STALDER'S

«HIPPIE-BUS»...

Seit wir in den Ferien mit dem VW-Bus California unterwegs sind, gibt es für uns weder Termin- noch Reiseziel-konflikte. So fallen das Wälzen dicker Ferienkataloge und das zeitintensive Klicken durch austauschbare Angebote weg wie auch die langfristige Ferienplanung mit verpflichtenden Buchungen. Der Hippie-Bus von einst macht es möglich, denn er hat sich über die Jahre zum durchdachten, komfortablen und gut verarbeiteten «Multi-use Camper» gewandelt, lässt sich wie ein handliches Auto fahren und passt in (fast) jede Parklücke. So haben wir im letzten Sommer die Schweiz auf Nebenstrassen bereist und – vom Jura über den Bodensee, das Appenzell, das Berner Oberland und den National-Park im Engadin – viele wunderschöne Regionen wiederentdeckt. Das fahrende «Hotel California» lässt uns die Freiheit für den spontanen Entscheid: Check-in in einem schönen Hotel auf der Wegstrecke oder «Open air»-Übernachtung im Bus. Dank dem elektrohydraulischen Aufstelldach ist das bequeme Nachtlager schnell bereit, und die eingebaute Kleinküche mit Gaskocher und Kühlschrank garantiert das Frühstück und den Apéro unterwegs.

Auch auf der diesjährigen «Hotel California»-Tour durchs Burgund, das Périgord, Bordeaux, die Atlantik-Küste und die Pyrenäen entdeckten wir so – neben schmucken Hotels und charmanten Restaurants – einige Camping-Plätze, die so gar nicht dem allgemeinen Zelt- und Wohnwagen-Image mit muffigen Schlafsäcken, schnarchenden Zelt-Nachbarn und schmuddeligem Gemeinschaftsklo entsprachen. Die Innovationen und Dienstleistungskompetenzen dieser Unternehmen machen klar, dass die Para-Hotellerie nicht schläft und sich dem härter werdenden und fordernden Gäste-Markt stellt. Ein konkretes Beispiel: Im Themen-Camping «Le Village Western» in Hourtin (Gironde-Aquitaine) wird im Saloon eingecheckt. Ein A4-Hochglanzprospekt informiert über die Philosophie der «Western Lodge», die dank den rustikalen Gebäuden an der Mainstreet auch Kulisse für einen Winnetou-Film sein könnte. Die vielen Details wirken nicht aufgesetzt, und die Gäste des Village geniessen die Angebote von Reiten über Goldwaschen, Fährtenlesen bis zum abendlichen Line Dancing in der Dance Hall. Die grossen Indianer-Tipis (zu zwei Zimmern mit Doppel-, drei Zusatzbetten und Kochnische ausgebaut!), die voll ausgestatteten Bungalow-Zelte im Siedler-Look sowie die Holzhäuser im Kolonialstil (bis zu 6 Personen) machen jeder Ferienwohnung Konkurrenz. Die Nacht direkt an der Koppel mit 15 Pferden und Ponys rundet das Western-Feeling ab. Unser Besuch wird nachträglich sogar per E-Mail verdankt. Gleichzeitig wird auf die weiteren Partnerplätze aufmerksam gemacht und mittels Fragebogen unsere Zufriedenheit abgefragt.

Auch auf anderen Plätzen stellten wir fest, dass die Camping-Welt von vielen Hoteliers zu Unrecht belächelt und als «unterste Stufe des Tourismus» bezeichnet wird. Dass dem nicht so ist, unterstreichen auch die nachfolgenden USPs:

- Die Mitarbeiter nehmen sich beim Einchecken die nötige Zeit und erklären charmant die Ausflugsmöglichkeiten. Das Angebot vor Ort wird mit professionellem Prospekt-Material dokumentiert – inklusive aktueller Menükarte.
- Bedürfnisse werden abgefragt – und während der persönlichen Begleitung an den Stellplatz erhalten wir Tipps für Nachtessen und Abendprogramm.
- Beim Check-out wird spontan aktive Unterstützung zur Weiterreise angeboten. Wir erhalten konkrete Empfehlungen und Foto-Kopien mit Adressen weiterer Plätze.
- Gratis-Bikes vereinfachen den Besuch des Stadt-Zentrums. Den Shuttle-Service nach Albi geniessen wir im VW-Bulli-Oldtimer, Jahrgang 1969.

Dass die «klassische Übernachtung im Hotel» vielfältige Konkurrenz erhält, zeigen Trends, die von «AirBnB» (meist Billigangebote in Privatunterkünften lokaler Gastgeber) bis «Clamping» reichen. Damit ist das Glamourous Camping gemeint, bei dem die Einfachheit des Reisens mit Naturerlebnissen und einem Hauch von Luxus verbunden wird.

Für uns bedeutet der «Luxus unterwegs» nicht etwa einen Room-Service im Bus, sondern den Blick auf die Weinberge und den See bei Monbazillac, die in der Bus-Küche frisch gebratenen Eier mit fein gehobeltem Sommer-Trüffel vom Markt in Sarlat, begleitet von Château Figeac 2006 aus Saint-Émilion, untermalt vom Eagle-Song «Hotel California».

Diese Art zu reisen findet ihre Kundschaft – auch im Ferien-Kanton Tessin generieren die Camping-Plätze jährlich 800 000 Logiernächte – im Vergleich mit 2 Millionen Hotel-Übernachtungen. Sie ergänzen das touristische Angebot markant und sprechen viele Gäste – auch Hotel-Gäste – an. Dem interessierten Hotelier empfehle ich, diese Trends im Auge zu behalten und das eigene Angebot sensibel anzupassen. H

DER AUTOR **Adrian Stalder** (54), gelernter Koch und dipl. Hotelier, ist heute einer der erfolgreichsten und innovativsten Berater für Hotellerie und Gastronomie. Er führte in den neunziger Jahren u. a. das Hotel Saratz in Pontresina. Heute entwickelt er in enger Zusammenarbeit mit den Kunden Restaurantkonzepte, wie zum Beispiel jenes des Restaurant Boucherie AuGust im Widder-Hotel Zürich. Er half auch mit, das Konzept für das Guarda Val in Sporz (Lenzerheide) zu entwickeln und umzusetzen (er ist heute noch im Verwaltungsrat des Hotels).
adrian@stalderprojects.ch