoch sind die Ausgaben von Touristikingcamping und Reisemobilisten mit fast **60 Euro** pro Kopf und Tag.

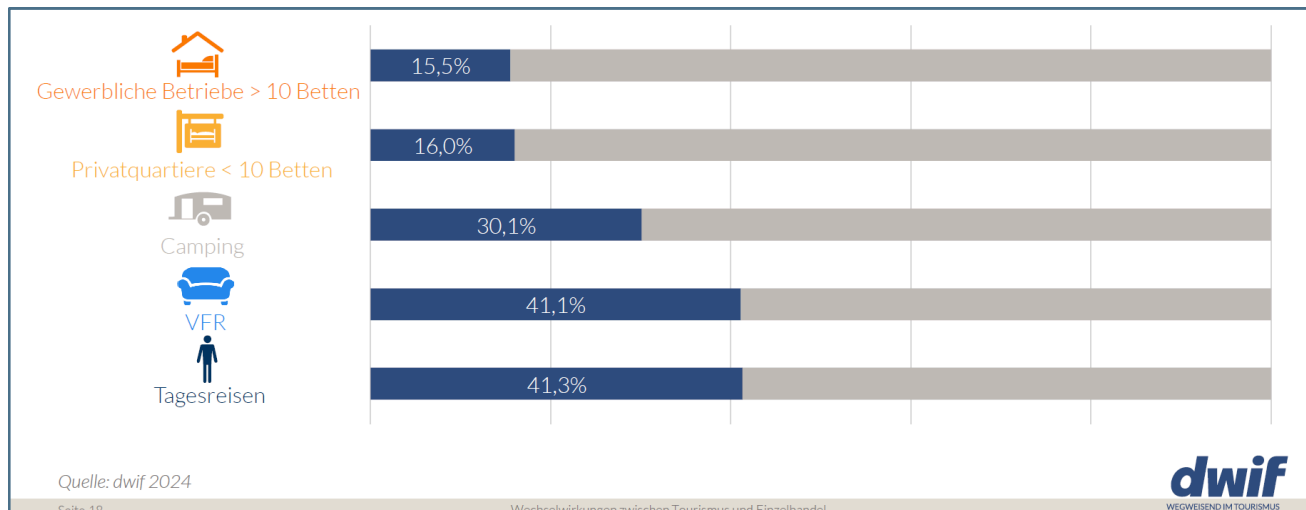
Vor allem in der Gastronomie und im Einzelhandel lassen Camper viel Geld liegen. Eine aktuelle Studie des dwif zeigt, dass 30,1 % der Tagesausgaben eines Campers auf den Einzelhandel entfallen. In der Gastronomie wird ein Anteil von 24,6 % ausgegeben. Vor allem Lebensmittel werden am Urlaubsort eingekauft.

In ländlichen Regionen wäre oftmals ohne den örtlichen Campingplatz kein Bäcker, Metzger oder Lebensmittelgeschäft mehr im Ort ansässig.


Auch die Campingplätze selbst sind oftmals Teil der Nahversorgung in ländlichen Kommunen: Das Camping-Restaurant, der Camping-Shop oder die mittlerweile gängigen Verkaufsautomaten werden gleichermaßen von Camping, Einheimischen, Wanderern oder Tagesgästen genutzt und erweitern so das gastronomische Angebot des Ortes.



### ANTEIL DER EINZELHANDELSAUSGABEN NACH ZIELGRUPPE







**„Campinggäste sind eine wichtige Zielgruppe für Baden-Württemberg. Die Ergebnisse einer bundesweiten Grundlagenuntersuchung des dwif verdeutlichen die sehr hohe Multiplikatorwirkung, die von Campingreisen ausgeht. Der Multiplikatoreffekt ist enorm: So generiert 1 Euro Wertschöpfung durch die Beherbergung in einer Campingeinrichtung insgesamt mehr als 11 Euro Wertschöpfung bei allen direkten und indirekten Profiteuren. Berücksichtigt werden hierbei die Ausgaben im Zielgebiet sowie Fahrtkosten. Investitionen in die Campingausrüstung sind nicht in die Berechnung einbezogen. Dies ist eine wirklich beeindruckende Größenordnung und verdeutlicht die starken Wechselwirkungen durch die Campingbranche in den Zielgebieten.“**

**Dr. Bernhard Harrer,  
Vorstand dwif e. V.**





# WIE IST DER ANHALTENDE CAMPINGTREND ZU ERKLÄREN?

DIESE FAKTOREN ZUSAMMEN ERKLÄREN DEN ANHALTENDEN TREND ZUM CAMPING UND DESSEN WACHSENDE BELIEBTHEIT IN VERSCHIEDENEN ALTERSGRUPPEN UND SOZIALEN SCHICHTEN.

1

## Naturverbundenheit

Immer mehr Menschen suchen nach Möglichkeiten, der Hektik des Alltags zu entfliehen und sich in der Freizeit in der Natur aufzuhalten. Camping bietet diese Erfahrung in der Natur, die als erholsam und revitalisierend empfunden wird.

3

## Flexibilität und Freiheit

Camping ermöglicht es, verschiedene Destinationen zu erkunden, ohne an einen bestimmten Ort gebunden zu sein. Die Möglichkeit, spontan zu reisen und sich an unterschiedlichen Orten niederzulassen, spricht viele Reisende an.

5

## Technologische Entwicklungen

Innovative Ausrüstungen und komfortable Campinglösungen, wie z.B. Wohnmobile und Glamping, machen das Campen zugänglicher und bequemer. Diese Entwicklungen sprechen neue Zielgruppen an.

7

## Pandemie-Effekte

Die COVID-19-Pandemie hat das Interesse am Camping zusätzlich und nachhaltig verstärkt, da viele Menschen sicherere und flexiblere Reisemöglichkeiten suchten.

2

## Nachhaltigkeit

Mit wachsendem Bewusstsein für Umwelt- und Klimafragen bevorzugen viele Reisende umweltfreundliche Urlaubsformen. Camping gilt oft als nachhaltigere Alternative zur Flugreise.

4

## Geselligkeit und Gemeinschaft

Camping fördert soziale Interaktionen, sei es mit Familie, Freunden oder mit anderen Campern. Das Teilen von Erlebnissen und das Knüpfen von neuen Bekanntschaften ist ein wichtiger Teil des Campingerlebnisses.

6

## Gesundheit und Wellness

Viele Menschen erkennen die gesundheitlichen Vorteile des Campings: Bewegung in der Natur, frische Luft und weniger Stress. Auch der Besuch von Thermen und Heilbädern ist gerade im Reisemobilsektor ein starkes Reisemotiv.



AKTUELLE STUDIE DES ADAC

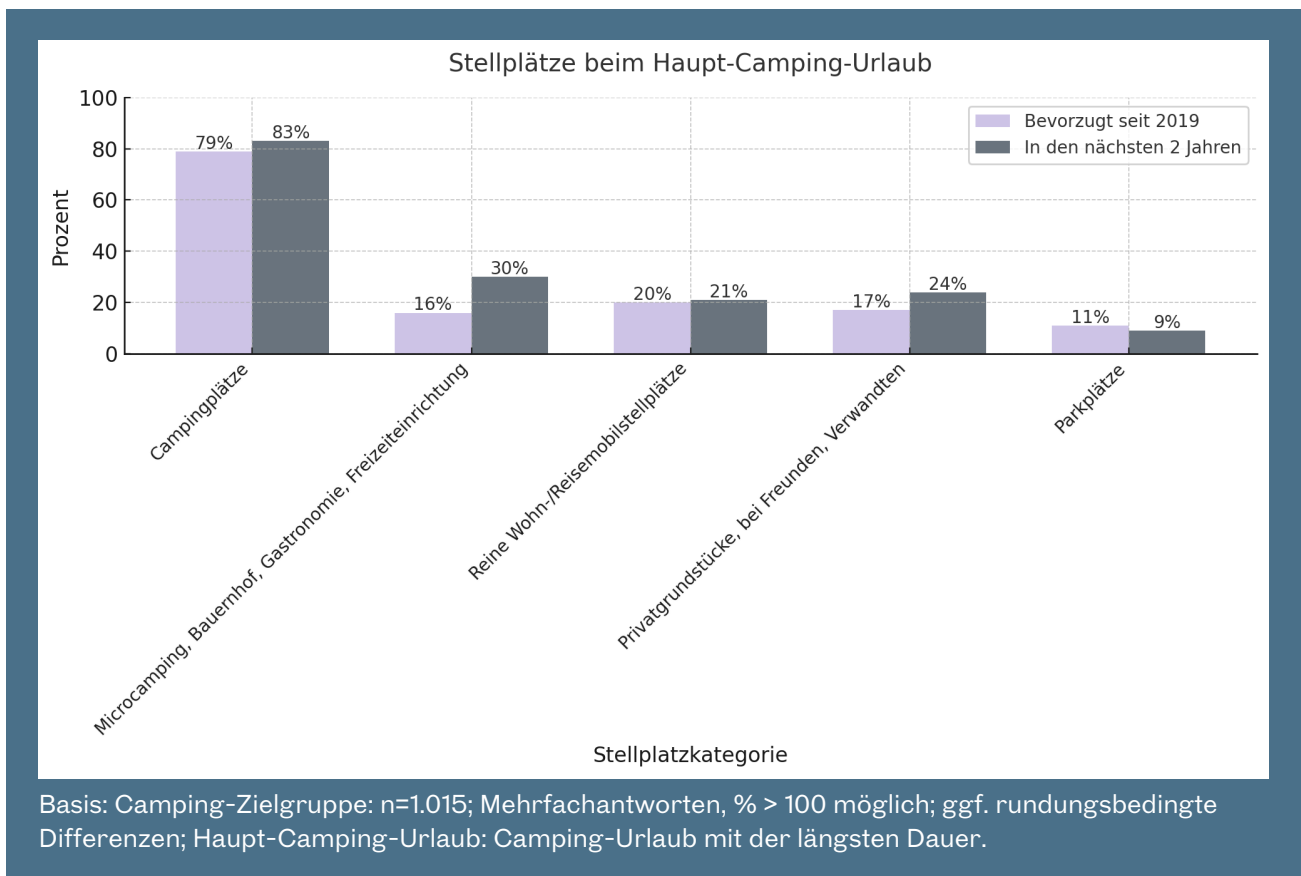
# CAMPINGPLÄTZE DOMINIEREN

Klassische Campingplätze bleiben die klare Nummer eins beim Haupturlaub: 79 % der Camper bevorzugten diese bisher, 83 % planen dies auch weiterhin. Alternativen wie Microcamping auf Bauernhöfen oder bei Freizeiteinrichtungen gewinnen jedoch stark an Beliebtheit. Auch private Grundstücke werden häufiger genutzt. Dies zeigt: Es entwickeln sich immer mehr Stellplatz-Optionen, doch nach wie vor ist der klassische Camping- und Ferienpark am beliebtesten beiden Campern.

**Buchungsplattformen**, die alternative Übernachtungsplätze einfach auffindbar und buchbar machen, haben sich in den letzten Jahren etabliert. Ein Beispiel ist das Start-Up MyCabin, das von Studierenden der Universität Konstanz entwickelt wurde und nun mit Nomady fusioniert hat.



## STELLPLATZALTERNATIVEN FÜR ALLE ZIELGRUPPEN



QUELLE: ADAC 2024

STUDIE VON CAMPERDAYS / ADAC

# BADEN-WÜRTTEMBERG IM CAMPING-FIEBER



Eine aktuelle Auswertung von CamperDays, basierend auf internen Buchungsdaten aus dem Jahr 2023, sowie Umfrageergebnissen von ADAC, Statista und der Buchungsplattform Pincamp bietet spannende Einblicke in die Campinggewohnheiten der Deutschen. Demnach stammen die meisten Campingbegeisterten aus Baden-Württemberg. Das Bild des durchschnittlichen Campingtouristen hat sich ebenfalls verändert: Camper sind heute jünger, umweltbewusster und abenteuerlustiger. Junge Familien, Freunde und Paare schätzen im Urlaub besonders Flexibilität, Nachhaltigkeit und die Nähe zur Natur.

1

## Regionale Verteilung

In Baden-Württemberg leben die meisten Camping-Enthusiasten, gefolgt von Nordrhein-Westfalen und Bayern. Die Städte mit den meisten Camping Begeisterten sind München, Hamburg und Frankfurt am Main.

3

## Demografie, Reisegruppe, Ziele und Dauer

58 % der Campinggäste sind jünger als 45 Jahre, wobei die 25- bis 34-Jährigen mit 30 % das größte Kundensegment darstellen.

65 % der Camper reisen zu zweit, knapp 30 % zu dritt oder zu viert.

55 % campen am liebsten in Deutschland, während 41 % das europäische Ausland bevorzugen.

Ein Campingurlaub (Haupturlaubsreise) in Deutschland dauert im Schnitt zwölf Tage, bei Auslandsreisen erhöht sich die Dauer auf bis zu 3 Wochen.

2

## Nachhaltigkeit und Natur:

77 % der Camper legen Wert auf intakte Natur am Zielort. 40 % achten bei der Buchung auf Nachhaltigkeitskriterien wie die CO<sub>2</sub>-Bilanz, nachhaltige Mobilität vor Ort und regionale Lebensmittel.

4

## Fahrzeugpräferenzen:

Der klassische Campervan ist das beliebteste Fahrzeug für Paare und kleine Familien, während größere Familien und Gruppen die geräumigeren Alkoven-Wohnmobile bevorzugen.



Quelle: CamperDays GmbH, ADAC, Statista, PiNCAMP



# DIE 3 GRÖSSTEN TRENDS IM CAMPINGTOURISMUS



DIE CAMPINGBRANCHE WIRD AKTUELL VON DREI GROSSEN TRENDS GEPRÄGT, DIE AUCH IN BADEN-WÜRTTEMBERG DEUTLICH SICHTBAR SIND.



**Back to the Roots**

**Zurück in die Natur**

Viele Campinggäste suchen das Ursprüngliche: einfache, naturnahe Plätze, die sich ideal für Zelte, Bullis oder Dachzelte eignen. Hier steht das Naturerlebnis und der Outdoor-Sport im Vordergrund, ohne Schnickschnack oder Luxus. Auch das Zelt als Erlebnisunterkunft erlebt eine ungeahnte Renaissance.



**Glamping und Wellness**

**Ferien-Resorts sind gefragt**

Im Gegensatz dazu erfreut sich auch das Luxussegment wachsender Beliebtheit. Gäste schätzen Glamping-Angebote mit stilvollen Unterkünften, wie Lodges, Baumhäuser oder glamourösen Zelten, kombiniert mit Wellness-Optionen wie Saunen oder Hot Tubs. Camping wird hier zum komfortablen Verwöhnerlebnis.



**Mega Liner vs. Vans**

**Auf großem Fuß oder flexibel unterwegs**

Ein weiterer Trend betrifft Reisende mit XXL-Fahrzeugen wie Mega-Linern. Campingplätze und Reisemobilstellplätze, die auf diese Zielgruppe eingehen, punkten mit großzügigen Stellplätzen. Die Zulassungszahlen zeigen allerdings, dass nach wie vor Camper Vans bzw. Kastenwagen am beliebtesten sind.

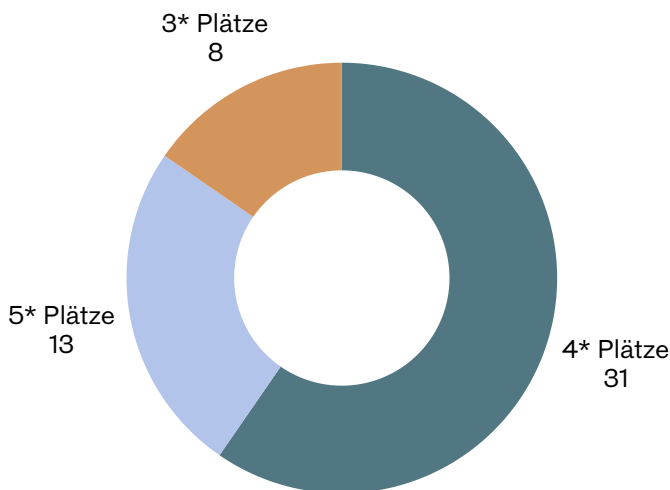
Baden-Württemberg geht mit seinem breiten Angebot auf die unterschiedlichsten Wünsche und Bedürfnisse ein. Ob naturnahes Camping, luxuriöses Glamping oder die perfekte Ausstattung für Mega-Liner – das Bundesland beweist, dass Qualität und Vielfalt Hand in Hand gehen.

Der Trend zur Resort-Bildung spiegelt dabei den Wunsch der Gäste wieder, Aktivitäten und Serviceleistungen direkt vor Ort zu haben. Viele Plätze im Land sind dafür allerdings zu klein, sodass die Zusammenarbeit mit der Destination und externen Anbietern zukünftig noch wichtiger wird. Mit dem klaren Fokus auf hochwertige Angebote setzt Baden-Württemberg Maßstäbe in der Campingbranche und bleibt ein attraktives Ziel für Campingbegeisterte aus dem In- und Ausland.

# QUALITÄT AUF ERFOLGSKURS

Camping hat sich von einer Budget-Urlaubsform zu einem vielseitigen und hochwertigen Tourismuszweig entwickelt, in dem Baden-Württemberg eine Vorreiterrolle einnimmt. Vor allem die "neuen" Touristikcamper haben wachsende Qualitätsansprüche. Sie erwarten neben Sauberkeit und Sicherheit eine exzellente Infrastruktur, erstklassigen Service und besondere Erlebnisse. Dieser Wandel zeigt, dass Qualität im Campingmarkt nicht mehr nur ein Bonus ist, sondern ein entscheidender Faktor, um langfristig erfolgreich zu sein. Baden-Württemberg setzt hier Maßstäbe und stärkt seine Position im Wettbewerb.

Mit **52 nach DTV-Kriterien klassifizierten Plätzen**, darunter **31 mit vier** und **13 mit fünf Sternen** (z.T. superior) zählt Baden-Württemberg zu den **Top-Destinationen** in Deutschland und liegt im Vergleich hinter Bayern und Mecklenburg-Vorpommern auf einem Spitzenplatz.



QUELLE: DTV 2024



**ARCHITEKTUR TRIFFT LEBENSGEFÜHL = SCHWARZWÄLDER HOF**

Familie Christine & Marco Schäfer: "Mit einer außergewöhnlichen Architektur – von Wellnessoasen, sanierten Naturstammhäusern bis zu unserem Baumhausdorf – schaffen wir einen Ort, der alle Generationen begeistert. Familien, Paare und BestAger finden hier unvergessliche Momente in der besonderen Atmosphäre des Schwarzwalds. Dank nachhaltiger Innovationen wie einer Photovoltaikanlage und modernem WLAN verbinden wir Naturverbundenheit mit Komfort. Unser Angebot macht den Schwarzwälder Hof zu einem Ziel für jede Jahreszeit – von Winteridylle über Wellnessmomente bis zu Sommerabenteuern. Erholung, Abenteuer und Genuss: Bei uns wird Camping zum ganzjährigen Lebensgefühl."





**“Der anhaltende Boom des Campingtourismus ist Ausdruck eines gesellschaftlichen Wandels hin zu mehr Flexibilität, Individualität und dem Wunsch nach naturnahen Erlebnissen.**

**Trotz der wirtschaftlich unsicheren Situation, wird gerade dieser Trend in den kommenden Jahren anhalten, da er sowohl Mobilitätsbedürfnisse als auch Nachhaltigkeits- und Outdoortrends vereint.”**

**Tanja Traub,  
Hauptgeschäftsführerin IHK Nordschwarzwald**





# GREEN CAMPING

## Affinität der Camper zu Nachhaltigkeitsthemen

Für etwa 40 % sind Themen wie „nachhaltige Mobilität am Zielort“, „CO2-Fußabdruck der Campingreise“ und „Auswahl an nachhaltigen Lebensmittel am Zielort“ relevante Kriterien bei der Buchung der Reise. Sie haben damit in der Camping-Zielgruppe eine höhere Bedeutung als anderen Urlaubsformen. Zudem achten 38 % der Befragten - auch in ihrem Alltag - auf eine nachhaltige Lebensweise.

(ADAC e.V.)



## ECOCAMPING

Seit mehr als 25 Jahren begleitet ECOCAMPING Campingplätze auf ihrem Weg zu mehr Nachhaltigkeit. ECOCAMPING Plätze achten auf eine naturnahe Gestaltung, den Klimaschutz, fördern die Artenvielfalt und engagieren sich für faire Arbeitsbedingungen. Weitere Informationen gibt es auf [www.ecocamping.de](http://www.ecocamping.de).



**In Baden-Württemberg sind  
31 Camping- und Ferienparks mit dem  
Ecocamping-Label zertifiziert.**

## NACHHALTIG

Der Campingtourismus verbindet wirtschaftliches Potenzial mit ökologischer Verantwortung. Die steigende Nachfrage nach naturnahen Reisen unterstreicht die Bedeutung Baden-Württembergs als führende Campingregion in Deutschland. Um diese Position zu festigen, lohnt es sich, in Nachhaltigkeit, Outdoor- und Sporterlebnisse und in eine moderne Infrastruktur zu investieren.





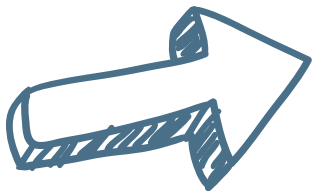
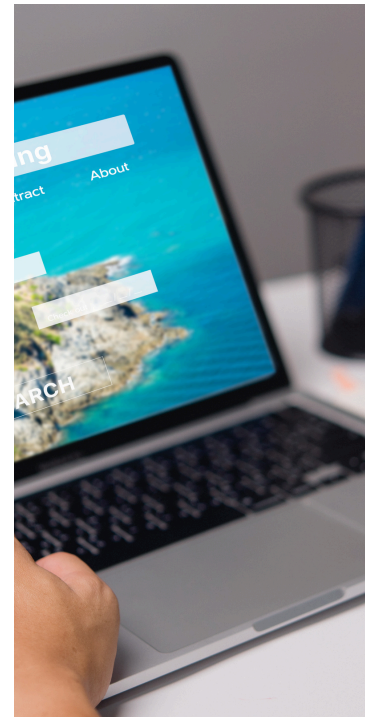
# DIGITALISIERUNG

**Die Digitalisierung verändert die Campingbranche grundlegend und eröffnet auch den Campingplätzen in Baden-Württemberg neue Möglichkeiten.**

## Chance für Unternehmen

Gäste erwarten zunehmend flexible und einfache Online-Buchungsmöglichkeiten, was für den Betrieb moderne Tools wie einen Channelmanager erforderlich macht. Diese Systeme erlauben es, Verfügbarkeiten in Echtzeit anzuzeigen, Buchungen zentral zu verwalten und die Sichtbarkeit auf Buchungsplattformen zu erhöhen. Die Gäste können so unkompliziert, kurzfristig und flexibel entweder eine Kategorie oder direkt einen bestimmten Platz reservieren.

Campingunternehmen, die frühzeitig auf zeitgemäße und integrierte Lösungen, wie digitale Buchungssysteme und Platzverwaltungssoftware setzen, profitieren von einer spürbaren Entlastung im Verwaltungsaufwand und gewinnen mehr Zeit für den persönlichen Kontakt mit ihren Gästen.



## Online-Buchbarkeit

### Der digitale Reisemobilstellplatz

Reinhold Kuch fasst es, als Betreiber des 4-Sterne-Campingplatzes Schüttehof sowie eines Reisemobilstellplatzes in Horb, treffend zusammen: „Die Digitalisierung ist für uns ein entscheidender Schritt, um Gäste besser zu erreichen und gleichzeitig unseren Betrieb effizienter zu gestalten. Gerade mit unserem neuen Wohnmobilstellplatz sind wir komplett neue, digitale Wege gegangen.“

Solche Ansätze zeigen, wie Campingplätze durch moderne Technologien ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern können.



# INSIDER-STIMMEN AUS DER BRANCHE



## Zum wilden Michel, Furtwangen



Familie Fischbach

### Ein Traum wird Realität

„In Zeiten des Wandels braucht es Mut, Herzblut und Leidenschaft – sowie Unternehmergeist. Genau diese Zutaten nutzten wir, Urs, Ute und Oskar Fischbach, um 2019 unseren Traum zu verwirklichen: den Campingplatz „Zum wilden Michel“.

Unsere Familie suchte nach einem selbstbestimmten Leben in der Natur. Nach intensiver Recherche war klar: Ein besonderer Campingplatz sollte es werden, idealerweise auf einem historischen Hof. Bald stieß unsere enge Freundin Anikó zu uns und wurde Teil unserer Gemeinschaft. Auch Utes Eltern, Rudi und Moni, waren schnell begeistert und unterstützen uns tatkräftig.

Heute ist der Wilde Michel weit mehr als nur ein Campingplatz. Acht weitere Bewohner haben sich uns angeschlossen, bringen Leben und Freude auf den Hof und gestalten unser Projekt aktiv mit. Wir haben einen einzigartigen Ort geschaffen, der Menschen anspricht, die auf herkömmlichen Campingplätzen anecken. Mit Partys, Konzerten und außergewöhnlichen Hochzeiten haben wir eine lebendige Gemeinschaft aufgebaut.“

## Alb-Camping, Westerheim



Elmar Thanner

### Camping als Kraftquelle

„Grundsätzlich kann ich mir derzeit keinen schöneren Arbeitsplatz als unseren Campingplatz vorstellen. Die Gäste sind entspannt und dankbar und das Lachen der Kinder motiviert uns zusätzlich.“

Unser Campingplatz hat enormes Wertschöpfungspotential für die Gemeinde Westerheim, da viele lokale Geschäfte und Dienstleister von den vielen Gästen profitieren.

Die Herausforderung bleibt, die steigenden Erwartungen zu erfüllen und neue Attraktionen zu bieten. Die Zufriedenheit unserer Gäste und unsere Auszeichnungen bestätigen uns hierin und geben uns die nötige Motivation. Im Vergleich zu 2017 haben wir 2023 die Übernachtungszahlen verdoppelt, was das Wachstum im Camping widerspiegelt. Camping bedeutet Freiheit, Aufenthalt in der Natur, perfekte Erholung für die ganze Familie.“



# INSIDER-STIMMEN AUS DER BRANCHE



## Azur Freizeit GmbH, Stuttgart



Pascal Urscheler

### Unvergessliche Erinnerungen schaffen

„Unser Ziel ist es, inspirierende Orte zu schaffen, an denen unsere Gäste das Abenteuer der Natur in vollen Zügen genießen können. Dabei setzen wir auf ein harmonisches Zusammenspiel mit dem lokalen Ökosystem, um diese besonderen Erlebnisse nachhaltig zu bewahren.“

Auf unseren Azur-Campingplätzen auf der Schwäbischen Alb und in Wertheim möchten wir einen Raum für entspannte Urlaubstage schaffen und unvergessliche Erinnerungen ermöglichen. Durch kontinuierliche Investitionen in die Qualität unserer Angebote und Dienstleistungen schaffen wir eine solide Grundlage für langfristigen Erfolg.

Diese Perspektive begeistert auch unsere Mitarbeitenden, die sich mit großem Engagement um das Wohl unserer Gäste kümmern. All dies bildet das Fundament für eine nachhaltige Zukunft – insbesondere in einer so landschaftlich reizvollen und für Deutschland bedeutenden Campingregion wie Baden-Württemberg.“

## Inselcamping Kollersee, Otterstadt



Familie Grafetstetter

### Freude und Leidenschaft leben

„Als Teil der Campingbranche in Baden-Württemberg haben wir den Campingplatz am Kollersee voller Begeisterung und Tatendrang übernommen, obwohl wir ursprünglich branchenfremd waren.“

Doch dann wurden wir, wie so viele andere, von der unerwarteten Herausforderung der Corona-Pandemie getroffen. Trotz dieser schwierigen Zeit hat uns die Freude am Austausch mit unseren Gästen und die Leidenschaft für unser Tun stets motiviert. Es erfüllt uns, einen Ort zu schaffen, an dem Menschen Erholung und Freude finden können.“

Der Zusammenhalt innerhalb unserer Branche und die vielen positiven Erlebnisse auf unserem Platz zeigen uns jeden Tag aufs Neue, dass wir den richtigen Weg eingeschlagen haben.“





## PRÄFERIERTE AKTIVITÄTEN WÄHREND DES CAMPING- URLAUBS

# SUMMER ESCAPES

Quelle: ADAC e.V.

**Badeurlaub und Wandern** stehen an erster Stelle: Rund **70 %** der Camper nutzen den Campingurlaub für diese Aktivitäten.

**Kultur-/ Städtetrips sowie Radtouren** an Platz zwei: Sie sind für mehr als jeden zweiten Befragten im Camping-Urlaub relevant. Bei Radtouren unternehmen die meisten (35 %) Ausflüge mit einem Fahrrad ohne Motorunterstützung. Knapp jeder Fünfte ist mit dem E-Bike unterwegs.

**Wassersport** macht gut jeder dritte Camper: Hier stehen Stand-Up-Paddling, Kajak/ Kanu und Tauchen/Schnorcheln im Vordergrund. Bootfahren für **30 %** der Camper relevant: Hier wird das Motorboot mit 13 % am häufigsten genannt. Knapp jeder fünfte Camper mietet oder chartert ein Boot, 5 % besitzen ein eigenes Boot.

**Motorrad-Touren** mit geringem Anteil im Ranking der Aktivitäten: Nur 8 % unternehmen Motorrad-Fahrten im Rahmen des Camping-Urlaubs.

10,58 Mio. Menschen in Deutschland besitzen die Ausrüstung fürs Zelten, zum Campen oder für Outdoor-Aktivitäten.

(Quelle: IfD Allensbach)





WER CAMPT DENN DA?

# ZIELGRUPPE CAMPER

## UMFRAGE ZUR ANALYSE DER CAMPER-ZIELGRUPPE DES ADAC E.V. (08/2023)

Etwa jede fünfte Person fällt in die Camping-Zielgruppe: In der deutschen Bevölkerung ab 16 Jahren machen die Camper nach der Definition des ADAC\* einen Anteil von 21 % aus. Hochgerechnet auf die Bevölkerungszahlen umfasst die Camping-Zielgruppe damit ca. 15 Mio. Menschen.

Mehrzahl der Camper sind „Wiederholungstäter“: 12 % sind bereits in den letzten vier Jahren gecampt und planen dies in den nächsten zwei Jahren wieder.

Camping-Arten eher breit gestreut: Dabei werden Camping-Urlaube im Wohnmobil, im Zelt sowie im Mobilheim mit einem Anteil von 5 bis 7 % in der deutschen Bevölkerung ab 16 Jahren am häufigsten unternommen.

Camping-Fahrzeug im Haushalt: 8% der Deutschen verfügen über ein Camping-Fahrzeug im Haushalt (zumeist Wohnmobil, Wohnwagen oder Camping-Van).

Eigenes vs. gemietetes Camping-Fahrzeug: Jeder Dritte nutzt ein eigenes Fahrzeug, knapp jeder Vierte mietet eins und jeder Zehnte leiht es unentgeltlich.

Camping-Budget: Im Durchschnitt haben die Camper 849 € pro Erwachsenen zu Verfügung.



21 %

15 MIO MENSCHEN  
IN DEUTSCHLAND  
(AB 16 JAHREN)  
SIND CAMPER

In der Zielgruppe sind Alterssegmente bis 39 überrepräsentiert, Personen ab 60 sind seltener vertreten. Aber: Der Anteil passionierter Camper („Camping-Enthusiasten“) ist in der Altersgruppe über 60 Jahren am höchsten ausgeprägt.

Campingurlaub macht zumeist nicht alleine: Drei von vier Befragten campen mit dem (Ehe)-Partner bzw. mit der Familie. Nur 6 % campen alleine.

Deutschland bevorzugtes Reiseziel: 55% der Camping-Urlauber verreisen innerhalb von Deutschland.

Am häufigsten im Hochsommer: Die meisten verreisen im Zeitraum Mai bis September. 53 % der Camper reisen im Juli oder August.

# Neue Campingplatz-Verordnung Baden-Württemberg



## Land wird attraktiver für Camper und Reisemobilisten

Das Land Baden-Württemberg hat die Campingplatz-Verordnung zum 1. Juli 2023 verschlankt. Die Erleichterungen für Wohnmobilstell- und Campingplätze ermöglichen mehr Vielfalt und machen Baden-Württemberg auch für Camper attraktiver. Die Neuregelung ist auch ein Beitrag zur Entbürokratisierung.

Baden-Württemberg streicht zahlreiche baurechtliche Vorschriften zum Betreiben von Campingplätzen und erleichtert das Errichten von Wohnmobil-Stellplätzen ohne Infrastruktur. Von den Erleichterungen profitierten sowohl die Nutzer von Wohnmobilen als auch die Betreiber von Campingplätzen und auch jene, die einzelne Wohnmobil-Stellplätze bereitstellen.

Die bislang geltende Campingplatz-Verordnung des Landes stammt aus dem Jahr 1984. Die neue Campingplatz-Verordnung konzentriert sich auf notwendige sicherheitsrelevante Vorgaben. Andere Vorschriften – wie etwa Mindestmaße für Standplätze oder Mindestvorgaben zur Anzahl und Ausstattung von Sanitäreinrichtungen – werden gestrichen. Auch für Stellplätze ohne Infrastruktur für Wohnmobile werden die Vorgaben gelockert.

Mit diesen Erleichterungen trägt das Land nicht nur zur Entbürokratisierung bei, sondern berücksichtigt auch die Veränderungen in der Nachfrage. Heutzutage gebe es immer mehr autarke Campingfahrzeuge, die ihre Nasszelle an Bord haben und daher zum Beispiel auf Stellplätzen außerhalb von Campingplätzen nicht mehr zwingend eine Infrastruktur brauchen.

<https://mlw.baden-wuerttemberg.de/de/bauen-wohnen/baurecht/erlasse-und-vorschriften/campingplatzverordnung>



## Die Veränderungen im Einzelnen

Gestrichen werden unter anderem folgende Anforderungen für Campingplätze:

- Mindestmaße für Standplätze, die für unterschiedliche Klientel (zum Beispiel Wanderer, Radtouristen, Motorradfahrer) künftig auch relativ klein ausfallen können.
- Mindestvorgaben zu Anzahl und Ausstattung bei Sanitäreinrichtungen (Toiletten, Wasserstellen, Spülbecken, Wäschespülbecken/Waschmaschinen), von denen je nach Konzept und Ausrichtung der Campingplätze von der Kundschaft unterschiedliche Qualitäten erwartet werden.
- Die Forderung nach Beleuchtung, die bei abgelegenen Situationen unverhältnismäßig und zum Beispiel auf Naturcampingplätzen abträglich für das Erlebnis sein kann.
- Die Pflicht zum Bereithalten von Feuerlöschern, die bei fragwürdigem Nutzen für das Löschen von Kleinstbränden und der Gefahr der Eigengefährdung der Löschenden bei größeren Bränden angesichts des hohen Aufwands durch Vandalismus, Diebstahl und Wartung, unverhältnismäßig teuer sind. Der Brandschutz bleibt gleichwohl hinreichend gewährleistet. Die Zufahrtswege für die Feuerwehr, die bei größeren Bränden ohnehin zum Einsatz kommen muss, müssen weiterhin freigehalten werden.

Wohnmobil-Stellplätze ohne Infrastruktur werden zudem aus dem Geltungsbereich der Verordnung herausgenommen – zur Förderung dezentraler niedrigschwelliger Angebote. Damit werden auch alternative touristische Angebote unterstützt, zum Beispiel Direktvermarktung im ländlichen Raum. Nach der alten Campingplatz-Verordnung gelten solche Plätze bislang ab vier Stellplätzen als Campingplatz und brauchen Sanitäreinrichtungen und eine breitere Zufahrt. Künftig ist eine Anlage, die ausschließlich für Wohnmobile und Wohnwagen bestimmt ist, erst ab sechs Stellplätzen ein Campingplatz. Sofern auf öffentlichen oder allgemein zugänglichen Parkplätzen nur bis zu zehn Wohnmobile beziehungsweise Wohnwägen ohne besondere Infrastruktur zum Übernachten aufgestellt werden sollen, würde es sich ebenfalls nicht um einen Campingplatz handeln. Schon bisher und auch zukünftig können Wohnmobile zur Wiederherstellung der Fahrtüchtigkeit der Nutzenden für eine Übernachtung auf allgemein zugänglichen öffentlichen Parkplätzen aufgestellt werden, sofern dies nicht ausdrücklich untersagt wird.



# Fachbegriffe - kurz erläutert

## Camping

ist ein überwiegend zum Zweck der Erholung in überwiegend mitgeführten bzw. transportablen Unterkünften (Zelt, Wohnwagen, Wohnmobil) geführtes Leben. Zum Camping zählen auch Aufenthalte und Übernachtungen in feststehenden Mieteinheiten, sofern diese in einem Campingbetrieb angeboten werden. Auch Übernachtungen im Wohnmobil außerhalb von Campingbetrieben wird als Camping bezeichnet.

## Caravanning und Zelten

Camping in Wohnwagen und im Wohnmobil bzw. Reisemobil kann auch als „Caravanning“ bezeichnet werden, Camping in Zelten kann auch als „Zelten“ bezeichnet werden.

## Wohnwagen oder Wohnmobil

Die Begriffe „Wohnwagen“ und „Caravan“ werden synonym verwendet, ebenso die Begriffe „Wohnmobil“, „Reisemobil“ und „Motorcaravan“.

## Mobilheim

Ein „Mobilheim“ ist ein im Prinzip mobiles, aber nicht jederzeit ortsveränderliches Kleinferienhaus, in der Regel bis maximal 40 qm Grundfläche. Das Mobilheim hat zwar Räder, es ist jedoch in der Regel nicht zum Straßenverkehr zulassungsfähig und kann nur am Aufstellplatz rangiert werden.

## Dauercamping

Eine Sonderform des Campings ist das sog. „Dauercamping“, in Norddeutschland auch „Jahrescamping“ genannt. Dabei verbleiben Wohnwagen und Vorzelt über mehrere Jahre oder gar Jahrzehnte hinweg im einmal gewählten Campingbetrieb und stellen eine Art Wochenendhausersatz dar. Das Dauercamping spielt für baden-württembergische Campingunternehmen und teilweise auch für die Tourismusregionen noch eine herausragende Rolle und rund die Hälfte aller Campingstandplätze in Campingbetrieben in Baden-Württemberg ist dem Dauercamping gewidmet.

## Saisonicamping

Eine weitere Sonderform des Campings ist das „Saisonicamping“. Es ist eine Art Kurz-Dauercamping über wenige Monate während der Sommer- oder Wintersaison, bei dem dann auch für die Urlaube bzw. an Wochenenden der einmal gewählte Campingplatz angefahren wird. Das Saisonicamping hat sich als Ersatz bzw. als neue Form des Dauercampings zumindest in Baden-Württemberg nicht durchsetzen können und keine wesentlichen Anteile erobert.

## Campingplätze

Anlagen, in denen Camping stattfinden kann, werden traditionell als „Campingplätze“ bezeichnet. Der ursprüngliche Begriff „Zeltplatz“ wird heute zutreffenderweise nur noch für temporär nutzbare und zumeist von Gruppen besuchten Campingflächen benutzt. Der etwas sperrige und eigentlich unschöne Begriff „Campingplatz“ wird von vielen Betrieben umgangen, indem sie sich als „Campingpark“ oder auch als „Camp“ bezeichnen.

## Standplatz

Ein Campingplatz oder Campingpark ist im Prinzip ein Hotel in der Fläche, wobei die Produktionseinheit, also vergleichsweise das Hotelzimmer oder die Ferienwohnung, der Standplatz ist. Ein Standplatz ist eine Fläche, auf dem Wohnwagen und Zelte stehen können.

## Stellplatz

Ein Stellplatz hingegen ist eine Fläche, auf dem motorisierte Fahrzeuge, also Pkw oder Reisemobile, stehen können.

## Aufstellplatz

Ein Aufstellplatz ist ein Gelände, auf dem ein vermietbares Objekt, zum Beispiel Mobilheime aufgestellt werden darf.

## Parzelle


Nicht klar definiert ist der Begriff Parzelle, der ebenfalls häufig für die drei zuletzt genannten Platzeinheiten verwendet wird, um der Sprachverwirrung zu entgehen.

## Wohnmobilstellplatzanlagen

Da der Aufenthalt in Wohnmobilen bzw. Reisemobilen zweifellos ebenfalls zu Camping zählt, sind auch die speziellen Anlagen, auf denen Wohnmobile stehen, also gleichsam die Parkplätze für Sonderfahrzeuge, der Campingwirtschaft zuzurechnen.

Diese Wohnmobilstellplatzanlagen, die ja in der Regel mehrere Stellplätze für Wohnmobile haben, werden sehr häufig als Stellplatz bezeichnet. Diese an sich irreführende Bezeichnung wird selbst vom ADAC in seinem „Stellplatzführer“ verwendet. Weniger gebräuchlich ist für solche Wohnmobilstellplatzanlagen der Begriff Wohnmobilhafen, der an sich recht anschaulich klingt. Wohnmobilstellplatzanlagen waren ursprünglich nur für autarke Fahrzeuge, also Wohnmobile, bestimmt. Durch technische Neuerungen hat sich die Ausstattung von Wohnwagen stark entwickelt. Sie sind weitestgehend autark. Deshalb könnten auch Wohnwagen(-gespanne) auf Wohnmobilstellplatzanlagen übernachten. Im Übrigen entwickeln sich diese mit Zusatzangeboten deutlich in Richtung der klassischen Campingplätze.



An aerial photograph of a winter landscape. The foreground shows a snow-covered slope with a small campsite or village area. The middle ground is dominated by a dense forest of evergreen trees heavily laden with snow. In the background, more snow-covered mountains are visible under a bright, cloudy sky with a warm, golden light, suggesting sunrise or sunset. A few white contrails are visible in the upper part of the sky.

**“Die Campingbranche in Baden-Württemberg ist sehr professionell aufgestellt. Viele kreative Unternehmerinnen und Unternehmer haben in den letzten Jahren in zukunftsfähige Angebote, in Qualität und in Weiterbildung investiert. Sie sind gut gerüstet für die Zukunft.”**

**Elke Schönborn, Leitung Tourismus Akademie**








## Camping- und Ferienparkmanager IHK (m/w/d)

**1.450 €**

TEILNEHMER AUS BADEN-  
WÜRTTEMBERG ERHALTEN  
30-70 % ESF-  
FACHKURSFÖRDERUNG

Dieser Zertifikatsehrgang vermittelt betriebswirtschaftliches Wissen speziell für die Campingbranche. Er ist hervorragend geeignet, um betriebswirtschaftliche Grundlagen aufzufrischen, neues Wissen zu erlernen und sich mit Kolleg:innen aus der Branche auszutauschen.

Anmeldung unter

 [www.tourismus-akademie.de](http://www.tourismus-akademie.de)



TOURISMUS AKADEMIE  
BADEN-WÜRTTEMBERG



## Gemeinsam mehr erreichen - für Ihren Campingplatz!

**BVCD**  
BADEN-WÜRTTEMBERG

- Ihr Campingplatz im Rampenlicht: Profitieren Sie von mehr Sichtbarkeit und Reichweite
- Immer einen Schritt voraus: Erhalten Sie Zugang zu aktuellen Brancheninformationen, exklusiven Workshops und wertvollen Weiterbildungsangeboten.
- Austausch auf Augenhöhe: Knüpfen Sie wertvolle Kontakte zu anderen Campingplatzbetreibern und profitieren Sie vom regelmäßigen Erfahrungsaustausch.
- Gemeinsam stark: Wir vertreten Ihre Interessen auf Landes- und Bundesebene – für eine starke Stimme der Campingbranche.

Für Campingplatzbetreiber, die weiterdenken und mehr erreichen wollen.

Informationen unter  [www.camping-bw.de](http://www.camping-bw.de)



**Werden Sie  
Teil unseres  
Netzwerks!**

**LOBBY & NETWORK**



# KONTAKT

## **Baden-Württembergischer Industrie- und Handelskammertag**

Federführung Tourismus

Elke Schönborn

Jägerstraße 40, 70174 Stuttgart



+49 7441 93096-17



schoenborn@pforzheim.ihk.de



[www.bw.ihk.de](http://www.bw.ihk.de)

## **Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland /**

## **Landesverband Baden-Württemberg e. V.**

Kurt Bonath, Carina Lorenz

Im Seidenfaden 3, 77654 Offenburg



+49 171 5421724



[info@camping-bw.de](mailto:info@camping-bw.de)



[www.camping-bw.de](http://www.camping-bw.de)

**Herausgeber: Baden-Württembergischer Industrie- und Handelskammertag, BVCD Baden-Württemberg e.V.**

**Januar 2025**

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck und Vervielfältigung auf Papier und elektronischen Datenträgern nur mit Genehmigung des Herausgebers. Alle Angaben wurden mit größter Sorgfalt erarbeitet und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhaltes sowie zwischenzeitliche Änderungen übernimmt der Herausgeber keine Gewähr.

Texte: Elke Schönborn, Carina Lorenz, Dr. Frank Schaal, Dr. Bernhard Harrer, Prof. Dr. Heinrich Lang

Layout: Carina Lorenz, Elke Schönborn

Fotos: BVCD Baden-Württemberg e.V., Schwarzwaldcamping Alisehof, Camping Schwarzwälder Hof, Gitzenweiler Hof, Camping Wirtshof, Camping Schüttehof, Camping Gohren, Camping Bankenhof, Camping Breitenauer See, Naturcamping Langenwald, Camping Kirnermarteshof, Camping Schluchsee, Camping Schloss Helmsdorf, HYMER Group, Moveo, Martin Stollberg