

# Praktischer Ratgeber für Camping- betriebe

INFORMATIONSBROSCHÜRE  
FÜR DEN ERFOLGREICHEN BETRIEB  
VON CAMPINGEINRICHTUNGEN



07/2023



LE GOUVERNEMENT  
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG  
Ministère de l'Agriculture, de la Viticulture  
et du Développement rural



FEADER  
Fonds européen agricole pour le développement rural: l'Europe investit dans les zones rurales.  
Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen  
Gebiete.

# Inhalt

	Vorwort	05
<b>1.</b>	<b>Allgemeine Regelungen für den Betrieb</b>	<b>06</b>
1.1.	Erforderliche Genehmigungen	07
1.2.	Andere Registrierungen	08
1.3.	Luxemburger Gesetze mit Bezug auf Camping	10
1.4.	Überprüfung der Flächennutzung / Zone / PAG - Klassifizierung (Raumplanung)	12
1.5.	Fiche d'hébergement	12
<b>2.</b>	<b>Tipps für den Betrieb eines Campingplatzes</b>	<b>14</b>
2.1.	Allgemeines zum Tourismus in Luxemburg	15
2.2.	Gäste-Zielgruppen	15
2.3.	Angebot	16
2.4.	Preisgestaltung	17
2.5.	Marketing und Vertrieb	18
2.6.	Qualität	20
<b>3.</b>	<b>Der Businessplan</b>	<b>22</b>
<b>4.</b>	<b>Finanzierung und Beihilfen</b>	<b>23</b>
<b>5.</b>	<b>Ansprechpartner</b>	<b>24</b>
<b>6.</b>	<b>Weitere wertvolle Ressourcen</b>	<b>25</b>
	Projektpartner	26
	Impressum	27



#### GENDERGERECHTE SPRACHE

Aus Gründen der Lesbarkeit wird im vorliegenden Dokument die männliche Sprachform verwendet. Hiermit ist keine Benachteiligung des weiblichen Geschlechts verbunden. Die sprachliche Vereinfachung ist als geschlechtsneutral zu verstehen.

#### GEWÄHRLEISTUNG

Obwohl alle Angaben mit größter Sorgfalt erstellt wurden, übernehmen der Autor und andere beteiligten Parteien keine Verantwortung oder Haftung für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben. Zudem wird keine Verantwortung für die Nutzung der in diesem Dokument enthaltenen Informationen übernommen.

## VORWORT

# Liebe Leserinnen und Leser,

Campingurlaub erfreut sich in Luxemburg einer steigenden Beliebtheit. Vor diesem Hintergrund informiert diese Broschüre interessierte Personen über die wichtigsten Fragen bezüglich des Betriebs eines Campingplatzes.

In dieser Broschüre haben wir uns zum Ziel gesetzt, Ihnen nützliche Informationen und praktische Tipps zur Verfügung zu stellen, die dabei helfen sollen, einen Campingplatz erfolgreich zu gründen und zu betreiben. Dabei gehen wir auf verschiedene Aspekte ein: von allgemeinen Regelungen, über Gestaltung des Campingplatzangebotes bis hin zu Marketing- und Managementstrategien, um erfolgreich zu sein. Zusätzlich finden Sie Informationen über die Erstellung eines Businessplans und mögliche Beihilfen. Abgerundet wird die Broschüre durch relevante Ansprechpartner, bei denen Sie weitere Informationen ersuchen können.

Erstellt wurde diese Broschüre im Rahmen des Projekts LEADER „Landtourismus“, mit Unterstützung der Projektpartner, welche Sie im Impressum vorfinden.

Wir hoffen, dass Sie diese Broschüre als nützliche Toolbox betrachten und wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Umsetzung der Tipps!



# 1. Allgemeine Regelungen für den Betrieb



Unter diesem Abschnitt erhalten Sie eine Übersicht über die notwendigen Genehmigungen und Anmeldungen zum Betrieb eines Campingplatzes.

## 1.1. Erforderliche Genehmigungen

### Niederlassungsgenehmigung:

Jede berufliche, wirtschaftliche Tätigkeit bedarf einer vorherigen Niederlassungsgenehmigung (autorisation d'établissement). Diese wird benötigt sowohl für die Dienstleistung der Beherbergung, als auch für ein mögliches Ladengeschäft, HORECA (HOTel/REstaurant/CAFé).

Der Antrag einer Niederlassungsgenehmigung ist bei der Generaldirektion für Mittelstand des Wirtschaftsministeriums für folgende Aktivitäten zu stellen:

- » Kaufmann Beherbergungsbetrieb (Hotel, Gästezimmer) (Etablissement d'hébergement)
- » Kaufmann Speiselokal / Ausschank von alkoholischen und alkoholfreien Getränken (Gaststätte, Steh und Sitzverzehrstelle) (Etablissement de restauration / Débit de boissons alcoolisées et non alcoolisées)
- » Kaufmännische Tätigkeit (Activités et services commerciaux)

Weitere Informationen zum Antrag auf Niederlassungsgenehmigung:

→ ALLGEMEINE INFORMATIONEN



→ HOTEL- & GASTRONOMIEGEWERBE



### Commodo/Incommodo

In den Betriebsgenehmigungen für klassifizierte Einrichtungen werden die Bedingungen für die Ausführung und Nutzung festgelegt, die als notwendig erachtet werden, um die Umwelt zu schützen und die Sicherheit der Arbeitnehmer, der Öffentlichkeit und der Nachbarschaft im Allgemeinen zu gewährleisten. Campingplätze in Luxemburg sind sogenannte „kommodopflichtige Betriebe“.

Nach der Nomenklatur fällt der Campingplatz (060302 Terrains de camping et de caravaning permanents) unter die Klasse 1A. Dies bedeutet, dass eine Genehmigung der ITM (Inspection du Travail et des Mines) benötigt wird.

Falls noch keine Betriebsgenehmigung für klassifizierte Einrichtungen (Incommodo) (établissement classé) vorhanden ist, muss dieser bei der ITM beantragt werden.

→ WEITERE INFORMATIONEN



## 1.2. Andere Registrierungen

# 1.

### Registrierung als Lebensmittelbetrieb (établissement du secteur alimentaire)

Wenn ein Campingbetrieb Aktivitäten im Bereich HORECA anbietet, ist eine Registrierung als Lebensmittelbetrieb (établissement du secteur alimentaire) bei der Abteilung für Lebensmittelsicherheit (Division de la Sécurité alimentaire) erforderlich.

→ WEITERE INFORMATIONEN



# 2.

### Anmeldung bei der Zentralstelle der Sozialversicherungen (CCSS)

Anmeldung als Selbstständiger:

→ WEITERE INFORMATIONEN



Bei Beschäftigung von Personal (Anmeldung des Arbeitgebers):

→ WEITERE INFORMATIONEN



→ WEITERE INFORMATIONEN



# 3.

### Anmeldung beim Handels- und Firmenregister (Registre de commerce-RCS) &

### Register der wirtschaftlichen Eigentümer (Registres des bénéficiaires effectifs-RBE)

Ein Camping-Unternehmen muss beim Handelsregister eingetragen werden.

→ WEITERE INFORMATIONEN



In der Regel ist der Notar zuständig für die Einschreibung, mit Ausnahme bei der Gründung einer Sàrl-s oder beim Einzelunternehmen (Selbständiger), wo der Eigentümer die Registrierung selbst vornehmen muss.

Der wirtschaftlich Begünstigte einer Gesellschaft muss beim Register der wirtschaftlichen Eigentümer (Registres des bénéficiaires effectifs) eingetragen werden.

→ WEITERE INFORMATIONEN



# 4.

### Anmeldung bei der Steuerverwaltung

Eine Registrierung ist in der Regel nicht erforderlich, da das Unternehmen in jedem Fall seine Einkünfte angeben muss.

→ WEITERE INFORMATIONEN



# 5.

### Beantragung einer MwSt.-Nummer (TVA)

→ WEITERE INFORMATIONEN



# 6.

### Anmeldung einer Schanklizenz (licence de cabaretage)

Bei Verkauf und Verzehr von alkoholischen Getränken vor Ort ist eine Schanklizenz erforderlich.

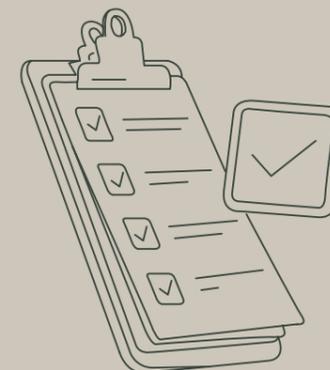
→ WEITERE INFORMATIONEN



Zudem muss bei Verkauf von Tabakwaren und Alkohol eine Vignette zur Verbrauchssteuerkontrolle (Vignette de contrôle accises-VCA) beantragt werden.

Die Verkaufsaktivität mit verbrauchssteuerpflichtigen Gütern muss beim Zollamt Luxemburg Verbrauchssteuerverwaltung angemeldet werden.

→ WEITERE INFORMATIONEN



# 7.

### GDPR und Analyse der Datenflüsse

→ WEITERE INFORMATIONEN



→ CNPD.PUBLIC.LU



# 8.



### Erste-Hilfe-Kurs

Jeder Campingbetrieb ist, je nach bestehenden Risiken, dazu verpflichtet, eine gewisse Anzahl an Ersthelfern zu bestimmen und auszubilden. Der STM bietet im Rahmen der Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz, einen Grundkurs in Erster Hilfe an.

Diese Schulung ermöglicht den Teilnehmern das Erlernen eines fachgerechten und professionellen Handelns im Notfall, bis zum Eintreffen der Rettungskräfte.

Das Zertifikat ist 5 Jahre gültig und muss danach erneuert werden.

→ WEITERE INFORMATIONEN





### 1.3. Luxemburger Gesetze mit Bezug auf Camping

Im [Campinggesetz](#) von 1957 und im [Campingreglement](#) von 1967 sind bislang noch immer die geltenden Gesetzestexte, die die Ausstattung und Handhabung von Campingplätzen in der Basis reglementieren.

Im Jahre 1999 trat das Gesetz der [„Etablissements Classés“](#) in Kraft, d.h. ein Gesetz zur Regulierung jener privaten oder gemeinschaftlichen Einrichtungen, die durch ihre Aktivität oder Ausstattung ein potenzielles Sicherheits- und/oder Gesundheitsrisiko für Mensch und/oder Umwelt darstellen. Diese Gesetzgebung, auch **„Commodo Incommodo“** Gesetz (im Sinne von „geeignet/ungeeignet“) genannt, ist de facto eine **Betriebsgenehmigung bzw. ein Betriebsanlagengenehmigung**, wobei im Commodo Incommodo Verfahren die Normkonformität und Sicherheit der jeweiligen Anlagen und ihres Betriebes geprüft, bescheinigt und gewährleistet wird.

1999 wurden Campingplätze dabei als Gefahrenklasse 1 eingestuft (sehr hoch), und sind seither verpflichtet ihre Gebäude, Anlagen und Infrastruktur, entweder vor dem Bau oder nachträglich, bzw. nach jedem substanziellen Umbau von Anlagen und Gebäuden zur Prüfung offenzulegen.

Zur Offenlegung gehört, dass eine ganze Reihe technischer Anlagen und Ausstattungen wie Stromnetz, Abwasser- und Abfallentsorgung, Schwimmbäder, Lagerung von Gefahrgütern, Brandschutzmaßnahmen, Küchen, Heizungen, Kühlungen, Spielplätze etc in einem geordneten Dossier zusammengefasst und bei der [Inspection du travail et des mines](#) (kurz ITM), als in dieser Materie kompetenter Verwaltung, eingereicht wird.<sup>[1]</sup> Die ITM ihrerseits leitet dann eine Kopie dieses Dossiers zur Beurteilung auch an die [Umweltverwaltung \(Administration de l'environnement\)](#) bzw. [Wasserwirtschaftsamt](#) weiter. Je nach Umfang und Komplexität der Anlage dauert dieser gesamte Beurteilungsprozess üblicherweise 1- 1,5 Jahre, bis die jeweilige Verwaltung einen sogenannten „Arrêté“ ausstellt, welche als „Commodo Incommodo“ Betriebsgenehmigung bezeichnet wird.

Von der ITM wird zusätzlich eine **Abnahme bestimmter Einrichtungen** (Stromnetz, Schwimmbäder, Lagerung von Gefahrgut, Brandschutz und Spielplätze) gefordert. Diese Abnahme muss durch eine zugelassene Prüfgesellschaft ausgeführt werden, z.B. Luxcontrol, TÜV, Veritas, Vincotte, Secolux

etc. Erst nach Einreichung der Abnahmeprotokolle ist die Betriebsgenehmigung mit allen angehörigen Verpflichtungen erfüllt. Manche Einrichtungen wie Stromnetz, Schwimmbäder, Gaslager und Spielplätze bedürfen regelmäßiger Nachprüfungen, in der Regel alle 5 Jahre.

Die Sicherheitskriterien seitens der ITM sind in ihren jeweiligen [„prescriptions de sécurité type“](#) festgehalten, wie etwa:

- ➔ [Campingplätze](#)
- ➔ [Schwimmbäder](#)
- ➔ [Restaurants](#)
- ➔ [Stromnetz](#) und ➔ [Blitzschutz](#)
- ➔ [Oberirdische Gastanks](#)

Je nach Ausstattung des Unternehmens werden jene Sicherheitskriterien herangezogen, die die ITM für zwingend nötig hält, d.h. das auch höhere Anforderungen aus andere Katalogen geltend gemacht werden können. In der Regel zeigt sich die ITM gesprächsbereit um Verbesserungen (statt Maximalforderungen) in puncto Sicherheit zu erlangen, wenn es um Umbau, Anpassungen und Investitionen geht.

#### INGENIEUR- & SACHVERSTÄNDIGEN-BÜROS IN LUXEMBURG:

- ➔ [Best](#)
- ➔ [Goblet Lavandier](#)
- ➔ [Eneco](#)
- ➔ [Schroeder & Associés](#)

#### KONTROLLBÜROS

- ➔ [Luxcontrol](#)
- ➔ [Secolux](#)
- ➔ [Vincotte](#)

[1] Zur Erstellung dieser Antragsdossiers kann man am besten ein entsprechendes Ingenieurbüro einschalten.

Die Sicherheitskriterien des Umweltamtes sind weniger konkret und kompakt zusammengefasst wie jene von der ITM, jedoch leiten sie sich vom [Naturschutzgesetz](#) und vom [Wasserschutzgesetz](#) ab.

Die wichtigsten Sicherheitskriterien aus dem Natur- und Wasserschutz kurz zusammengefasst:

- » Das Abwasser muss über die öffentliche Kanalisation entsorgt werden, oder zumindest in einer regelmäßig zu entleerenden Klärgrube.
- » Mobile Toiletten müssen in einem dichten Tank entsorgt werden, insofern der Campingplatz oder Camper Park nicht an eine Kläranlage mit mindestens 10.000 EWG (Einwohnergleichwerte) angeschlossen ist.
- » Gefahrgüter, die in die Natur oder Gewässer auslaufen können, müssen in entsprechend ausgerüsteten und dimensionierten Auffangbecken gelagert werden, und nur befugtem Personal zugänglich sein.
- » Eine geordnete Mülltrennung im Unternehmen ist Pflicht.



## 1.4. Überprüfung der Flächennutzung / Zone / PAG - Klassifizierung (Raumplanung)

Um einen Campingplatz oder Camperpark auf einem Grundstück zu planen, zu errichten, zu betreiben und zu bewirtschaften, bedarf es zuallererst einer entsprechenden Grundstücksnutzung, oder in Luxemburg auch **PAG-Klassifizierung** genannt. PAG steht für „plan d'aménagement général“ (= zu Deutsch Flächennutzungsplan, Franz: Plan d'urbanisme, NL Bestemmingsplan), d.h. jede Gemeinde legt mit diesem (Raum)Plan die allgemeine Raumnutzung innerhalb der Gemeinden fest. Planungshoheit über ihr Gebiet haben prinzipiell die Gemeinden, jedoch unter der Aufsicht des Innenministeriums, des Umweltministeriums, wo auch das Wasserwirtschaftsamt untergliedert ist, sowie auch des Transportministerium. Alle drei Ministerien (plus andere Verwaltungen) sind eng mit der Landesraumplanung befasst, von der schlussendlich auch die kommunalen Flächennutzungspläne geprägt werden.

Jede Gemeinde verfügt also über einen PAG, der eine graphische und schriftliche Komponente hat. Die **graphische Komponente (partie graphique)** ist die Zonenkarte, die meist ziemlich bunt die verschiedenen Flächennutzungen anzeigt. Die **schriftliche Komponente (partie écrite)** ist der begleitende Text zur Zonenkarte, wo alle Nutzungen und allgemeine Nutzungsbedingungen in mehr oder weniger Detail beschrieben sind. Beide Dokumente findet man meistens auf der Webseite der Gemeinde (oft beim technischen Dienst oder der allgemeinen Verwaltung). Mittlerweile stellen viele Gemeinden auch ihren PAG auf das [Luxemburger Geoportal](#) zur Einsicht, wo man das Thema PAG separat wählen kann.

Die möglichen PAG-Klassifizierungen, die man in Luxemburg auf Campingplatzgrundstücken findet, und auf denen man einen Campingplatz betreiben, d.h. Übernachtungsgäste empfangen darf:

- » Zone de loisir avec séjour (ZLS)
- » Zone de sports et loisir (ZSL/REC)
- » Zone de camping

Die verschiedenen Namen sind über die Jahrzehnte entstanden, wobei auf jüngeren PAGs die Formulierung REC sich aktuell durchzusetzen scheint.

Auf Campingplätzen ist Camping als Freizeitaktivität und im Sinne der touristischen Übernachtung in seinen verschiedenen Formen erlaubt, jedoch nicht das permanente Wohnen. Camperparks fallen unter jene Campingaktivität im Sinne der touristischen Übernachtung. Auch erlaubt sind meistens Einzelhandel- und Gastronomieleistungen, die in Verbindung mit der Campingaktivität stehen. Entsprechend ist auch oft eine Betreiberwohnung zulässig, d.h. das permanente und eingetragene Wohnrecht ist nur in Bezug auf die Campingbewirtschaftung möglich. Auch werden manchmal innerhalb einer Camping-Zone besondere Zonen aufgezeigt, die unter den Naturschutz fallen, besonders extensiv behandelt werden müssen, oder wo das Campen nur (zeitlich) bedingt möglich ist (z.B. Hochwasserzonen).

Zusätzlich zu PAG werden übrigens auch im kommunalen „Bautenreglement“ (règlement des bâtisses) die zulässigen Baukriterien und -parameter pro Zone festgelegt, welche max Höhe, Bauvolumen, Geschossfläche, Anreihung, Ausrichtung, Baumaterialien, Dachform etc dort jeweils möglich sind.

→ QUELLE



## 1.5. Fiche d'hébergement

Alle Beherbergungsbetriebe oder touristische Privatunterkünfte müssen Meldescheine (sogenannte „fiche d'hébergement“) für jeden Reisenden ausfüllen oder von ihm ausfüllen lassen. Die Daten sind einerseits der Polizei, andererseits an das statistische Amt Statec zu übertragen. Kleine, nebenberufliche Anbieter können dies noch im Papierformat per Post einschicken, die Nutzung der Meldescheine in elektronischer Form ist Pflicht für:

- » Beherbergungsbetriebe mit 10 oder mehr Zimmern;
- » Campingplätze mit 25 oder mehr Stellplätzen.

→ WEITERE INFORMATIONEN



→ QUELLE



# 2. Tipps für den Betrieb eines Campingplatzes

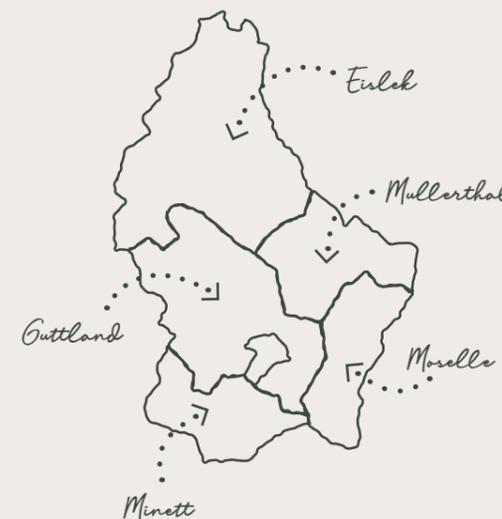
## 2.1. Allgemeines zum Tourismus in Luxemburg

Luxemburg ist ein touristisches Ziel im Herzen Europas mit einer reichen Geschichte, vielfältigen Regionen und einem breiten Spektrum an Aktivitäten. Von Städtereisen bis hin zu zeitgenössischer Kultur, historischen Stätten, Wandern, Radfahren, Mountainbiking, Gastronomie und Wein - das Land bietet Spannung und Abwechslungsreichtum.

Luxemburg ist unterteilt in sechs touristische Regionen: Hauptstadt Luxemburg, Éislek, Guttland, Minett, Moselle, und Müllerthal. Die Regionen Luxemburgs sind vielfältig und abwechslungsreich, mit urbanen Räumen, industriellen und ländlichen Kulturlandschaften und Naturräumen, alles nahegelegen. Die größte Anzahl an Übernachtungen wird traditionell von Hotels verzeichnet. Camping wird jedoch immer beliebter und setzt damit auch in Luxemburg einen internationalen Trend fort <sup>[1]</sup>.

Viele weitere Informationen zum Tourismus in Luxemburg finden Sie auf dem B2B Portal von Luxembourg for Tourism unter:

→ LUXEMBOURGTRAVEL.LU



## 2.2. Gäste-Zielgruppen

Die Identifizierung touristischer Zielgruppen ist für den Erfolg von Reisezielen und touristischen Unternehmen u.a. deshalb wichtig, da die Kenntnis dieser Gruppen ihnen ermöglicht, maßgeschneiderte Angebote und effektive Marketingstrategien zu erstellen. Luxembourg for Tourism sieht die Zielgruppe der „Explorers“ als potenzialreichste Gäste-Zielgruppe für Luxemburg.

„Für Explorers stehen auf Reisen, egal ob kurz oder lang, nah oder fern, vor allem authentisches Erleben, das Reisen abseits der ausgetretenen Pfade, individuelle Entdeckungen und lokale Begegnungen im Fokus des Reiseerlebnisses. Explorers stehen für eine „Modernisierung“ der Gäste und des touristischen Angebotes Luxemburgs gleichermaßen. Sie ermöglichen eine deutliche Verjüngung und Individualisierung der Gäste und des Angebots. Bereits heute ist jeder vierte Gast Luxemburgs ein Explorer – mit zunehmender Tendenz und dem größten Wachstumspotential für die Zukunft.“ <sup>[1]\*\*</sup>

Digitaler Marketingkompass der Großregion:

→ WEITERE INFORMATIONEN



[1] Visit Luxembourg. Brand Book. 2020.

## 2.3. Angebot

Ein Campingurlaub sollte Ihren Gästen etwas Besonderes bieten können. Um dies zu ermöglichen, sind einige wichtige Faktoren entscheidend für das Angebot eines Campingbetriebs. Orientieren Sie sich bei der Gestaltung Ihres Angebots, und der Gewichtung der verschiedenen Aspekte Ihres Angebots, am besten an den Bedürfnissen und Wünschen Ihrer Zielgruppe(n).

Im Folgenden finden Sie eine Auswahl an Erfolgsfaktoren, in Kürze zusammengefasst:

- » **Sauberkeit und Wartung der Einrichtungen:**  
Eine gepflegte und saubere Umgebung schafft eine angenehme Atmosphäre und trägt zur Zufriedenheit der Gäste bei.
- » **Vielfalt an Stellplatzoptionen (z.B. für Wohnmobile, Zeltplätze, Mobilheime):**  
Durch vielfältige Stellplatzoptionen können die unterschiedlichen Bedürfnisse und Vorlieben der Besucher besser bedient werden.
- » **Freizeitmöglichkeiten (z.B. Schwimmbad, Spielplatz, Sporteinrichtungen):**  
Abwechslungsreiche Freizeitangebote steigern die Attraktivität des Campingplatzes und fördern die Gästezufriedenheit.
- » **Verpflegungsangebote (z.B. Restaurant, Imbiss, Supermarkt):**  
Eine gute Auswahl an Verpflegungsmöglichkeiten bietet den Gästen Komfort und trägt zu einem gelungenen Aufenthalt bei.
- » **Angenehme Umgebung (z.B. gepflegte Grünflächen, Ruhebereiche):**  
Eine ansprechende und erholsame Umgebung unterstützt das Wohlbefinden der Gäste und schafft einen positiven Eindruck.

- » **Aktivitäten und Unterhaltung (z.B. Animation, Konzerte, Aktivitäten für Kinder):**  
Unterhaltsame Aktivitäten fördern die soziale Interaktion und schaffen bleibende Erinnerungen für die Besucher.
- » **Sicherheit und Schutz (z.B. gut ausgeleuchtete Wege, Überwachungskameras):**  
Gewährleistung der Sicherheit der Gäste erhöht das Vertrauen und sorgt für ein sicheres und entspanntes Urlaubserlebnis.
- » **Zugänglichkeit (z.B. gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Barrierefreiheit):**  
Eine gute Erreichbarkeit und Barrierefreiheit ermöglichen es mehr Menschen, den Campingplatz problemlos zu besuchen.
- » **Freundlicher und kompetenter Kundenservice:**  
Hervorragender Kundenservice steigert die Zufriedenheit der Gäste und erhöht die Chance auf positive Empfehlungen.
- » **Ein angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis:**  
Faire Preise, die im Einklang mit den gebotenen Leistungen stehen, fördern die Akzeptanz und Loyalität der Gäste.



## 2.4. Preisgestaltung

Das richtige Preis-Leistungs-Verhältnis ist für Gäste ausschlaggebend. Umso wichtiger ist es, den richtigen Preis zu setzen. Bei der Preisgestaltung sind u.a. folgende Faktoren zu berücksichtigen:



### Lage:

Ein Campingplatz in einer erstklassigen Lage kostet mehr als an einer weniger begehrten Stelle.

### Einrichtungen und Services:

Die Preise sollten die Qualität und Quantität der angebotenen Einrichtungen und Services widerspiegeln.

### Wettbewerb:

Der Preis sollte sich an den Preisen anderer Campingplätze in der Nähe, mit vergleichbarem Angebot, orientieren.

### Zielgruppe:

Der Preis sollte dem entsprechen, was die Zielgruppe bereit ist zu bezahlen.

### Saisonalität:

Je nach Jahreszeit können Preise variieren, wobei in der Hochsaison die Preise höher angesetzt werden können.

### Anfallende Kosten:

Der Preis sollte so gesetzt werden das auch alle anfallenden Kosten, ob fix oder variabel, abgedeckt werden.

### Gewinn:

Der Preis sollte nicht nur die Kosten abdecken, sondern auch einen Gewinn ermöglichen. Daher sollte ein angemessener Gewinnaufschlag hinzugefügt werden.

## 2.5. Marketing und Vertrieb

### 2.5.1. MARKETING

Erfolgreiches Marketing fasziniert potenzielle Gäste und animiert sie dazu, Ihren Campingplatz zu buchen. Bei der effektiven Bewerbung eines Campingplatzes sollten unter anderem die folgenden Aspekte berücksichtigt werden:

**Zielgruppe:** Die Identifizierung der Zielgruppe und das Verständnis ihrer Bedürfnisse, Vorlieben und Problempunkte kann bei der Erstellung wirksamer Marketingstrategien hilfreich sein. Manche Zielgruppen sind z.B. besser in online Kanälen (Soziale Medien, Email, Web etc.) erreichbar, andere bevorzugen klassische offline Kanäle (Zeitschriften, Zeitungen, Flyer etc.).

**Marketingkanäle:** Die Wahl der richtigen Marketingkanäle kann dabei helfen, die Zielgruppe effektiv zu erreichen.

**Online-Präsenz:** Eine starke Online-Präsenz, einschließlich einer benutzerfreundlichen Website, einer Social-Media-Präsenz und Präsenz in Online-Bewertungsportalen, hilft dabei, potenzielle Kunden zu erreichen und zu begeistern.

**Content-Marketing:** Guter Content (d.h. Inhalt) im Marketing weckt bei potenziellen Gästen Interesse, indem er Fragen beantwortet, unterhaltsam, interessant, kreativ und abwechslungsreich ist. Weniger ist oft mehr, denn der Inhalt sollte reduziert sein und den Betrachtern keine Zeit rauben. Guter Content schafft einen Anlass zur Kommunikation mit Kunden und inspiriert sie, eigenen Content zu produzieren, zu teilen, Hashtags zu nutzen oder Bewertungen abzugeben.

**Alleinstellungsmerkmal:** Die Definition der Alleinstellungsmerkmale des Campingplatzes können helfen, ihn von der Konkurrenz zu differenzieren und Kunden anzulocken. Im Marketing sollte man diese Alleinstellungsmerkmale wirksam in Szene setzen.

**Corporate Identity und Design:** Die Corporate Identity ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskommunikation. Ein einheitliches Auftreten stärkt Kundenbindung und Marktposition. Das Logo,

Farbkonzept, Schriften, Gestaltungselemente und Bildsprache gehören dazu. Eine gut durchdachte Corporate Identity schafft Vertrauen und fördert die Wiedererkennung, was zur Festigung der Marktposition beiträgt.

#### Weitere Informationen:

Die „Tourism Academy“ von Luxembourg for Tourism bietet informative Ressourcen rund um das Thema Marketing

→ LFT TOURISM ACADEMY



### 2.5.2. WEBSITE

Eine ansprechende, funktionale Website ist für Campingbetriebe essenziell, da sie als zentrale Online-Präsenz und Informationsquelle dient. Sie ermöglicht die Kontrolle über das Online-Image und die Präsentation des Unternehmens.

Eine integrierte Buchungsplattform fördert Direktbuchungen, verringert die Abhängigkeit von Vermittlern und verbessert die Gewinnmargen. Eine gut gestaltete Website ist daher im digitalen Zeitalter für den Erfolg von Campingbetrieben wichtig.

### 2.5.3. ONLINE-BUCHUNGSPORTALE (OTAs)

Online-Buchungsportale (OTAs) für Campingbetriebe sind digitale Plattformen, auf denen Gäste Campingplätze und Stellplätze suchen, vergleichen und direkt buchen können. OTAs können Campingbetrieben eine Reihe von Vorteilen bieten, darunter:

**Erhöhte Sichtbarkeit:** Einige OTAs haben eine große und diversifizierte Kundenbasis, was es Campingbetrieben ermöglicht, ihre Angebote einer breiteren Zielgruppe zu präsentieren und somit die Sichtbarkeit und Buchungen zu erhöhen.

**Einfache Buchbarkeit für den Gast:** OTAs können den Verkaufszyklus für Campingbetriebe verkürzen, indem sie Gästen eine einfache und bequeme Möglichkeit bieten, Reservierungen direkt zu tätigen. Insgesamt können OTAs für Campingbetriebe ein wichtiger Vertriebskanal sein. Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass Campingbetriebe bei der Nutzung von OTAs möglicherweise (hohe) Provisionen zahlen müssen, die den Gewinn beeinträchtigen können.

### 2.5.4. CHANNEL MANAGER

Wenn Sie Ihre Camping- und Stellplätze gleichzeitig auf mehreren Vertriebskanälen, wie OTAs und der eigenen Website anbieten, kann die Nutzung eines Channel Managers sinnvoll sein.

Channel Manager bieten eine zentrale Plattform für die Verwaltung und Verteilung des buchbaren Inventars und der Preise über mehrere Vertriebskanäle. Dabei sorgen Channel Manager für korrekte und konsistente Preis- und Verfügbarkeitsinformationen über alle Vertriebskanäle, wodurch Überbuchungen minimiert werden.

Durch Automatisierung vieler manueller Buchungsaufgaben können Channel Manager den Campingbetrieben Zeit einsparen und Effizienz erhöhen.

### 2.5.5. GÄSTEMAPPE

Eine Gästemappe für Campingbetriebe ist eine Sammlung von Informationen und Ressourcen, die Gästen bei der Ankunft auf dem Campingplatz zur Verfügung gestellt wird. Sie enthält wichtige Details über die Einrichtungen, Dienstleistungen, Regeln und lokale Attraktionen, um den Aufenthalt der Gäste angenehm und unkompliziert zu gestalten. Die Gästemappe kann in gedruckter oder digitaler Form bereitgestellt werden und dient als hilfreiche Orientierungshilfe für einen gelungenen Campingurlaub.

Eine digitale Gästemappe kann für Campingbetriebe mehrere Vorteile bieten, darunter:

**Aktualisierung von Informationen:** Informationen können vom Campingbetrieb in digitaler Form flexibel erneuert werden. Durch aktuelle Informationen bleiben Gäste stets auf dem neuesten Stand bezüglich Einrichtungen, Veranstaltungen, Regeln und Ausflugstipps.

**Personalisierte Kommunikation:** Eine Gästemappe kann verwendet werden, um personalisierte Nachrichten und Angebote an Gäste zu senden, die auf ihre Interessen und Vorlieben zugeschnitten sind.

**Erhöhte Umsatzchancen:** Mit einer Gästemappe können Campingbetriebe Zusatzleistungen und Upgrades verkaufen, die den Umsatz erhöhen können.

### 2.5.6. KOOPERATIONEN

Lokale Kooperationen können für Campingbetriebe von großer Bedeutung sein. Die Zusammenarbeit mit lokalen Unternehmen und Organisationen kann die Bereitstellung besonderer Dienstleistungen und Aktivitäten für Gäste ermöglichen. Diese können zu einem herausragenden Erlebnis und erhöhter Gästezufriedenheit beitragen. Innovative und unkonventionelle Kooperationen können einzigartige Angebote schaffen, die sich als Alleinstellungsmerkmale hervorheben und die Attraktivität des Campingplatzes steigern.



## 2.6. Qualität

Qualität im Campingbetrieb bezieht sich normalerweise auf verschiedene Faktoren wie Sauberkeit und Zustand der Anlage, Einrichtungen und Dienstleistungen, Umgebung und Landschaft, sowie den Komfort und die Sicherheit für Gäste. Auch das Preis-Leistungs-Verhältnis ist für einen Gast ausschlaggebend für die Qualitätseinstufung. Es ist wichtig, dass diese Faktoren auf einem hochwertigen Niveau gehalten werden, um ein angenehmes und zufriedenstellendes Campingerlebnis zu gewährleisten.

### 2.6.1 KLASSTIFIZIERUNG UND ZERTIFIZIERUNG

Die Vorteile der Klassifizierung und Zertifizierung von Campingplätzen sind vielfältig. Sie bieten potenziellen Gästen eine objektive Bewertung der Leistungen und Einrichtungen eines Campingplatzes, was bei der Entscheidung für einen Campingplatz hilfreich sein kann. Darüber hinaus kann eine Zertifizierung das Vertrauen von Gästen erhöhen und ihnen zeigen, dass ein Campingplatz bestimmte Qualitätsstandards erfüllt.

Campingplätze in Luxemburg können sich freiwillig klassifizieren lassen, mit Sternen der Klassifikation des Wirtschaftsministeriums (1-5 Sterne).

Anfragen zu dieser freiwilligen Klassifizierung sind zu richten an:

Ministère de l'Economie,  
Direction Générale du Tourisme

→ [CLASSIFICATION.LU](https://classification.lu)



→ WEITERE INFORMATIONEN



*Keep calm and  
go camping*

# 3. Der Businessplan

Ein Businessplan ist für ein Campingunternehmen aus mehreren Gründen bedeutsam. Im Prozess der Erstellung des Businessplans bekommt der Unternehmer Klarheit über seine Vision und die unternehmerischen Tätigkeiten, indem er Ziele, Strategien und Finanzplanung festlegt. Dadurch können potenzielle Risiken und Chancen frühzeitig identifiziert werden.

Auch unterstützt der Businessplan den Unternehmer bei der Entscheidungsfindung und der kontinuierlichen Überwachung des Fortschritts, um den langfristigen Erfolg des Campingunternehmens sicherzustellen. Zudem dient ein Businessplan als Kommunikationsmittel für Investoren und Banken, um Finanzierungsmöglichkeiten zu erschließen.

→ WEITERE INFORMATIONEN



**Das House of Entrepreneurship in Luxemburg bietet Unterstützung und Ressourcen zur Erstellung eines Businessplans.**

# 4. Finanzierung und Beihilfen

In Luxemburg existieren verschiedene Möglichkeiten zur Finanzierung sowie Beihilfen. Im Folgenden sind einige davon aufgelistet, welche für Campingplatzbetreiber zutreffend sein können.

Es ist wichtig zu beachten, dass die Verfügbarkeit und die Voraussetzungen für die Inanspruchnahme von Hilfeprogrammen je nach Art des Campingunternehmens variieren können. Bitte wenden Sie sich für mehr Informationen an die zuständigen Organisationen.

## Kredite und Darlehen für Unternehmen

Inhaber von Campingunternehmen können möglicherweise Geschäftskredite von Banken oder anderen Finanzinstituten erhalten, um ihr Unternehmen zu gründen oder zu erweitern.

## Staatliche Zuschüsse

Je nach Art des Campinggeschäfts kann die luxemburgische Regierung Zuschüsse oder Subventionen gewähren, um bei den Gründungskosten oder anderen Ausgaben zu helfen:

- » Beihilfen beim Ministerium für Wirtschaft, Generaldirektion Tourismus

→ GENERALDIREKTION TOURISMUS



→ INVESTITIONSBEIHILFE



- » Beihilfen beim Ministerium für Umwelt, Klima und nachhaltige Entwicklung

→ MINISTERIUM FÜR UMWELT



→ MINISTERIUM FÜR UMWELT



→ MINISTERIUM FÜR UMWELT



→ MINISTERIUM FÜR UMWELT



- » Allgemeine Beihilfen für kleine oder mittlere Unternehmen (KMU)

→ WEITERE INFORMATIONEN



## Weitere Unterstützungsmöglichkeiten:

- » Fit 4 Digital Programm von Luxinnovation

→ FIT 4 DIGITAL



## Weitere Informationen:

Die Mutualité de Cautionnement ist das Finanzierungsorgan der luxemburgischen Handelskammer und kann über die verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten in Luxemburg sowie über die verschiedenen Arten von Beihilfen und Zuschüssen für Unternehmen beraten.

→ CAUTIONNEMENT.LU



Die Camprilux informiert auf ihrer Website über Staatliche Investitionshilfen:

→ CAMPING.LU



# 5. Ansprechpartner

## Camprilux

Camprilux ist die nationale Vereinigung luxemburgischer Campinganbieter. Die Organisation ist ein kompetenter Ansprechpartner für alles rund um den Betrieb eines Campingplatzes.

Mitglieder erhalten Zugang und Beratung zu folgenden Themen:

- » Gesetzliche Regelungen rund um den Campingbetrieb
- » Naturschutzgesetz/PAG/Hochwasserschutzzonen
- » Betriebsgenehmigung für klassifizierte Einrichtungen (Commodo/Incommodo)
- » Datenschutzbestimmungen
- » Labels für Campingplätze
- » Verkauf/Verpachtung eines Campingplatzes
- » Beschäftigung von Personal
- » Leitfaden für Stellplätze mit Langzeitvermietung
- » Marketing, Vertrieb, Social Media
- » Software für den Betrieb eines Campingplatzes

Zudem bietet Camprilux eine Vielzahl von ausgehandelten Vorteilen für Camprilux Mitglieder.

→ [CAMPING.LU](https://www.camping.lu)



## House of Entrepreneurship

Bei Fragen bezüglich Gründung und Ausbau eines Unternehmens können Sie sich an das House of Entrepreneurship wenden.

→ [HOUSEOFENTREPRENEURSHIP.LU](https://www.houseofentrepreneurship.lu)



## Ministerium für Wirtschaft, Generaldirektion Tourismus

→ [GENERALDIREKTION TOURISMUS](https://www.generaldirektion-tourismus.lu)



## Luxembourg for Tourism

→ [VISITLUXEMBOURG.COM](https://www.visitluxembourg.com)



## OFFICES RÉGIONAUX DE TOURISME

### Region Éislek

→ [VISIT-EISLEK.LU](https://www.visit-eislek.lu)



### Region Guttland

→ [VISITGUTTLAND.LU](https://www.visitguttland.lu)



### Region Minett

→ [VISITMINETT.LU](https://www.visitminett.lu)



### Region Moselle

→ [VISITMOSELLE.LU](https://www.visitmoselle.lu)



### Region Müllerthal

→ [MULLERTHAL.LU](https://www.mullerthal.lu)



# 6. Weitere wertvolle Ressourcen

## Website der Camprilux

→ [CAMPING.LU](https://www.camping.lu)



## Broschüre „Destination Camper Park(ing)“ – Praktische Tipps für Campingstellplätze

→ [DESTINATION CAMPER PARK\(ING\)](https://www.destinationcamperpark(ing).lu)



## Konzept „GlampingCabins“

→ [GLAMPING CABINS](https://www.glampingcabins.lu)



© Visit Moselle / Kriehel Kehlen

# Projektpartner des LEADER Projektes Landtourismus



FEADER  
Fonds européen agricole pour le développement rural. L'Europe investit dans les zones rurales.  
Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete.

## 5 REGIONALE LEADER-AKTIONSGRUPPEN:

ATERT-WARK, ÉISLEK, REGION MËLLERDALL, LËTZEBOURG WEST, MISELERLAND



## 4 OFFICES RÉGIONAUX DU TOURISME:

EISLEK, MÛLLERTHAL, MOSELLE, GUTTLAND



## 3 PROFESSIONNELLE PARTNER:

APTR, CAMPRILUX, AJL



## LUXEMBOURG FOR TOURISM



## 2 MINISTERIEN



# Impressum

## HERAUSGEBER:

Visit Moselle -

ORT Région Moselle Luxembourgeoise asbl.

52, route du Vin

L-5405 Bech-Kleinmacher

Grand-Duché de Luxembourg

T. +352 26 74 78 74

F. +352 26 74 78 94

E. [info@visitmoselle.lu](mailto:info@visitmoselle.lu)

## REDAKTION:

ORT Région Moselle

Dieses Dokument wurde erstellt in Zusammenarbeit mit den Projektpartnern des LEADER Projektes Landtourismus, insbesondere mit Unterstützung der Camprilux.

Die Inhalte wurden durch die Camprilux und das House of Entrepreneurship geprüft.

## GESTALTUNG:

Duktor Design Studio S.À R.L. | [www.duktor.lu](http://www.duktor.lu)

## HAFTUNGS AUSSCHLUSS:

Obwohl alle Angaben mit größter Sorgfalt erstellt wurden, übernehmen der Autor und andere beteiligten Parteien keine Verantwortung oder Haftung für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben. Zudem wird keine Verantwortung für die Nutzung der in diesem Dokument enthaltenen Informationen übernommen.

## © COPYRIGHT 2023 - URHEBERRECHTSHINWEIS

Dieses Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Der Herausgeber besitzt die Nutzungsrechte. Jede Verwendung ist ohne schriftliche Zustimmung des Herausgebers ausgeschlossen.

**Praktischer  
Ratgeber für  
Camping-  
betriebe**