



Velkommen til Green Camping - Miljømærkning af campingpladser

GREEN CAMPING BY GREEN KEY
HORESTA • Vodroffsvej 32
DK-1900 Frederiksberg C
T +45 35 24 80 80
Mail: green-key@horesta.dk

Bæredygtighed og ren natur er en forudsætning for campingbranchen

Camping spiller en central rolle for dansk turisme. Danmark er kendt som et godt sted at campere med mange forskellige typer og størrelse campingpladser i forskellig natur.

Campingpladserne lever af at sælge den smukke, danske natur, og Danmark er kendt som en grøn destination – og den nuværende S-regeringen og flere turistorganisationer har et ønske om at gøre Danmark til en bæredygtig destination. Så det er naturligt at kombinere disse to ting for at sætte yderlige skub i den bæredygtige udvikling og tiltrække den stigende gruppe af turister, som sætter pris på bæredygtighed – og den danske natur.

De første campingpladser i Danmark blev mærket med Green Key i år 2000, men antallet med Green Key i Danmark har været begrænset og været afhængig af Campingrådets indsats, og på nuværende tidspunkt er 6 campingpladser med i ordningen.

Campingrådet har stået for den del af Green Key, men efter Rådets konkurs i 2017, er det tid til at gøre status og se, hvordan ordningen kan forbedres.

Det er Sekretariatets vurdering, at Green Key for campingpladser hverken har ramt det behov, vi tror findes, og ej heller været kommunikativt tæt nok på campingpladserne og campingfolket. Kriterierne skal være tættere på campingpladserne og både navn og logo skal appellere til denne gruppe.

HORESTA ønsker, i samarbejde med Friluftsrådet, at re-tænke denne kategori under navnet Green Camping, så den bliver mere indbydende og mindre administrativ tung for campingpladserne, og med færdige, tilpassede kommunikative løsninger, som en del af ordningen.

I turistbranchen findes mange Sub-brand til større brand. Green Camping er et Sub-brand eller på dansk tilhørende mærke til Green Key, som sikrer, at krav, udtryk og indhold passere bedre til campingpladser og campister.

Det er i højere grad et koncept med færdige løsninger, som kan bruges direkte eller med få tilpasninger.

For HORESTA er det vigtigt, at det er en troværdig ordning, hvorfor det baseres på det anerkendte koncept Green Key med strikse kriterier, en troværdig ansøgnings- og kontrolproces og hvor ansøgerne behandles og godkendes af en Jury med bl.a. en grøn organisation.

Det er vigtigt, at ordningen er tæt på branchen og er nem at gå til, markedsføre og forstå for gæsterne og for at involvere campingpladserne og deres organisationer.

Der er ligeledes en sideløbende indsats på andre typer af turistvirksomheder.

Dette dokument indeholder:

1. Beskrivelse af eksisterende ordninger
2. Målgruppe for ordningen
3. Organisering og procedure
4. Kontrol og hjælp til Green Camping campingpladser
5. Sekretariat
6. Flere kriterier men ny og forenklet metode
7. Udvikling af kriterier for campingpladser
8. Økonomi og gebyrer
9. Udbredelse af ordningen
10. Tidsplan
11. Green Camping i forhold til verdenen



REJSER 22. APR. 2019 KL. 14.37

 **POUL HUSTED**
Rejsejournalist

LÆS ARTIKLEN SENERE



Camping er som at holde ferie i mors mave

Anne-Vibeke Isaksen, mediechef i Dansk Camping Union, spår campinglivet en stor fremgang på grund af klimaforandringerne.

Så skal det

Anne-Vibeke Isaksen, som i mellemtiden er blevet formand for DCU udtaler:

Anne-Vibeke Isaksen er dog overbevist om, at antallet af campister vil stige de kommende år, fordi folk ikke alene bliver mere og mere klimabevidste, men også gerne vil tilbage til naturen.

»Allerede nu kan vi mærke, at den stigende bevidsthed om klimaet øger interessen for camping. Især kan vi mærke det på salget af telte, som tordner frem. Salg af campingvogne går også godt, men når slet ikke samme niveau som telte. Det at overnatte i sheltere er også blevet virkelig populært. Det foregår selvfølgelig ikke på campingpladser, men overnatningsformen er dog i familie med det at campere«, siger Anne-Vibeke Isaksen.

...

Når det gælder primitiv camping og tilbage til naturen-camping, spiller miljø og klimaforandringer en stor rolle. På campingpladserne kan man allerede se, at miljøet spiller en kæmperolle, siger Anne-Vibeke Isaksen:

»Campingpladserne vil helt sikkert tage miljøet alvorligt, og når de bygger nyt, vil de gøre det miljørigtigt. Herhjemme er f.eks. alle aktiviteter på Møns Klint Camping CO2-neutrale. Eksempelvis slukker campingejer Ole Eskling lyset om aftenen, så man kan se stjerner, hvilket har givet ham en europæisk innovationspris. Hvidbjerg Strand Ferriepark er Danmarks mest luksuøse campingplads med et wellnesscenter til 25 millioner, men som også er CO2-neutralt«.

DK-CAMP MED ØGET FOKUS PÅ BÆREDYGTIG TURISME



FIND CAMPINGPLADS LEJ HYTTE M.M. DK-STELLPLÄTZE OPLEVELSER INSPIRATION FORDELSKLUB OM OS

- Grøn ferie >
- Cykelferie >
- Glamping >
- Wellness >
- Camping med eget telt >
- Vintercamping >
- Ny på camping >

Bæredygtig ferie



På DK-CAMP's hjemmeside findes der en række råd til en bæredygtig campingferie.

Læs mere på: <https://www.dk-camp.dk/baeredygtig-ferie.html>

CAMPING.INFO MED 9 RÅD TIL BÆREDYGTIG CAMPING



Back to the Camping.info portal  English

Camping Trips & Tours Tips & Tricks News & Trends

Homepage / Camping / Eco-Friendly Camping / 9 Tips for Sustainable Camping

9 Tips for Sustainable Camping

Make Your Camping Trip Eco-Friendly Without Breaking the Bank

Eco-Friendly Camping

06.06.2019 136 like

No matter if you prefer roughing it on a wild camping adventure or being pampered while glamping, some of the best things about camping are free, such as getting away from the stresses of everyday life and enjoying earth's beautiful and diverse landscapes. Just because it's free, though, doesn't mean that camping doesn't sometimes come at a cost – not only to your wallet but to the planet, too. Thankfully, there are some pretty simple changes we can all make to reduce these

Camping.info, der er en populære online guide til campingpladser især i den tysktalende verden, har udarbejdet 9 råd til en bæredygtig campingferie

1. Beskrivelse eksisterende ordninger

De første campingpladser i Danmark blev mærket med Green Key i år 2000, hvor der blev udviklet og tilpasset kriterier til campingpladser i tæt samarbejde med Campingrådet og med inspiration fra Frankrig, der allerede havde introduceret Green Key for campingpladser.

Internationalt har enkelte lande som Holland, Belgien og Frankrig startet campingdelen op, men med undtagelse af Frankrig har ordningen fortsat ikke den store udbredelse. På internationale møder har flere lande ytret, at ordningen er for omfattende og at "Key" ikke henvender sig til campingpladser.

Der er udviklet campingkriterier for EU Blomsten, men der er pt. ingen campingpladser i Danmark med EU's mærke. I nogle år var der en række FDM campingpladser med, da gebyret blev betalt af EU.

2. Målgruppe for ordningen

Green Camping tildeles campingpladser, der ønsker at gøre en ekstra indsats for at være bæredygtige og passe på miljøet.

Camping er en udendørs, rekreativ aktivitet, hvor man overnatter minimum én nat i [bivuak](#), [telt](#), [teltevogn](#), [campingvogn](#), [campinghytte](#), [autocamper](#) eller et [mobilehome](#).

Danske campingpladser hører under Sommerhusloven, og Campingreglementet, der administreres af kommunerne i henhold til vejledningen til Campingreglementet. Der findes ingen danske, statslige råd for camping. Campingpladser kan kun godkendes af den kommune, hvor pladsen er hjemmehørende. (kilde: Wikipedia)

Der findes omkring 400 campingpladser i Danmark. Tre ud af fire campingpladser ligger vest for Storebælt. Tallet er taget fra Dansk Statistik og gælder campingpladser, som har mindst 75 campingenheder, hvor en campingenhed svarer til en kapacitet på 3 personer.

3. Organisering og procedure

Som nævnt benyttes samme organisering og procedure som ved Green Key.

Formål med procedure

- At sikre at Green Camping medlemmer lever op til kriterier og de vedtagne standarder for overholdelse, så der fastholdes en høj og troværdig standard for miljømærket.

Ansøgningsproces

- Interesserede campingpladser søger om Green Camping hos Sekretariatet i HORESTA.
- En konsulent eller Sekretariatet besøger den ansøgende campingplads og gennemgår stedet for at sikre, at det lever op til kriterierne, eller er på vej til at gøre det.
- Når hele ansøgningen og dokumentationen er på plads, indstiller Sekretariatet den pågældende campingplads til Juryen, som tager den endelige beslutning om godkendelse.
- Som udgangspunkt skal alle obligatoriske kriterier være opfyldt. Juryen kan behandle begrundede dispensationsager, hvis et obligatorisk kriterium ikke kan opfyldes.
- I forhold til ansøgningsprocessen tilpasses og forenkles det i forhold til tidligere.

Jury

Alle ansøgninger skal som nævnt behandles og godkendes af en Jury. Formandskabet for Juryen skal minimum bestå af en repræsentant fra en grøn NGO og en fra en brancheorganisation. Hvis ikke andet er aftalt, er formanden fra brancheorganisationen og næstformanden fra den grønne NGO.

Miljøstyrelsen har givet tilsagn om, at være observatør i juryen.

Deltagere	Navn
HORESTA	Kirsten Munch Andersen, Politisk direktør
Friluftsrådet	Pt. Torben Kaas, Næstformand
Miljøstyrelsen	Observatør
Ekstern konsulent	Konsulentbureau verificerer indsats og miljømærkede virksomheder hvert andet år. (sker løbende fra den internationale koordination)

Det er hensigten, at juryen skal være smalt sammensat. Formandskabet beslutter bl.a. ud fra indstilling fra Sekretariatet, om Juryen skal udvides yderligere.

Juryens opgaver

Behandle sager:

- Godkende ansøgninger om Green Camping,
- Afvise ansøgere eller eksisterende mærkede steder,
- Behandle og eventuelt godkende dispensationsager,
- Årlig vurdering af sager fx med tema,
- Sikre konsulentbesøg.

Kriterier:

- Godkende større danske tilføjelser til kriterier,
- Sparring om eksisterende og nye kriterier,
- Forslag til ændringer af kriterier.



Møder:

- Fast møde sidst på året. Øvrige møder kan aftales efter behov,
- Sekretariatet står for invitation og mødeforberedelse,
- Statusrapport sendes til Jury inden mødet.

Procedure:

- Formandskab modtager indstillinger og dispensationssager fra Sekretariat,
- Formandskabets beslutninger verificeres på jury-møde en gang om året,
- Juryen modtager inden mødet en statusrapport, som indeholder indsatsen for at opretholde de mærkede virksomheders overholdelse af kriterier,
- Eventuelle forslag til ændringer af kriterier mm. diskuteres af Jury på mødet eller via skriftlig korrespondance,
- Hvert andet år bliver Juryen og dens arbejde verificeret af ekstern part.

4. Kontrol og hjælp til Green Camping campingpladser

En GREEN CAMPING bliver både inden og efter mærkningen løbende kontrolleret for at hjælpe til med at sikre, at pladsen lever op til sine forpligtelser og kriterierne.

GREEN CAMPING har en række procedure til at sikre overholdelse af kriterier og fremdrift i miljøindsatsen.

- Ansøgningsprocessen
- Godkendes af Jury
- Løbende kontrolbesøg
- Løbende dokumentation og sikring af overholdelse

Ansøgningsprocessen

For at få tildelt GREEN CAMPING skal der indsendes en ansøgning med relevant dokumentation fra den pågældende campingplads. Det kan enten ske før eller efter et konsulentbesøg. Konsulenten hjælper med at sikre og udvikle materiale, så alle kravene er opfyldt og den nødvendige dokumentation findes frem eller udvikles.

Godkendes af Jury

Når alle krav er opfyldt og dokumentationen er på plads indstilles ansøgningen til godkendelse hos en Jury. Hvis juryen godkender ansøgningen, kan virksomheden herefter tildeles GREEN CAMPING.

Konsulentbesøg

Ved det indledende konsulentbesøg udfyldes skemaet, og der udarbejdes i fællesskab miljøprocedure, mål, aktiviteter og informationsmateriale, som er målrettet organisationen.

Alle GREEN CAMPING-pladser får kontrolbesøg inden tildeling og får besøg igen cirka efter et år. Herefter besøges virksomheden hvert andet eller tredje år, hvor det sikres, at kravene stadig overholdes, så virksomheden kan bibeholde GREEN CAMPING, og der gives råd til, hvordan de kommer videre med miljøarbejdet.

Kontrollen udføres af konsulenter, som har indgående kendskab til ordningen og dens miljøkrav og som ligeledes kan rådgive og spare med de mærkede virksomheder.

Konsulentbesøget foretages af GREEN CAMPING sekretariatet, eller en person udpeget af Sekretariatet. Omkostninger til kontrolbesøget afholdes af GREEN CAMPING, mens alle udgifter til evt. konsulentbistand, nødvendige investeringer m.v. afholdes af organisationen.

Løbende dokumentation og sikring af overholdelse

Udover de løbende kontrolbesøg skal organisationen hvert år omkring årsskiftet indsendes oplysninger om udvalgte kriterier og hvordan stedet løbende forbedre sig. Mærkningen kan fratages fra organisationen, hvis opfyldelse af kriterierne misligholdes.

5. Sekretariat

Sekretariatet, som er i HORESTA, står for selve driften af Green Camping "by Green Key" som en del af Green Key i Danmark og andre tilsvarende ordninger.

Formål:

- At sikre at medlemmer lever op til kriterier og de vedtagne standarder, så ordningen fastholder en høj standard inden for miljøområdet,
- At udbrede kendskabet til ordningen, så flere campingpladser kommer med og flere gæster vælger miljømærkede campingpladser.

Arbejdsopgaver:

- At sikre at medlemmer lever op til kriterier for det pågældende område og de vedtagne standarder,
- At sikre og gennemføre konsulentbesøg på de mærkede virksomheder,
- At besøge potentielle medlemmer,
- Promovering af ordningen – både over for branchen og potentielle virksomheder,
- Markedsføring af Green Camping og de øvrige mærkningsordninger over for gæster,
- Håndtering af klager og evt. kritik af ordningen,
- Sikre en bæredygtig økonomi for ordningen,
- Skabe netværk, inspiration og rådgivning samt -materiale for medlemmer og andre aktører i branchen,
- Opfølgning på internationale forespørgsler fx fra den internationale koordination,
- Udvikling af kriterier på baggrund af de internationale rammer og fremtidige tendenser,
- Servicering af Jury og skrive årlig rapport til Jury om procedure og hvad der er gjort for at sikre medlemmerne overholdelse af kriterierne,
- Servicering af SusDaneable-netværket, som en del af dette.

Som en del af medlemskabet og besøget afsættes en time til at udvikle materiale præcis til denne virksomhed.

6. Flere kriterier men ny og forenklet metode

Campingpladserne varierer i størrelse, og generelt er Green Keys kriterier og ansøgningskema teksttungt. Derfor er kriterier og skema gjort lettere at gå til. Der er således formuleret en række overordnede kriterier, og en specificering af disse nede i selve ansøgningsdelen. Ligeledes er miljøstyringsdelen simplificeret.

Politik er blevet til procedure, og medlemmerne skal hvert år gennemføre minimum to miljøhandlinger. Der er ligeledes en række forslag til videre tiltag, som campingpladsen kan tage udgangspunkt i.

Kriterier og ansøgning

Der vil være følgende justering af kriterierne for Green Camping for Green Key:

- Miljøledelsesdelen er gjort mere konkret og mindre akademisk.
- Kriterierne er mere overordnede og samles på en side ud fra de 12 områder, så det giver overblik og passer bedre til den gruppe af ansøgere, som har mere fokus på handling.
- En del af indholdet er lagt ned i ansøgningskemaet. Dvs. at i selve ansøgningen er en definering af, hvad der er obligatoriske og mere frivillige kriterier.
- Ansøgningskemaet er lavet i punktform.
- Der er tilføjet et afsnit med butik, hvis -pladsen har en og har indflydelse på den.
- Større indsats i forhold til uddannelse, adfærd og aktiviteter.
- Der vil være flere pointkriterier, som kan virke motiverende og give inspiration.

Tilpasset ansøgningsproces

- En plads som er interesseret i Green Camping kigger på kriterierne på side 4 i ansøgnings- og kriteriedokumentet.
- Campingpladsen gør op med sig selv om den kan, eller i fremtiden vil, leve op til kriterierne.
- Herefter kontaktes Green Camping sekretariatet i HORESTA, som hjælper med ansøgningen.
- Ved et konsulentbesøg gennemgås hele stedet, og konsulenten udfylder, i samarbejde med pladsen, skemaet og udarbejder konkrete procedure-, undervisnings- og promoveringsmateriale. Konsulenten hjælper også med at fremskaffe den rette dokumentation for overholdelse af kriterierne.
- Når alt materialet og dokumentation er på plads, indstilles ansøgningen til den før-omtalte Jury. Yderligere kontrolforanstaltninger er beskrevet tidligere i afsnit 4.

7. Udvikling af kriterier for campingpladser

En campingplads, som ønsker at blive tildelt Green Camping by Green Key, skal gøre en ekstra miljøindsats, og kriterierne udvikles ud fra følgende:

1. Model og indhold fra Green Key
2. Bygningsmæssige forhold
3. Særligt for campingpladser og ejerskab
4. Tendenser
5. Brugergrupper og adfærd
6. Gennemgang er udvalgte campingpladser
7. Behov for supplerende kriterier
8. Høring blandt eksperter og interessenter

Udgangspunktet er, at ordningen skal være mere simpel for campingpladser end tidligere. Altså mere fokus på deres kerneområde og hvordan ordningen kan hjælpe dem.

7.1 Model og indhold fra Green Key

Green Key har opfundet en model til at gennemgå miljøindsatsen på en campingplads. Denne bruges, sammen med kriterierne, som udgangspunkt for udvikling af tilsvarende for campingpladser.

En del af kriterierne og områder vil ligeledes kunne bruges direkte eller med tilpasninger.

7.2 Bygningsmæssige forhold

Bygninger på og ved campingpladser er meget forskellige. Nogle er store andre er små, nogle nye og nogle gamle, nogle ligger i naturen og andre i forbindelse med anden bebyggelse. Bygningerne kan være samlet eller spredt over campingpladsen afhængigt af hensyn til gæsternes afstand til servicebygninger.

Bygningerne dækker som regel en administration med reception og modtagelse, ofte kombineret med en lille købmand og i nogle tilfælde spisesteder i forskellige størrelser og med forskellige madkoncepter.

Servicebygningerne indeholder toilet, bade- og vaskeområder samt køkkenområde med blus, ovne og opvaskefaciliteter. Mange steder findes også opholdsrum til spisning, tv-stue og forskellige indendørs aktiviteter og område med vaskemaskiner og tørretumbler.

Nogle har også indendørs eller udendørs svømmebassiner og/eller spa-områder med sauna.

Der er en øget udbredelse af hytter, som bliver større og med flere faciliteter, bl.a. el, vand og varme. Antallet af hytter må forventes at stige de kommende år i forbindelse med en lempelse af planloven og jf. forslag til Landsplanredegørelse 2018.

Mange af de bygningsmæssige forhold på en campingplads er tilsvarende som i andre bygninger, der er mærket med Green Key. Det er eksempelvis: vand på toiletter, belysning, isolering, varme, ventilation og rengøring.

De eksisterende hotelkriterier fra Green Key vil derfor omfatte mange af disse miljøforhold.

7.3 Særligt for campingpladser og ejerskab

Følgende er nogle særlige kendetegn ved campingpladser.

Åbningstid og sæson

Campingpladser har ofte en daglig åbningstid, hvorefter energiforbruget i hovedbygningen delvist kan lukkes ned, omend forbruget i fx servicebygninger fortsat vil være der. I højsæsonen er der ofte længere åbningstid.

De fleste campingpladser er lukket i den koldeste del af året, hvor energiforbruget til opvarmning og behovet for isolering vil være mindre. Men der findes også campingpladser som har åbent hele året.

Ejerskab

Der findes forskellige konstruktioner for ejerskab af campingpladser.

1. Campingpladser, som forpagtes og hvor kommunen ejer grund og faciliteter
2. Campingpladser med delvis ejerskab
3. 100 % privatejede campingpladser

Der oprettes en besvarelsesmulighed "Ikke relevant", der dækker områder, som campingpladsen enten ikke ejer, eller har indflydelse på". Men hvis de har mulighed for at påvirke indholdet, skal det også indgå.

Forskellige faciliteter og tilbud

Mange campingpladser har også forskellige faciliteter og tilbud i forhold til butik, kiosk, spisested, hytter og svømme/spa-faciliteter, hvilket der skal tages højde for i ansøgningem, og hvor det som under ejerskab er mulighed for at skrive "Ikke relevant".

7.4 Tendenser

For mange år siden var campingpladser primært rettet mod telte, men i dag består de fleste campingpladser af campingvogne, som bliver større og mere veludstyrede.

Samme udvikling kan ses for hytter, hvor der kommer flere og mere veludstyrede hytter, som nærmer sig almindelige sommerhuse.

En nyere tendens er et øget antal af autocampere, som især kommer fra Tyskland, Norge og Sverige, men flere danskere får også råd til dem. Ligesom med campingvogne bliver autocamperne – især de udenlandske – større og mere veludstyrede, men der findes også mindre udgaver til folk, der primært dyrker friluftaktiviteter som surfing, paraglidning drageflyvning etc., og som hurtigt skal kunne komme af sted i forhold til vind- og vejrforhold.

Mange i denne gruppe vil ikke bruge eksisterende tilbud og campingpladser og vil hellere holde længere ude i naturen eller på fx havne.

Den tidligere populære camplet (red. trailer med telt) er mindre brugt end tidligere, og telte er ofte henvist til en mere afsidig del af campingpladsen tættere på naturen. Men også teltene har undergået en forvandling, fra firkantede villatelte og mindre trekanttelte til letvægtstelte i iglo- eller kupelform.

På nogle campingpladser findes også shelters og primitive overnatningssteder.

Den øgede mængde af udstyr gør, at energiforbruget i stigende grad kommer fra gæster i campingvogne, autocampere og hytter, hvor det kan være vanskeligt at have indflydelse på energieffektiviteten, hvorfor adfærdsdelen er blevet vigtigere i forhold til tidligere og information til gæsten.

7.5 Brugergrupper og adfærd

Brugergrupperne læner sig delvist op af ovenstående tendenser. De mest trofaste er fastliggerne, der anvender campingvognen som et sommerhus, og som har den liggende på pladsen året rundt. Disse har typisk ekstra faciliteter, hegn, gulv, køleskabe mm. De har dermed et øget forbrug på pladsen henover hele året, men er også nemmere at kommunikere med i forhold til at kunne påvirke deres adfærd.

En anden forholdsvis trofast gruppe, er de campister, der ligger på pladsen i længere tid og som kender faciliteterne godt. Men modsat fastliggerne tager de også campingvognen bag på bilen og besøger andre områder fx i sommerferien.

Den nyere gruppe af autocampere er ofte på farten, da det er naturligt for dem hurtigt at kunne komme videre. Men de kan også være på stedet i længere tid.

Desuden er der som nævnte et øget udbud af hytter til gæster som elsker campinglivet, men som enten ikke har en campingvogn eller i højere grad kan lide den komfort, der er i hytter, frem for telte.

Ferie- og weekendcampisterne kommer og kører, når det passer dem. Nogle gange er de der kun en eller to dage, men de kan også overnatte i flere uger. De kommer både med campingvogne og telte, og består ofte af børnefamilier eller par fra den ældre generation.

Der er også en gruppe af friluftsjaktive, som kommer pga. naturen eller deres interesser. Det kan være cyklister, vandrere, spejdere eller kajak- og kanoroer, surfere etc.

Denne gruppe findes både enkeltvis, som familier eller i grupper, der rejser i forbindelse med lejrskole, institutioner eller aktiviteter.

Mange campister tager varer med ind på pladsen, enten hjemmefra eller fra nærliggende butikker, og en stor del af forbruget sker på de enkelte pladser. Det skal campingpladsen i højere grad være rustet til fx sammenlignet med hoteller. Der er bl.a. behov for yderligere kapacitet til affaldshåndtering, vand og strøm ude på pladsen.

Det er ofte de samme varer, som bringes ind på campingpladsen, herunder mad- og drikkevarer. Forbruget af vin, øl og sodavand er oftere højere end i hverdagen hjemme, da camping ofte foregår i ferie og weekender. Antallet af dåser uden pant er større i nærheden af den tyske grænse eller på campingpladser med mange tyskere.

7.6 Gennemgang er udvalgte campingpladser

Der har været en gennemgang og snak med den større Feddet Camping, den mellemstore tema-campingplads Western Camp ved Rødby og den mindre plads Helsingør Camping Grønnehave. Desuden er der i starten søgt råd hos campingeksperter fra henholdsvis Friluftsrådet og Campingstjerner som tidligere hørte under Campingrådet.

- Ordningen skal være simpel, og det eksisterende ansøgningskema er omfattende.
- Der bør være fokus på færdige koncepter og temamateriale, som de kan integrere direkte eller med få justeringer i deres daglige arbejde.
- Gerne forslag til naturaktiviteter på og ved campingpladsen, som ses fra fx Blå Flag.
- Ordningen må gerne bidrage til ERFA-del mellem campingpladserne.
- Navn og logo skal kunne forstås, kendes og give mening for campister.

7.7 Behov for supplerende kriterier

Ovenstående samt en gennemgang af en række campingpladser viser, at det er mange af de samme områder, som pt. dækkes af Green Key kriterier for campingpladser - og derfor godt kan benyttes direkte eller med mindre tilpasninger. Der er også dele, som kun er for hoteller og derfor slettes, og nogle kriterier har camping ikke direkte indflydelse på, hvorfor det kan svares "Ikke indflydelse på" for obligatoriske kriterier, og "Ikke relevant" ved pointkriterierne.

Samlet set vil kriterierne have følgende ændringer:

- Udover de foreslåede kriterier bør der suppleres med en del vedrørende samarbejde med kommunen.
- Krav til servicefaciliteter med køkkendelen og køkkenfaciliteter udvides.
- Større indsats i forhold til samarbejde med og information til campister fx ved at målrettet materiale mod forskellige brugergrupper.
- Campingejerne er ofte mere blæksprutter, som både står markedsføring, økonomi, salg, men ofte også skal stå for at skifte belysning, betjene kunder, rengøre, håndtere betaling, hvorfor der kan være behov for mere konkret hjælp til udvikling af materialer og tilbud.
- Affaldskriteriet og skema skal skærpes og matche med Folketinget nye affaldsaftale indgået i juni 2020.

7.8 Høring blandt eksperter og interessenter

Som nævnt er der søgt råd og viden hos campingeksperter fra henholdsvis Friluftsrådet og tidligere medarbejdere i Campingrådet. Herudover er indhold og ideer fra en række organisationer og campingpladser efterfølgende indarbejdet.

Det betyder ikke, at materialet ikke kan forbedres. Derfor gøres der status i efteråret 2020 efter en række nuværende og potentielle medlemmer er besøgt og organisationer med særligt fokus på camping involveret.

8. Økonomi og gebyr

Udvikling af kriterier samt materiale og møder dækkes af Green Key/HORESTA og senere et Green Camping Sekretariatet.

Besøg på udvalgte campingpladser betales i starten af Gate 21 projekt og Green Key.

HORESTA arbejder på et projekt med Gate21, som kan dække nogle af udgifterne i forhold til arrangementer, screening af stedets miljøforhold, selve mærkningen og promovering.

Green Key for campingpladser har tidligere været gratis, da Campingrådet har dækket udgifterne via campingpas-ordning. Dette er ikke tilfældet mere og indtil ordningen er forbedret har HORESTA dækket omkostningerne og ikke opkrævet gebyr. Det sker med den tilpassede ordning i 2021.

Green Camping vil have et medlemsgebyr som både dækker omkostningerne med ordningen inklusiv besøg, markedsføring mm., men som ikke skræmmer interesserede campingpladser væk. Der foreslås en graduering i forhold til størrelse tilsvarende idrætsanlæg og hoteller.

En brugerfinansiering kan skræmme nogle af de eksisterende campingpladser væk, men kan også bidrage til et øget engagement hos kommende medlemmer.

Det er tanken at sætte tæring efter næring, når ordningen er skudt i gang. Målet er, at ordningen skal hvile i sig selv, så alle omkostninger dækkes. Jo mere succes des flere aktiviteter kan der igangsættes.

Der foreslås følgende niveau for gebyrer:

Store campingpladser <i>Med swimmingpool eller badeland</i>	Kr. 10.000 pr/år
Små og mellem campingpladser <i>Uden swimmingpool eller badeland</i>	Kr. 5.000 pr/år

I deltagergebyret er der afsat penge til kontrolbesøg og forberedelse af materiale på stedet eller via et Skype-møde.

9. Udbredelse af ordningen

For at udbrede ordningen sættes følgende initiativer i gang:

- Udvikling af hjemmeside for denne del som ophæng til eksisterende Green Key
- Udvikling af promoveringsmateriale, som fokuserer på fordele ved medlemskab
- Informationsskrivelse til relevante campingpladser
- Personlig kontakt til primære personer via netværk og styregruppe
- Oprettelse af SusDaneable-netværk
- Informationsmøde – især rettet mod områder, som har mange campingpladser.
- Samarbejde med Campingstjerner og andre campingorganisationer.

De eksisterende medlemmer tages med på råd, men det er vigtigt at indsatsen sker i samarbejde med større campingorganisationer som fx DCU og DK-Camp.

De er sammen med Outdoor Camping Danmark tidligere blevet informeret om ordningen og inviteret til samarbejde.

Logo for Green Camping

Der er udarbejdet et logo, som kendes fra vejskilte med de to mest brugte symboler for camping, men som også signalere en sammenhæng med Green Key og lever op til anbefalinger i bogen "MÆRK DIN FORRETNING".

Her står, at mærker bør være grønne, blå og hvide og runde. Den runde form symboliserer det fuldendte, universet og himlen. Det er et symbol på det vigtigste, det højeste stræben. På solen og månen. Den grønne cirkel signaler også, at det er et afgrænset område, som er mærket, mens teltet og campingvognen som nævnt er et alment anerkendt symbol for campingpladser, som de fleste kender.



Logoet vil ligeledes hænge sammen med andre søsterorganisationer, og der forventes synergi i forbindelse med promoveringen af de forskellige ordninger.

For at indikere sammenhængen med Green Key benyttes følgende i noget af kommunikationen.



GREEN CAMPING

BY GREEN KEY FOUNDERS



10. Tidsplan

Gennemførte aktiviteter 2019-2020	<ul style="list-style-type: none">• <i>Møder med udvalgte campingpladser</i>• <i>Logo og navn på plads</i>• <i>Udarbejdet baggrundsrapport</i>• <i>Udarbejdet forslag til kriterier</i>• <i>Godkendelse af Jury</i>• <i>Høring blandt "campingeksperter"</i>• <i>Information og invitation til samarbejde med DCU, Outdoor Camping Denmark og DK Camp</i>• <i>Tilpasning af kriterier og baggrundsrapporter ud fra tilbagemeldinger</i>• <i>Forbedret campingpladsers profil på Green Key-side</i>• <i>Hjemmeside-del med Green Camping på www.greencamping.dk</i>• <i>Håndtere løbende henvendelser</i>
Kommende aktiviteter sommeren 2020	<ul style="list-style-type: none">• Lancering af Green Camping• Mail og brev til campingpladser• Information og bekræftelse af invitation til samarbejde med DCU, Outdoor Camping Denmark og DK Camp• Hjemmeside-del på plads• Promoveringsmateriale udarbejdet• Udsendelse af nyt materiale• Kommunikation til branchen• Lanceringspakke for Green Camping• Møde og besøg af interesserede campingpladser og eksisterende medlemmer
Efterår 2020	<ul style="list-style-type: none">• Møde og besøg af interesserede campingpladser• Evt. tilpasning af koncept og kriterier
2021	<ul style="list-style-type: none">• Møde og besøg af interesserede campingpladser• Forslag til værktøjskasse for medlemmer

11. Green Camping i forhold verdenen

Det er vigtigt at se mærkningsordningen i forhold til omgivelserne og verden som helhed. Det gøres på tre måder:

1. SWOT - Bilag 1.
2. Set i forhold til FN's Verdensmål - Bilag 2.
3. Tjekliste for mærkningsordninger fra bogen "MÆRK DIN FORRETNING" af Jakob Zeuthen og Lars Ludvigsen - Bilag 3.

1. SWOT

SWOT-analysen indikerer, at der er mange styrker og muligheder ved ordningen, som er værd at afsøge, mens svagheder og trusler vurderes til at være lavere.

2. Set i forhold til FN's Verdensmål

Ordningens indsats for at bidrage til at opnå FN's Verdensmål, opgjort i bilag 3, viser, at det i høj grad står i mål i relation til "det grønne" og miljø, hvor Green Camping har sin ekspertise og kan bidrage.

Opgørelsen viser også, hvad ordningen ikke kan eller skal bidrage med.

3. Tjekliste for mærkningsordninger fra bogen "MÆRK DIN FORRETNING"

Tjeklisten fra bogen giver et servicetjek af Green Camping og det vurderes, at der er et potentiale og behov for ordningen. Den følger overordnet de retningslinjer, som er opstillet for etableringen af et mærke.

Samlet vurdering

Det vurderes at mærket er unikt, har relevans og berettigelse, og at rette ekspertise og netværk er til stede omkring mærker og initiativtager.









Bilag 1 - SWOT om udvidelse til camping

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none">• Campister vil gerne være med til at beskytte det område de camperer i• Øget fokus på bæredygtig turisme• Kortere reaktionstid ved interesse• Direkte rådgivning om bæredygtighed i kontakt med kunder fx arrangører• God kontakt til andre turistvirksomheder, der kan påvirke dem i en bæredygtig retning• Synergi i markedsføring med fordele for nye og eksisterendes mærkede virksomheder og Green Key• Flere mærkede turistvirksomheder• Samarbejde med Blå Flag og Badepunkt	<ul style="list-style-type: none">• Mulighed for få mærkede steder
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none">• Potentiale i forhold til destinationsniveau• På forkant så der ikke opfindes nye mærker og andre mærker ikke går ind på området• International adoption som ved Green Key	<ul style="list-style-type: none">• Hvis andre campinginteressenter ikke bakker op

Bilag 2 - GTO og FN's Verdensmål

Her kan ses, hvordan Green Camping by Green Key(GC) bidrager til opfyldelsen af FN's 17 Verdensmål og hvor ordningen ikke gør.

Mål	Generelt
	Ikke særlig indsats
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Enkelt madspildskriterium, hvis der er spisested på campingpladsen ✓ Spredt økologi og Det Økologiske Spisemærke ✓ Ekstra fokus på mere bæredygtig mad
	Ikke særlig indsats udover at camping og ude aktiviteter ofte er sund og godt for trivslen
	Ikke særlig indsats udover at uddannelse af personale, om miljøforhold og hvordan de bidrager med en bæredygtig indsats i forbindelse med deres arbejde, indgår i kriterierne
	Ikke særlig indsats
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kriterier om vandbesparelse i forbindelse med faciliteter og adfærd ✓ Kriterier om at benytte mindre mængder og mere skånsomme produkter til rengøring ✓ Kriterier om ikke at benytte giftige ukrudtsmidler ✓ Kriterier om brug af postevand og mindre kildevand
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kriterier om at benytte vedvarende energi ✓ Kriterier om energibesparelse i forbindelse med faciliteter og adfærd ✓ Spredt råd og gode cases om energibesparende tiltag til branchen ✓ Kriterier og rådgivning i forbindelse med køb og etablering af nye installationer
	Ikke særlig indsats

<p>9 INDUSTRI, INNOVATION OG INFRASTRUKTUR</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kriterier om brug, og promovning af, offentlig transport
<p>10 MINDRE ULIGHED</p> 	<p>Ikke særlig indsats</p>
<p>11 BÆREDYGTIGE BYER OG LOKALSAMFUND</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kriterier om økologi og brug af sæsonens og lokale produkter ✓ Kriterier om samarbejde med og respekt for lokalområdet ✓ Kriterier om at fremme bæredygtig turisme i området og at flere virksomheder deltager aktivt i det bæredygtige arbejde ✓ Kriterier om at fremme bæredygtig transport
<p>12 ANSVARLIGT FORBRUG OG PRODUKTION</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kriterier som får turister til at vælge og værdsætte bæredygtige løsninger ✓ Kriterier om indkøb ✓ Kriterier om økologi og Det Økologiske Spisemærke ✓ Råd om miljø og energibesparelser ✓ Kriterier om at fremme miljømærkede produkter
<p>13 KLIMA-INDSATS</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kriterier om energibesparelser ✓ Cases til medlemmer om energibesparelser og brug af vedvarende energi ✓ Råd om miljø og energibesparelser
<p>14 LIVET I HAVET</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rådgivning om fisk, som ikke må benyttes ✓ Kriterier om ikke at benytte giftige ukrudtsmidler og rengøringsmidler
<p>15 LIVET PÅ LAND</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fokus på mere bæredygtig mad, hvis det er på pladsen ✓ Kriterier om økologi og brug af sæsonens og lokale produkter ✓ Kriterier og guide til større udbud af naturoplevelser
<p>16 FRED, RETFERDIGHED OG STÆRKE INSTITUTIONER</p> 	<p>Ikke særlig indsats</p>
<p>17 PARTNERSKABER FOR HANDLING</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ SusDaneable-netværk på vej ✓ Spredning af gode råd, løsninger og cases om energibesparelser ✓ Kriterier om leverandører og samarbejdspartnere

Bilag 3 - Tjekliste for mærkningsordninger

Fra bogen "MÆRK DIN FORRETNING" af Jakob Zeuthen og Lars Ludvigsen

Nr.	Tjekliste	Refleksion
1	Er dit emne og formål væsentligt nok til et nyt mærke?	Ja. Initiativtager har forsøgt med Green Key, som ikke er vundet indpas i Danmark, og derfor er der behov for en alternativ og mere målrettet løsning.
2	Afdæk, om det kan lade sig gøre i praksis	Initiativtager har ekspertise og system fra Green Key, og netværk via Friluftsrådet og HORESTA.
3	Findes dit mærke i forvejen	Eksisterende ordninger jf. afsnit 1 er Blomsten, som ikke er udbredt i Danmark og Green Key, som ikke pt. er blevet en succes.
4	Vurdér om et nabomærke kan dække dit emne	Findes allerede i Green Key regi, men det har været for langt fra campingpladsernes behov og derfor tilpasses konceptet.
5	Beskriv formålet med det nye mærke	At få campingpladser til at arbejde med miljøbeskyttelse, og via deres netværk og destinationsarbejde fokusere at fremme bæredygtig turisme og FN's Verdensmål.
6	Identificér de aktører, som er interesserede i at udvikle sammen med dig	Friluftsrådet, Campingstjerner, Dansk Kyst og Naturturisme, Erhvervsakademi Aarhus, DCU og DK-Camp.
7	Identificér interessenter, der kan bidrage med dyb viden om emnet	Friluftsrådet, Campingstjerner, Dansk Kyst og Naturturisme, Erhvervsakademi Aarhus, DCU og DK-Camp.
8	Sørg for at kriterierne defineres og accepteres af relevante interessenter	Kriterierne bygger fortsat på Green Key, som er et anerkendt koncept men er tilpasset i samarbejde med Friluftsrådet. Udvalgte organisationer bliver ligeledes hørt i forhold til kriterierne.
9	Vurdér, hvor meget en licenstag er villig til at betale for at opnå mærket	Før har Green Key og stjerneordningen været gratis via Campingrådet, som finansierede det via campingpas. Samtidig er mange campingpladser mindre enheder, hvorfor gebyret fortsat må holdes forholdsvis lavt.
10	Udvikl det nye mærke på basis af videnskabelige kriterier	Udvikles ud fra anerkendt Green Key koncept og tilpasset ud fra kortlægning af eksisterende virksomheder.
11	Beskriv hvordan det nye mærke bliver oplevet som relevant	Det er det første miljømærke, som er målrettet campingpladser, og hvor camping indgår i navn og logo.
12	Beskriv hvordan du vil inddrage dine interessenter	Kriterierne bygger på Green Key, som er et anerkendt koncept, men er tilpasset i samarbejde med Friluftsrådet, tidligere medlemmer og eksperter indenfor campingområdet. Udvalgte organisationer og Miljøstyrelsen bliver som observatør i Jury ligeledes hørt i forhold til kriterierne.



13	Prioritéer transparens	Ligesom Green Key vil alle procedurer og kriterier blive lagt frem. I starten på: www.green-key.dk og senere på www.greencamping.dk
14	Sørg for at udvikle en skudsikker tredjepartsstrategi	Konsulent fra initiativtager vil besøge og gennemgå ansøgere, og en ekstern jury vil stå for selve godkendelsesdelen. I Juryen sidder Friluftsrådet (grøn ngo) og HORESTA (brancheorganisation) samt Miljøstyrelsen som observatør. Hvert andet år vil arbejdet blive gennemgået af ekstern auditor.
15	Sørg for at det nye mærke opnår høj markedsværdi	Det sker via samarbejde med relevante organisationer.
16	Lav en plan for at skabe opmærksomhed om mærket	Se afsnit 9 i dette dokument.
17	Indret din organisering efter om dit mærke er nationalt eller globalt	Mærket starter som nationalt, dansk mærke ligesom Green Key, der nu findes i over 55 lande og på knap 3.000 virksomheder. Initiativtager vurderer, at der et internationalt potentiale.
18	Definér serviceniveauet over for de virksomheder, der skal bruge mærket	Samme niveau som Green Key med sekretariat og konsulent, der hjælper virksomhederne og har udviklet en omfattende værktøjskasse med materiale til at understøtte det bæredygtige arbejde.
19	Overvej fordele og ulemper ved at søge officiel anerkendelse af mærket	Initiativtager skønner ikke, at det er relevant på nuværende tidspunkt, men holder muligheden åben.
20	Vurdér dit mærkes position med Butterfly	Som nyt og specialiseret mærke vil kendskabsgraden især i starten være lav men servicen høj. Troværdigheden vurderes at ligge på middelniveau med høj transparens, netværk, relevans og seriøs godkendelse- og kontrolprocedure.
21	Sørg for at mærket ikke medvirker til at skabe forvirring	Navnet er meget entydigt og bliver en del af en familie med mærker, som er målrettet de forskellige områder.
22	Sørg for at mærket ikke overdriper sin værdi	Navnet er meget entydigt med fokus på camping. Mærket foregiver bevidst ikke at handle om bæredygtighed og social ansvarlighed, som er mere brede begreber og hvor initiativtager ikke har sin spidskompetence og ekspertise.
23	Navngiv dit mærke, så det ikke lover for meget	Navnet er meget entydigt med fokus på camping. Mærket foregiver bevidst ikke at handle om bæredygtighed og social ansvarlighed, som er mere brede begreber og hvor initiativtager ikke har sin spidskompetence og ekspertise.