

Duvet statt Schlafsack

Glamping Klassisches Camping zieht immer weniger. Für die heutigen Touristen müssen die Betreiber mehr bieten: Luxuszelte, Whirlpool, Himmelbetten.

CORINNA CLARA RÖTTKER

Zelten ist angstrengend. Das Zelt muss auf- und wieder abgebaut werden. Man schleppt den halben Hausrat mit und teilt sich oft dreieckige Gemeinschaftstoiletten. Was für Junge eine günstige Art des Verreisens ist, verliert mit steigendem Alter und Einkommen an Reiz – bis man feststellt, dass auch das schönste Hotel mit der Romantik von Outdoor-Ferien nicht mithalten kann.

Und so zieht es viele für die Ferien in die Natur – auch im Herbst. Doch auf den gewohnten Komfort will man dabei nicht verzichten. Auch Nathalie nicht. Die 33-Jährige liebt das Surfen. Die Destination war schnell gefunden: Portugal sollte es werden. Auch was die Unterkunft angeht, hatte Nathalie klare Vorstellungen: «Ich wollte in die Natur und das Camping-Feeling spüren.» Doch auf Isomatte und Rückenschmerzen hatte die Schweizerin keine Lust. Also entschied sie sich für Glamping – glamouröses Camping.

Damit liegt Nathalie voll im Trend. Dank Investitionen in eine moderne Infrastruktur plus einer Prise Luxus und Komfort ist Übernachten auf dem Zeltplatz

wieder salonfähig geworden. «Die Entwicklung verläuft rasant», sagt Thomas Reimann, Sprecher des Reiseanbieters Vacanceselect, nach eigenen Angaben Marktführer in Europa in Sachen Glamping. Über die Plattform Selectcamp bietet er über 1100 Glamping-Unterkünfte an mehr als 90 Standorten in Europa. Auch die Schweiz ist vertreten. «Unsere Auslastung liegt in der Hochsaison bei nahezu 100 Prozent.»

Neue Gästegruppen

Beim Glamping liegen Camper statt am Boden im Himmelbett, haben eigene Toiletten und Küchen, selbst das Frühstücksbrotchen bekommen sie geliefert. Auch Whirlpool und Badewanne gehören

dazu. Doch nicht nur das: «Auch das Drumherum muss stimmen», erklärt Reimann. So sollten Restauration, angebotene Aktivitäten sowie kulturelles Angebot einem gewissen Anspruch an Qualität gerecht werden. Das schlägt sich im Preis

nieder: Im Schnitt gibt eine vierköpfige Familie beim Glamping rund 1500 Franken für eine Woche im Safarizelt aus.

Der Trend kommt nicht von ungefähr. Mit den Glamping-Konzepten wollen die Campingplätze ein neues Gäste-segment

Für eine Woche Glamping zahlt eine Familie mit zwei Kids rund 1500 Franken.



Glamping-Unterkunft: Grosses Bett, Holzboden, Sofa und viel Platz im Zelt.

erschliessen, speziell natursuchende, urbane Menschen. «Der klassische Camper stirbt zwar nicht aus, aber es ist spürbar ein Wandel hin zu Luxusangeboten festzustellen», sagt Reimann.

Dies bekommen auch die Campingplätze in der Schweiz zu spüren, wo die Logiernächte seit Jahren rückläufig sind. Entsprechend ist auch der Touring Club Schweiz (TCS) auf den Glamping-Zug aufgesprungen – mit Erfolg: «Die Nachfrage steigt von Jahr zu Jahr und ist oft grösser als das Angebot», sagt TCS-Sprecher David Venetz. Auf fast allen der 27 TCS-Campingplätze werden mittlerweile Glamping-Unterkünfte angeboten. Dabei

setzt der Club weniger auf Luxus, dafür umso mehr auf Originalität und Komfort. Ein definierter Standard für Glamping-Objekte existiert noch nicht.

Pionier Péclard

Einer der ersten Campingplätze in der Schweiz, der auf Glamping setzte, ist Fischers Fritz in Zürich-Wollishofen. Seit 2010 ist Michel Péclard Pächter und investierte gegen 2 Millionen Franken in luxuriöse Unterkünfte und gastronomische Neuerungen samt Laden und Restaurant. Dieses hat sich so von der simplen Camping-Beiz zum Szene-Restaurant gemauert.

Andere Plätze machten es Péclard nach, ein Ende der Fahnenstange ist nicht in Sicht. Auch nicht beim TCS: «Wir bauen unser Glamping-Angebot ständig aus», sagt Venetz. Allein dieses Jahr habe der TCS in Unterkünften in Flaach, Lugano und Disentis investiert. Trotz höheren Investitionen rentiert Glamping für die Betreiber. «Spätestens nach zwei Saisons haben sich die Ausgaben amortisiert», sagt Reimann. Durch die zum Teil beheizten Nobelunterkünfte verlängert sich die Saison.

Nathalie hingegen hat nach Portugal schon wieder genug vom Glamping. «Nächstes Mal gehe ich wieder ins Hotel, da habe ich weniger Krabbeltiere.»

ANZEIGE

Publireportage

Lucerne University of Applied Sciences and Arts

HOCHSCHULE LUZERN

Wirtschaft
FH Zentralschweiz

MBA Luzern: 2000 Absolventen und Absolventinnen seit 1980

Der Wunsch nach einer neuen beruflichen Herausforderung, nach einem breiteren Wissenshorizont und nach mehr Karriere-möglichkeiten sind gute Argumente für eine Managementweiterbildung. Die Angebote sind zahlreich, in der Schweiz nimmt der MBA Luzern der Hochschule Luzern jedoch eine besondere Position ein: Es gibt den Studiengang nämlich bereits seit über 35 Jahren. Wie er sich im Laufe der Zeit verändert hat, erzählen Walter Bühler, der bei der ersten Durchführung dabei war, und Michael Huwiler, der dieses Jahr als 2000. Absolvent das Studium abgeschlossen hat.

Mit 32 Jahren beschloss Walter Bühler, damals als Elektroingenieur tätig, etwas Neues zu beginnen: «Ich sah die Ausschreibung des Nachdiplomstudiengangs in Unternehmensführung und fand es spannend, als erster mit dabei zu sein. Meine Studienkollegen und ich fühlten uns dann auch wie Pioniere und waren ganz euphorisch, dass wir jetzt Manager werden», erzählt der heute pensionierte Bühler lachend. Auch Michael Huwiler machte sich auf zu neuen Ufern, als er sich 35 Jahre später für die gleiche Weiterbildung entschied: «Ich wollte meinen Horizont erweitern, nicht mehr nur Informatiker sein. Und der MBA Luzern war der entscheidende Schritt, um mein Wissen zu verbreitern und mehr berufliche Möglichkeiten zu haben.»

Praxisbezug und Wissenschaftlichkeit in guter Balance

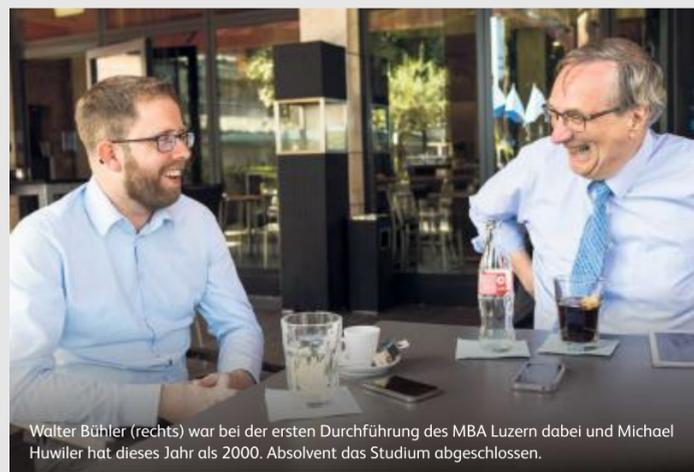
Ganz gleich geblieben ist der Studiengang im Verlaufe der Zeit natürlich nicht. Aus dem NDS Unter-

nehmensführung ist der MBA Luzern geworden, und aus der Höheren Wirtschafts- und Verwaltungsschule ist die Hochschule Luzern – Wirtschaft entstanden. So ist heute Wissenschaftlichkeit ein wichtiger Aspekt, damals war das kein Thema, erinnert sich Bühler: «Man versuchte immer einen direkten Praxisbezug herzustellen.» Den gebe es immer

noch, wendet Huwiler ein: «Viele Dozierende kommen aus der Praxis und es werden Praxisarbeiten wie Businesspläne und Marketing-Konzepte geschrieben. Daneben gibt es die Projektarbeiten, die wissenschaftlichen Kriterien genügen müssen.» Neu zum Curriculum gehören Ethik und Nachhaltigkeit, während Leadership, Betriebswirtschaft

und Rechnungswesen, Marketing, Organisation, Personalmanagement, Problemlösungsmethodik oder Rhetorik schon zu Bühlers Zeiten gelehrt wurden. Dass man in eineinhalb Jahren MBA-Studium nicht zum Experten in strategischem Management wird, ist Bühler und Huwiler klar. Es gehe vielmehr darum, Grundprinzipien und Zusammenhänge der Betriebswirtschaft zu verstehen und sich selbstständig in Themen einarbeiten zu können, sagt Huwiler.

MBA Luzern wird nicht mehr nur von Männern aus technischen Berufen besucht. «Bei uns gab es auch einen Anästhesisten und eine Psychologin. Und 5 von 24 Studierenden waren Frauen», sagt Huwiler. Gemeinsam haben sie sich auf eine neue Wissenswelt eingelassen und einen mutigen Schritt in die Zukunft getan.



Walter Bühler (rechts) war bei der ersten Durchführung des MBA Luzern dabei und Michael Huwiler hat dieses Jahr als 2000. Absolvent das Studium abgeschlossen.

Lernen in der Gruppe statt Patchwork-Programm

Während heute viele Studiengänge individuell aus Wahlmodulen zusammengestellt werden, durchläuft man im MBA Luzern nach wie vor alle Module gemeinsam mit einer Klasse. Studienleiter Markus Zemp: «Dadurch entsteht eine intensive und vertrauensvolle Lernbeziehung, die einen besonderen Klassengeist ermöglicht.» Verändert hat sich die Zusammensetzung der Klassen – der

Der MBA Luzern ist eine der schweizweit traditionsreichsten Führungs- und Managementweiterbildungen. Das Studium fokussiert darauf, betriebswirtschaftliches Know-how für Berufsleute mit nicht-ökonomischem Hintergrund bereitzustellen und vermittelt die notwendige Handlungs-, Führungs- und Sozialkompetenz, um anspruchsvolle betriebswirtschaftliche Aufgaben und Führungsfunktionen im mittleren Management zu übernehmen.
www.hslu.ch/mba