

CampingImpulse 6-21

Das ManagerMagazin für innovative Camping-Unternehmer

Report: 15. Bayerischer Campingtag International

Netzwerken – Altes und Neues verbinden



Interview: Peter Eich, Gründer des Bundesverbands Microcamping

Ratgeber: Investitionsgüter mieten statt kaufen

Durchblick: Das soll den Klimawandel stoppen



Liebe Leserinnen und Leser,

im November fanden tatsächlich wieder zwei Campingtage statt – einer im Süden und einer im Norden. Nach einem Jahr Pause so etwas wie Normalität? Mitnichten. Beide Veranstaltungen standen unter pandemischer Beobachtung und bis zum Beginn auf Messers Schneide. Während die Bayern von Anfang an auf klein, aber fein gesetzt hatten, wollten die Norddeutschen das volle Programm und haben es auch durchgezogen. Vorbildlich muss man sagen, sowohl in Magdeburg wie in Bad Birnbach wurden die Vorschriften mehr als beachtet. Wenngleich beim Schreiben dieser Zeilen nicht feststand, ob es Spreader-Events wurden. Mit heißer Nadel gestrickt, können wir Ihnen in dieser Ausgabe aber noch den Report zum Bayerischen Campingtag International anbieten. Der Norddeutsche Campingtag wird dann in der CampingImpulse 1/2022 aufgearbeitet.

Der bayerische Campingtag widmete sich dem Thema Elektromobilität, da Ecocamping dort auch seine Bayerische Mobilitätsoffensive beendete. Durchaus ein wichtiges Thema, wenngleich das Caravaning noch lange mit dem Verbrenner leben muss oder es wandelt sich zurück zum Zeltcamping – was ich nicht glaube. Darüber hinaus wurde das Thema Leitpreis statt Vergleichspreis hoch aufgehängt. Da hängt es aber schon seit der Erfindung der Camping-Cheques – oder noch länger? Mit der neuen Buchbarkeitsoffensive wird sich hier aber eh was ändern. Erste Plätze arbeiten schon mit dynamischen Preisen, die sich je nach Andrang am Platz verändern.

Es bleibt spannend und wir wünschen viel Spaß bei der Lektüre der letzten Ausgabe 2021.

Ihr
Raymond Eckl
Chefredakteur

Inhalt

		Seite
INTERVIEW	Peter Eich, Gründer des Verbands Microcamping	4
MAGAZIN	Neues aus der und für die Branche	6
PANORAMA	Das machen die Anderen	10
REPORT	Das brachte der 15. Bayerische Campingtag International	14
FIRMENPORTRÄTS	Diese Hersteller und Dienstleister empfehlen sich	21
RATGEBER	So klappt die Work-Life-Balance	32
	Sichere Löschanlagen für Verteilerschränke	33
	Alle Versicherungen im Jahresendcheck	34
	So kommen Daten in die Cloud	35
	Tipps am Bau zum Selbermachen	36
	Investitionsgüter mieten statt kaufen?	38
	Neue Markisen und deren Technik	40
EINBLICK	Campkit will Campingplätze digitalisieren	42
DURCHBLICK	Dena-Studie zum Klimawandel	44
WEITBLICK	Etwas für die Umwelt tun	48
STANDPUNKT	Stefan Thurn zum Thema Mobilheime	50
NEUE PRODUKTE	Alles für den Platz	51
ÜBERBLICK/IMPRESS.	Wer liefert eigentlich E-Nutzfahrzeuge?	56

Eine neue Chance?

Der Unternehmer Peter Eich gründete den Bundesverband Microcamping, um Wildcamper aus dem Wald zu locken und in feste Strukturen zu holen.

Interview: Rainer Schneekloth

CI: Sie sind als Seriengründer bekannt geworden, haben Firmen etabliert und erfolgreich verkauft. Was hat Sie bewogen, den Bundesverband Microcamping zu gründen?

Peter Eich: Ich habe über ein Dutzend erfolgreicher Firmen im Tourismus gegründet, und jedes Mal begann es damit, dass ich ein ungelöstes Problem lösen wollte. So ist es auch hier. Als ich 2019 auf dem Caravan Salon einen ganzen Tag damit verbracht habe, auf jedem Stand der Hersteller das jeweils größte Poster zu fotografieren, da habe ich erkannt, dass sämtliche Hersteller in ihrer Bildsprache eine Freiheit versprechen, die es in der touristischen Realität gar nicht geben kann. Der VW Bus steht dort immer in einer Blumenwiese oder direkt am Strand, aber nie auf einem Campingplatz. Mit StayFree betreibe ich selber eine App, die sich an Wildcamper wendet, und wir versuchen darin die Wildcamper in ihrem Verhalten zu erziehen. Durch die CleanUps dokumentieren Nutzer darin tausendfach, wie sie ihren Platz sauberer hinterlassen als sie ihn vorgefunden haben. Das geht zwar in die richtige Richtung, aber es ist nur ein viel zu kleiner Tropfen auf den heißen Stein. Wir müssen das Wildcamping deutlich reduzieren. Die Lösung: Microcamping. Um die noch junge Branche des Microcamping in genau diese Richtung zu formen, habe ich diesen Verband gegründet. Denn ich habe Angst, dass sich einzelne Player sonst eher als eine Konkurrenz zu Campingplätzen positionieren, obwohl sie das gar nicht sind. Tatsächlich kann das Microcamping das vielleicht dringendste Problem im Camping-Tourismus lösen, indem es die Wildcamper zurückholt in die touristischen Strukturen und damit zugleich die Zahl der Stellplätze erhöht.

CI: Microcamping, so sagen Sie, sei die dringend nötige Alternative zum Freistehen, zumal die Zahl der Stell- und Campingplätze sehr viel langsamer wächst als die Zahl der zugelassenen Wohnmobile. Ist der Übergang zum Wildcampen da nicht fließend?

Eich: Genau, die Zahl der Wohnmobile wächst viel schneller als die Stellplatzkapazitäten. Die Folge sind überfüllte Destinationen, frustrierte Camper und die Flucht ins Wildcamping. Eine große Gefahr auch für die traditionelle Campingwirtschaft sehe ich darin, dass wir wieder viele Camper verlieren, weil sie den Spaß an ihrem Hobby verlieren. Das Besondere am Microcamping ist, dass es geordnet und bezahlt abläuft wie auf einem Stell- oder Campingplatz, aber gleichzeitig in der Bildsprache eher dem Wildcampen ähnlich ist. Genau das ist die Chance, um die Wildcamper „aus dem Wald“ zu locken und in feste Strukturen zu holen, die ein nachhaltiger Tourismus braucht. Das Microcampen ist für ehemalige Wildcamper also der erste Schritt zurück in Richtung Camping- und Wohnmobilstellplätze.

CI: Wie reagieren die Campingbranche bzw. die Landesverbände auf Ihre Initiative?

Eich: Meine bisherigen Gespräche waren geprägt von kritischer Neugier. Und sobald man der Campingbranche zeigt, dass Microcamping das immer größer werdende Problem des Wildcampens

lösen kann, entstehen Verständnis und Unterstützung. Und genau diese Kommunikation ist eine der Aufgaben des Verbandes.

CI: Sind Caravaner und Van-Besitzer außen vor, weil die Ver- und Entsorgungsmöglichkeiten eher mau sind?

Eich: Es gibt kaum noch Vans ohne Toilette und Dusche. Und die einzelnen Plätze haben oft Kriterien, wie „nur mit eigenem WC erlaubt“. Und es fällt ja auf, dass Kastenwagen auf den Campingplätzen viel zu selten zu finden sind. Man muss sich fragen: Wo schlafen die eigentlich alle? Und in der Folge: Wie bekommen wir sie aus dem Wald raus? In Gütenbach im Schwarzwald bauen wir daher gerade ein Modellprojekt gemeinsam mit der Gemeinde auf, das eine zentrale Ver- und Entsorgung im Ort kombiniert mit Microplätzen im Umfeld. So kann jeder bei seiner An- und Abreise die Toilette und die Tanks ordnungsgemäß und kostenlos leeren und wieder füllen. Die größeren Destinationen sind schon jetzt sehr neugierig darauf, dieses Modell mit uns in der Fläche zu skalieren.

CI: Sie sind im Verbund mit sieben Partner, darunter auch der ADAC. Welche Rolle spielt denn der Automobilclub, der ja eher auf der Seite der Campingplätze einzuordnen ist?

Eich: Unser Verband ist noch ganz jung und wächst gerade. Der ADAC hat damals mit dem Start von PiNCAMP frischen digitalen Wind in die Branche gebracht. Das war für mich der Grund, die Entscheider bei ADAC Camping anzusprechen. Innerhalb von wenigen Tagen habe ich die Zusage bekommen, dass der ADAC unseren Verband unterstützt. Diese Geschwindigkeit schätze ich. Die konkrete Rolle des ADAC im Verband wird sich im Laufe der Zusammenarbeit finden. Für mich zählt der Wille des ADAC, sich mit Innovationen erst einmal positiv auseinander zu setzen und damit die Entwicklung des Ökosystems Camping zu fördern. Darum hoffen wir auf Unterstützung von weiteren Playern der Camping-Branche, damit wir das Problem des Wildcampens und der zu geringen Anzahl von Stellplätzen gemeinsam lösen können.

CI: Wie viele freie Plätze hat Ihr Verband mittlerweile gelistet und wie schätzen Sie die Entwicklung ein? Haben wir in fünf Jahren die ultimative Alternative zu den niederländischen Mini-Camps?

Eich: Ich wüsste gerne, was genau in fünf Jahren sein wird. Das weiß aber keiner, und es hängt vor allem von dem ab, was wir in der Zwischenzeit tun. Zum Ende der Saison 2021 haben wir in der Summe bereits über 3.000 Stellplätze. Die genaue Anzahl kennt aber niemand, weil die Abgrenzung schwer ist und eben noch niemand versucht hat, das touristisch zu erfassen und zu professionalisieren. Genau dafür haben wir den Verband gegründet.

Was am Ende entstehen wird, hängt wie überall davon ab, was die Kunden wollen. Und der typische Fahrer eines Kastenwagens, der noch nie auf einem Campingplatz war, hat ein Bedürfnis, das wir ernst nehmen müssen. Erst dann können wir ihn sanft in professionelle touristische Bahnen lenken.

KONTAKT: Bundesverband Microcamping, Peter Eich, <https://microcamping.de>

Neue Leitsterne

Drei Tage traf sich die Campingwirtschaft im niederbayerischen Bäderdreieck zu ihrer wichtigsten Weiterbildungsveranstaltung im süddeutschen Raum. Schwerpunktthema war die Elektromobilität, aber auch die digitale Gästelenkung, die Wirtschaftlichkeit von Campingplätzen und Rechtsfragen wurden beleuchtet. Alles unter dem Einfluss der vierten Corona-Welle.

☞ Virtuell oder Präsenz? Lange war die Frage offen, wie der 15. Bayerische Campingtag stattfinden würde. Klar war, dass nach Bad Windsheim und Lindau das Bayerische Bäderdreieck Austragungsort werden würde. Die Campingplätze Kur-Gutshof-Camping Arterhof, Camping Holmernhof und der Kur- und Feriencamping Holmernhof Dreiquellenbad hatten in Person von Christiane Sigl und Johann Köck längst ihren Hut in den Ring geworfen, um die Veranstaltung zu unterstützen.

Der Veranstalter Camping in Bayern Service & Marketing GmbH mit dem Koordinationsteam rund um Carmen Schütz-Kegel, aber auch die Moderatoren Marco Walter und Iris Schreiber von Ecocamping hatten lange gebangt. Klar war, es muss ein coronakonformes Konzept her, das auch steigenden Inzidenzzahlen standhalten kann. Maximal 100 Teilnehmer, ein 3G-Konzept und eine Ausstellung nur im Außengelände sollten die Eckpfeiler bilden. Herausgekommen ist eine Hybridveranstaltung, der sowohl in Präsenz, wie am heimischen Monitor beigewohnt werden konnte. Mit dem Campingtag unterwegs, dem dritten Teil der E-mobilen Erlebnisreise von Ecocamping, war ein Leitthema geschaffen. Zuvor stand aber die Besichtigung der Campingplätze auf dem Programm.

Der Campingtag steht schon immer unter dem Motto: Voneinander lernen. Dafür besuchten die Campingunternehmer die Betriebe der Kollegen, schließlich sind die Campingplätze in Bad Füssing und Bad Griesbach bayerische Öko-Spitzenreiter. Der Campingplatz Holmernhof in Bad Füssing ist unter anderem dafür bekannt, dass er Wärme und Strom vollständig aus eigenen erneuerbaren Energien erzeugt. Dazu nutzt er Solartechnik, vor allem aber ein Holzhackschnitzel-Blockheizkraftwerk. Der Kur- und Feriencamping Holmernhof Dreiquellenbad in Bad Griesbach setzt ganz auf Gesundheitstourismus. Er gehört zudem zu den Leading Campings of Europe, einem Zusammenschluss führender Plätze in Europa. Beide Campingplätze gehören zu den bayerischen Ecocamping-Pionierplätzen, da sie seit 18 Jahren diese Auszeichnung ununterbrochen tragen.

Ecocamping für zwei Plätze

Komfort und Nachhaltigkeit sind in Niederbayern kein Widerspruch. Die beiden Campingplätze Campingplatz Holmernhof in Bad Füssing und Kur- & Feriencamping Holmernhof Dreiquellenbad in Bad Griesbach bewiesen, dass ein komfortabler Campingur-



Der Bayerische Campingtag International „Elektrisch unterwegs & smart“ wurde heuer im niederbayerischen Bäderdreieck abgehalten.

Alle Fotos: Dieter Kegel

laub mit einem guten Umweltbewusstsein machbar ist. Für beide Campingplätze konnte die Familie Köck die Kriterien für das ambitionierte EU Ecolabel erfüllen. Anlässlich des 15. Internationalen Bayerischen Campingtags wurde die Auszeichnung an die beiden ersten Campingbetriebe in Bayern verliehen.

Das EU Ecolabel ist der in der gesamten EU gültige Weg für Betriebe, welche sich in Fragen des Umweltschutzes als Spitzenreiter beweisen wollen. Das Europäische Umweltzeichen wird für viele Produkte und Dienstleistungen vergeben, un-

ter anderem seit 2018 auch für Beherbergungsbetriebe wie Hotels und Campingplätze. 22 Musskriterien und 46 fakultative Kriterien gilt es dabei zu erfüllen. Darunter fallen beispielsweise der betriebliche Kohleausstieg und die ausschließliche Nutzung von Ökostrom. Aber auch Einsparungspotenziale sind auszuschöpfen. So sind beispielsweise LED-Beleuchtung und wassersparende Duschköpfe vorgeschrieben.

Überreicht wurden die Auszeichnungen von Henning Scholtz, der im Auftrag des Umweltbundesamts und der EU Kommission bei der RAL gGmbH für das EU Ecolabel verantwortlich ist. Scholtz ist zudem Leiter von RAL-Umweltzeichen. „Das EU Ecolabel wurde in den letzten Jahren an neue Anforderungen angepasst und ist so noch nachhaltiger. Ich freue mich, dass in Bayern die ersten beiden Campingplätze das erfolgreich umgesetzt haben. Und ich hoffe natürlich, dass bald weitere dem guten Beispiel folgen.“

Groß war die Freude auch bei Elke und Hans Köck, Inhaber der beiden Campingplätze. Sie haben neben den betrieblichen Verbesserungen des Umweltschutzes auch die Gäste im Blick: „Das EU Umweltzeichen ist für unsere umweltbewussten Gäste ein entscheidendes Kennzeichen für die Auswahl ihres Urlaubsdomizils. Wir merken deutlich, dass Umweltschutz für immer mehr Camper wichtig ist.“

Das engagierte Unternehmen wird bei der Entwicklung ihres Nachhaltigkeitsmanagements seit vielen Jahren von Ecocamping begleitet. „Seit über 18 Jahren arbeiten wir konsequent an der Verbesserung der Umweltbilanz der beiden Campingplätze. Camping Holmernhof konnte so bereits 2014 mit dem neuen Biomasse-Heizkraftwerk die CO₂-Bilanz deutlich verbessern und wurde als „Klimafreundlicher Campingplatz“ ausgezeichnet. Mit der Verleihung des EU Ecolabels zeigen die Köcks einmal mehr, dass komfortabler Campingurlaub mit geprüftem Umweltschutz den steigenden An-

Gut versichert

Zum Jahreswechsel laufen viele wichtige Versicherungen aus. Da ist es sinnvoll, mal wieder alles durchzuchecken. Worauf Unternehmen achten müssen, um immer richtig abgesichert zu sein.

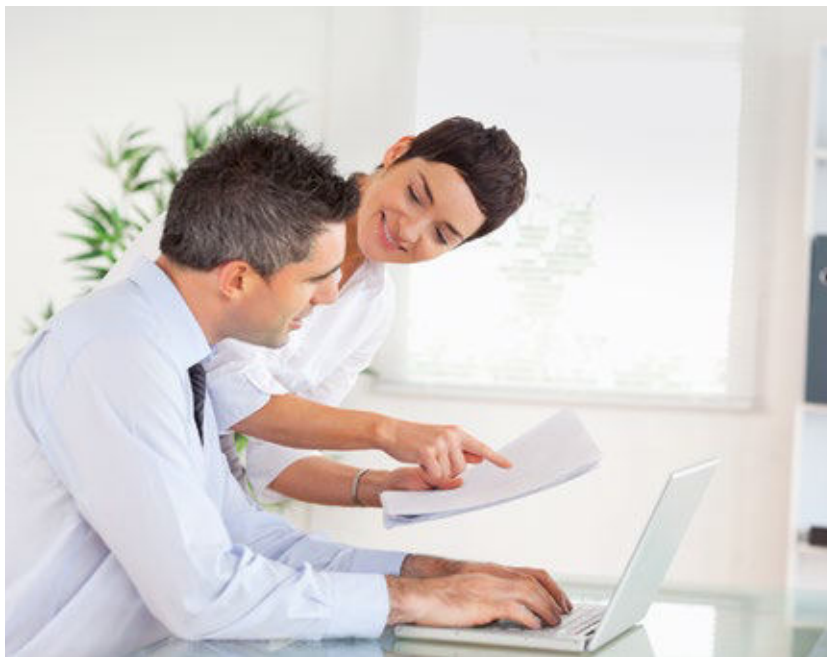
☞ Die Corona-Krise hat die Wirtschaft nachhaltig verändert: Zunehmende Digitalisierung, vermehrtes Homeoffice sowie wirtschaftliche Herausforderungen haben zu großen Veränderungen geführt. Manche Betriebe mussten sich verkleinern, andere sind gewachsen oder haben sich komplett neu ausgerichtet. Was viele Unternehmen bei betrieblichen Veränderungen außer Acht lassen: Passt das Versicherungsportfolio noch zum Unternehmen? Volker Helmhagen, Leiter Produkt- und Marktmanagement bei der Nürnberger Versicherung, rät, den Jahreswechsel für eine ausführliche Bestandsaufnahme zu nutzen, und informiert, worauf es beim jährlichen Versicherungscheck zu achten gilt.

Bestandsaufnahme im Policenordner

Egal um welche Art von Gewerbeversicherung es sich auch handelt: In den meisten Fällen werden die Policen einmal abgeschlossen und fristen dann ein Schattendasein. Doch das kann unter Umständen existenzbedrohend sein. „Wer bei einem Schadensfall nach Jahren erstmals wieder die Versicherungsunterlagen hervorholt, muss schlimmstenfalls feststellen, dass der entstandene Schaden nicht abgedeckt ist“, so Volker Helmhagen. Denn laut dem Experten der Nürnberger Versicherung kommt es häufig vor, dass Versicherungssummen nicht mehr dem Bedarf entsprechen, weil eine Fehleinschätzung des notwendigen Schutzes vorliegt, sich der Schutz nicht an der aktuellen Unternehmenssituation orientiert oder Deckungssummen beispielsweise unbegrenzte Selbstbehalte haben. Der jährliche Versicherungscheck ist daher ein Muss, um Risiken zu identifizieren, Deckungslücken zu erkennen und den Versicherungsschutz anzupassen.

Welche Versicherungen sind überhaupt nötig?

Ob ein Betrieb ausreichend abgesichert ist, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Vor allem gilt: Nicht jedes Unternehmen braucht jede Versicherung. „Daher ist es wichtig, je nach Branche und individueller Gefahrenlage den passenden Versicherungsschutz zu identifizieren“, weiß Volker Helmhagen von der Nürnberger Versicherung. Ein Muss für jeden Betrieb ist jedoch eine Betriebshaftpflichtver-



Einmal im Jahr ist Überblick gefragt. In der Anpassung der verschiedenen Policen liegt für Campingunternehmen ein enormes Einsparpotenzial.

Foto: ClipDealer

sicherung. Denn trotz aller Sorgfalt und Vorsicht kommt es im Arbeitsalltag zu Fehlern. So sind Sach- und Personenschäden abgedeckt, Schmerzensgeld und Behandlungskosten werden übernommen. Im Rahmen des ProfiLine Unternehmensschutzes ist die Betriebshaftpflichtversicherung beispielsweise auf 13 Zielgruppen individuell zugeschnitten und bietet einen branchenspezifischen Schutz. Auch auf eine Geschäftsinhaltsversicherung sollten Betriebe keinesfalls verzichten: „Sie deckt alle Gegenstände ab, die für den

Betrieb nötig sind, zum Beispiel Waren und Vorräte, IT-Infrastruktur, Maschinen oder die technische Ausstattung, und zwar unabhängig davon, ob die Gegenstände in Firmenbesitz oder geleast sind“, erläutert der Experte. Abhängig von der jeweiligen Branche kann für Produktionsbetriebe eine Maschinenbruchversicherung sinnvoll sein. Für Betriebe mit einem eigenen Fuhrpark lohnt sich zusätzlich eine Flottenversicherung.

Passen bestehende Policen noch zum Unternehmen?

Auch wenn Versicherungen vor Jahren bedarfsgerecht abgeschlossen wurden, sollten sich Unternehmen jetzt nicht in Sicherheit wiegen. Denn: „Wurden beispielsweise neue Produktionshallen errichtet oder neue Mitarbeiter eingestellt, hat sich der Fuhrpark verdoppelt oder wurde die IT-Ausstattung modernisiert, passt der einmal abgeschlossene Versicherungsschutz unter Umständen nicht mehr zur aktuellen Situation“, weiß Volker Helmhagen. Kommt es dann zu einem Schaden, können Betriebe schnell unterversichert sein. Aber auch das Gegenteil ist zu beachten: Mussten sich Betriebe aufgrund der Corona-Pandemie beispielsweise verkleinern, sind sie gegebenenfalls sogar überversichert. In der Anpassung der Police liegt daher für Unternehmen ein enormes Einsparpotenzial. Der Nürnberger Versicherungs-Check Gewerbe bietet beispielsweise eine Rundum-Unterstützung, um den individuellen Bedarf eines jeden Unternehmens zu erfassen und zu prüfen.

KONTAKT: Nürnberger Versicherung, Volker Helmhagen, Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg, Tel.: 0911/531-5, info@nuernberger.de, www.nuernberger.de

Tipps am Bau fürs Selbermachen

Keller dämmen, Fliesen verfugen oder Bodenbeläge neu beschichten – klingt aufwendig, kann aber auch im Do-it-yourself bewältigt werden.

Von Raymond Eckl

☞ Wer nicht immer gleich Handwerker zur Verschönerung oder Verbesserung der Platzinfrastruktur beauftragen will, macht es selbst – sofern möglich. CI gibt dazu aktuelle Tipps.

Kellerdämmung

Um den Keller als vollwertige Räumlichkeit für Gäste nutzen zu können, muss er ausreichend wärmegeämmt sein. Dabei geht es nicht nur darum, Heizenergieverlusten vorzubeugen, sondern auch ein Auskühlen der Kellerwände zu verhindern. Denn die Luftfeuchtigkeit kondensiert dort, wo es am kältesten ist – und wenn das die Kellerwände sind, werden sie feucht und die Schimmelgefahr steigt. Deswegen wird heute bei Neubauten die sogenannte Perimeterdämmung eingesetzt. Gemeint ist damit die Dämmung der erdberührenden Bauteile, also der Kelleraußenwände, des Kellerfußbodens und des Fundaments. Und zwar wird von außen eine Art wärmende Hülle installiert, die den Wärmeverlust reduziert und durch warme Oberflächen



Foto: Lady/DIYPixabay

Kleine Arbeiten auf dem Campingplatz werden gern selbst gemacht, was mit dem richtigen Material auch meist gelingt.

die Feuchte- und Schimmelgefahr auf den Raumseiten verhindern. Das erhöht nicht nur den Wohnkomfort im Souterrain, sondern sichert ein gesundes Raumklima und beugt Bauschäden vor. Für die Wärmedämmung der erdberührenden Bauteile haben sich Platten aus extrudiertem Polystyrol-Hartschaum (XPS) bewährt. Das Material lässt sich leicht verarbeiten und widersteht hohen Druckbelastungen, weswegen XPS sogar unter lastabtragenden Gründungsplatten eingesetzt werden kann. Auch Bodenfeuchte oder Grundwasser schaden dem verrottungsbeständigen

Dämmstoff nicht, sodass die wärmedämmenden Eigenschaften erhalten bleiben, selbst bei Frost oder Tauwetter.

Für feine Fugen

Fliesen sind langlebige und pflegeleichte Alleskönner. Für die Terrasse sind sie ebenso geeignet wie für Innenräume. Neben der Fliese

Grafik/Foto: Ursula/uxn



Um den Keller auch als Wohnraum nutzen zu können, empfiehlt es sich, alle erdberührenden Bauteile von außen zu dämmen. Das beugt Feuchtigkeit im Untergeschoss vor und sorgt für ein angenehmes Raumklima.



Mieten statt kaufen

*Leasing oder Mietkauf sind ein alter Hut.
Heute ist Contracting das Zauberwort – aber was steckt dahinter?*

☞ Jeder Campingunternehmer hat schon irgendwann mal etwas gemietet oder geleast. Da sind die Basics klar. Die Bank oder eine Leasinggesellschaft sind der Partner bei der finanziellen Abwicklung. Contracting geht einen Schritt weiter und wird beim Autoleasing bereits als ganz normal angesehen, denn hier ist Rundum-Service leicht nachvollziehbar – keine Reparaturkosten, keine Servicekosten. Ganz allgemein bezeichnet Contracting aber eine Kooperationsform zwischen Contractingnehmer und einem Contractinggeber. In der Anwendungsform des Liefer-, Anlagen-, Energie- oder Wärme-Contractings bezieht sich der Begriff auf die Bereitstellung bzw. Lieferung von Betriebsstoffen (Wärme, Kälte, Strom, Dampf, Druckluft usw.) und den Betrieb zugehöriger Anlagen. Im Bereich der Personaldienstleistungen bezeichnet Contracting auch die Bereitstellung freiberuflicher Mitarbeiter – aber das soll eine andere Geschichte sein. Im Fall eines Campingplatzes ist Contracting meist mit Erneuerung der Anlagen und der Energielieferung verbunden.



Moderne Technik schont die Umwelt. Um hohe Investitionen zu vermeiden, kann sie gemietet werden. Das sogenannte Contracting deckt gegen monatliche Zahlungen Wartungs- und Reparaturkosten ab.

Fotos: German Contract/welcomia/123rf

gen zur Miete. Die Laufzeit beträgt zwischen zehn und 20 Jahre, ein Rundum-sorglos-Paket beinhaltet dabei alles von der Anmeldung über Versicherung, Inbetriebnahme, Wartung und ggf. Reparatur. Besonders vorteilhaft ist, dass der Photovoltaikstrom nicht nur dem direkten Eigenverbrauch dient, sondern sich auch speichern lässt. So kann auch dann eigener Strom genutzt werden, wenn die PV-Anlage keinen Strom liefert. Eine Photovoltaik-Anlage mit einer Erzeugungskapazität von ca. 5.400 kWh-Stunden pro Jahr kostet je nach Region zwi-

schen 8.000 und 9.000 Euro inklusive Einbau. Für einen Stromspeicher kommen dann nochmal 7.000 bis 12.000 Euro dazu. Für eine monatliche Pauschale pachtet der Campingunternehmer eine Photovoltaik-Anlage. Spezialisierte Anbieter wie German Contract übernehmen in Zusammenarbeit mit einem Fachbetrieb die Installation. Sämtliche Reparaturen und Wartungen sind durch die Pauschale abgedeckt. Dazu kommt das unbezahlbar gute Gefühl, mit selbst erzeugtem Ökostrom einen Beitrag zum Erreichen der Klimaziele zu leisten.

Contracting in Beherbergung und Gastronomie

Moderne Heiztechnik kann den Energieverbrauch senken und damit die Betriebskosten. Mit Contracting können technische Anlagen erneuert werden, ohne eigenes Kapital zu investieren. Dazu liefern die Partner einen professionellen Rundum-Service, der Zeitrressourcen freigibt. Zeit, die für andere Aktivitäten verwendet werden kann. Sollte die Heizungsanlage tatsächlich einmal ausfallen, registriert der Contractingpartner dies durch eine systemgestützte Fernüberwachung schon lange bevor die Störung von den Gästen bemerkt wird. So genießt der Kunde beim Contracting umfassend energieeffiziente Wärmeversorgung des Betriebes bei voller Kostenkontrolle.

Bei Voll-Service-Contracting-Modellen wie sie German Contract anbietet, wird beispielsweise die alte Heizung samt Tank demontiert und durch eine saubere Alternative ersetzt. Dank langjähriger Vollgarantie und dem Rundum-sorglos-Service kann der Campingunternehmer sicher sein, dass die Heizung über die gesamte Mietdauer funktioniert. Mit Wartungs- oder Reparaturkosten muss nicht gerechnet werden – die trägt der Contracting-Partner. Zur Auswahl stehen Gas- und Ölheizungen sowie Wärmepumpen. Dabei profitieren die Nutzer jetzt auch von der Bundesförderung für effiziente Gebäude (BEG), denn in speziellen Flatrate-Paketen sind seit dem 1. Januar 2021 auch die BEG-Fördermittel berücksichtigt. Besonders lohnenswert ist der Wechsel zu einer Wärmepumpe, wenn ein neues Energiesystem benötigt wird. Neu sind außerdem Photovoltaikanla-

Rechtliche Grundlagen

Die Ausführungen beziehen sich in Deutschland auf bundesdeutsches Recht. In der Regel wird zwischen Contractor und Contractingnehmer ein Liefervertrag über das zu liefernde Medium geschlossen, z. B. ein Wärmeliefervertrag und ein Pacht- und Gestattungsvertrag, sofern der Contractor eigene Anlagen auf fremden Grund errichtet oder einbringt. Grundlagen hierfür sind unter anderem das BGB und die Verordnung über allgemeine Bedingungen für die Versorgung mit Fernwärme (AVBFernwärmeV) des Bundesministers für Wirtschaft vom 20. Juli 1980 (BGBl. I S. 742), geändert durch die Verordnung zur Änderung der energiesparrechtlichen Vorschriften vom 19. Januar 1989 (BGBl. I S. 112). Um die Rechte zu sichern, werden in der Regel Dienstbarkeiten oder Bürgschaften verwendet.

Kosten Wärmecontracting

Bei Thermondo gibt es eine Beispielrechnung für eine zehnjährige Vertragslaufzeit einer Gasheizung: 4.300 Euro für die neue Heizung und ihre Montage bei 120 Monaten Laufzeit macht eine monatliche Rate von 36 Euro. Diese fixe monatliche Pauschale für die Bereitstellung der Technik nennt sich Wärmegrundpreis.

Beim Energiespar-Contracting erfolgt die Vergütung des Contractors aus einer Beteiligung an der Energiekosteneinsparung. Wird die

So stoppen wir den Klimawandel

Die Deutsche Energie-Agentur dena liefert energie- und klimapolitisches Fundament für die zukünftige Bundesregierung, um den Klimawandel zu stoppen. Dabei kommt Deutschland eine Vorreiterrolle zu. Nun wurde der Abschlussbericht zur Leitstudie veröffentlicht.

☞ Nach 17 Monaten intensiver Arbeit mit einem breiten Kreis von Akteuren hat die Deutsche Energie-Agentur (dena) Anfang Oktober den Abschlussbericht der Leitstudie *Aufbruch Klimaneutralität* veröffentlicht. Zehn wissenschaftliche Institute haben dazu ihre Expertise eingebracht und mehr als 70 Unternehmen ihre Branchenerfahrungen und Markteinschätzungen gegeben, ebenso ein 45-köpfiger Beirat mit hochrangigen Expertinnen und Experten aus Wissenschaft, Politik und Gesellschaft. Sie haben gemeinsam untersucht, welche Technologiepfade aus heutiger Perspektive realistisch sind und welche Rahmenbedingungen es braucht, um diese bis 2045 in einem integrierten klimaneutralen Energiesystem in Deutschland zu realisieren. Dabei wurden konkrete Lösungssätze und CO₂-Reduktionspfade für einzelne Sektoren analysiert und identifiziert. „Weiter so ist keine Option – Energiewende und Klimapolitik müssen besser organisiert, das historische Kleinklein überwunden werden“, erklärt Andreas Kuhlmann, Vorsitzender der Geschäftsführung der dena.

Vier Säulen für Klimaneutralität

Die dena-Leitstudie zeigt anhand eines zentralen Szenarios (Szenario Klimaneutralität 100, KN100) wie die Sektorziele im Jahr 2030 und Klimaneutralität im Jahr 2045 erreicht werden können – welche Energieträger und Technologien in welchen Mengen benötigt werden sowie die dafür notwendigen transformatorischen Veränderungen. Um Klimaneutralität zu erreichen, ist aus technologischer Betrachtung eine Vier-Säulen-Strategie erforderlich: Die Erhöhung der Energieeffizienz ist eine wesentliche Maßnahme in allen Verbrauchssektoren, insbesondere in der Industrie und im Gebäudesektor. Für den umfassenden direkten Einsatz von erneuerbaren Energien ist in vielen Anwendungsbereichen neben der Energieeffizienzverbesserung eine breite und deutlich beschleunigte Elektrifizierung eine Grundvoraussetzung. Neben Strom werden erneuerbare gasförmige und flüssige Energieträger und Rohstoffe benötigt. Als vierte Säule braucht es technische und natürliche CO₂-Senken. „Wir werden nicht alle Emissionen vermeiden können, insbesondere in der Landwirtschaft und der Industrie. Daher muss die zukünftige Bundesre-



*Die dena-Leitstudie *Aufbruch Klimaneutralität* verfolgt – wie die erste dena-Leitstudie aus dem Jahr 2018 – systemisch einen integrierten Ansatz.*

Foto: dena

gierung schnell eine Strategie für den Ausbau vorhandener und die Erschließung neuer natürlicher und technischer Senken entwickeln“, so Kuhlmann. „Diese vier Säulen haben unterschiedliche zeitliche Perspektiven. Ihnen allen ist gemein, dass sie erhebliche Anstrengungen in den Aufbau der Infrastrukturen bedürfen. Das gilt für Strom, Gas, Wasserstoff, Wärmenetze und CO₂ in gleicher Weise wie für die Verkehrsinfrastruktur, die Digitalisierung

und die administrative Infrastruktur, gegenwärtig eine der Hauptblockaden für das Aufnehmen neuer Dynamik“, so Kuhlmann.

Massive Anstrengungen in allen Sektoren

Die Energieversorgung ist aktuell der größte CO₂-Emittent. Reduktionen müssen hier am stärksten und am schnellsten erfolgen, so die Studie (von 308 Mio. Tonnen CO₂ in 2018 auf 104 Mio. t CO₂ in 2030 und auf -8 Mio. t CO₂ in 2045). Zentral ist dabei, dass sich die erneuerbaren Stromkapazitäten bereits bis 2030 mehr als verdoppeln müssen. Die installierte Leistung von Solarenergie zum Beispiel steigt von 45 Gigawatt (GW) auf 131 GW, Windenergie an Land von 52 GW auf 92 GW. Die Kohleerzeugung wird 2030 marktgetrieben kaum noch eine Rolle spielen, die Nutzung von Erdgas in der Stromerzeugung nimmt dagegen bis 2030 zu. Bereits dieser ‚Fuel Switch‘ trägt bis 2030 erheblich zur Emissionsminderung in der Energiewirtschaft bei. Wasserstoff und Powerfuels werden bis 2030 nur eine geringe Rolle spielen. Der Aufbau entsprechender Infrastruktur und deren Märkte ist aber unabdingbar, denn die Rückverstromung von grünem Wasserstoff wird 2045 nach Windkraft und Photovoltaik zur drittgrößten Stromerzeugungsquelle. Bis 2035 spielt blauer Wasserstoff eine, wenn auch geringe Rolle, danach geht er gemäß Modellierung der dena-Leitstudie sukzessive aus dem Markt.

„Um Klimaneutralität in der Energieversorgung zu erreichen, braucht es den beschleunigten, marktbasierten Ausbau der erneuerbaren Energien durch eine Vereinheitlichung und Vereinfachung von Genehmigungsverfahren und die Bereitstellung von mehr Flächen. Parallel müssen bis 2030 leistungsfähige Märkte und Infrastrukturen für Powerfuels entstehen. Wichtig ist vor allem eine aktive Begleitung des vorzeitigen Ausstiegs aus der Kohleverstromung. Dabei gilt

Wo die Uhren schneller ticken

Um Mobilheime & Co. ist es in der deutschen Branchendiskussion zuletzt etwas ruhiger geworden. Das wird nicht ewig so bleiben. Ein Blick ins Ausland hilft bei der Wahl der richtigen Strategie für Einstieg und Ausbau, meint Stefan Thurn.

„Ich muss gestehen, dass ich dieses Jahr nicht auf allzu vielen Campingplätzen im deutschsprachigen Raum unterwegs war. Berufliche Pflichten und witterungsbezogene Neigungen führten mich eher auf die Plätze Südeuropas, insbesondere in Italien und Kroatien. Für einen Kolumnisten der führenden Camping-Fachzeitschrift Deutschlands ist das eine etwas peinliche Situation. Ich war kurz davor, meinen Chefredakteur um Dispens für ein oder zwei Ausgaben zu bitten. Jedenfalls aber solange, bis ich meine Anker mittels einer Reihe handfester Beratungsaufträge zwischen Flensburg und Alpenrand wieder tief in heimatlichen Grund getrieben hätte. Dann aber dachte ich mir, dass derartige Auslandsreisen aus der Perspektive der deutschen Campingplatzwirklichkeit immer auch Zeitreisen sind. Manche in die Vergangenheit, manche in die Zukunft. Im konkreten Fall in eine Zukunft, in der Mietobjekte eine weit wichtigere Rolle spielen, als das bei uns im Moment der Fall ist. Sicher, in Zeiten der Pandemie, vor dem Hintergrund zuletzt massiv gestiegener Zulassungszahlen von Freizeitfahrzeugen und der nicht unberechtigten Sorge, in Deutschland könnten die klassischen Campingkapazitäten knapp werden, ist es um das Thema Mietobjekte wieder etwas ruhiger geworden. Aber eher früher als später wird es wieder hochkochen. Dazu wird kurzfristig die Normalisierung des Reiseverhaltens deutscher Camper beitragen und langfristig die Wende zur Elektromobilität, die die Koordinaten zugunsten ortsfester Unterkünfte auf Campingplätzen verschieben wird. So gesehen ist also vielleicht gerade jetzt kein schlechter Zeitpunkt, sich in einer ruhigen Minute die Spezifika dieses Angebotssegments am Beispiel der Auslandsdestinationen vor Augen zu führen, die sich schon etwas länger und ausgiebiger damit beschäftigen. Was mich während meines diesjährigen Besuchs eines Dutzends italienischer und kroatischer Betriebe im Rahmen einer Konkurrenzanalyse am meisten erstaunt hat, hat wieder mit dem Faktor Zeit zu tun. Wenn es um Bungalows oder Mobilheime geht, dann scheint sie schneller zu vergehen als anderswo auf dem Campingplatz. Nirgends hat das geflügelte Wort vom heutigen Luxus, der morgen schon bald Standard sei, eine solche Relevanz. Machen eine liebevoll ausgestattete Rezeption oder ein gut konzipiertes Sanitärgebäude bei ordentlicher Pflege nach zehn, zwanzig oder sogar mehr Jahren noch immer eine gute Figur, sind die meisten Mobilheime schon nach wenigen Saisonen nicht mehr topaktuell und



Foto: pixabay

nach spätestens zehn Jahren alt. Das hat weniger mit der Qualität oder der technischen Lebensdauer zu tun als vielmehr mit dem Design, den verwendeten Materialien, der Raumaufteilung, der Farbgebung, der Außengestaltung, den Ausstattungsdetails. Interessant auch ein Blick auf die quantitative Seite der Angelegenheit: Galten 24 Quadratmeter Grundfläche noch vor 15 Jahren als normales Maß der Dinge, liegt dieser Wert heute bei

etwa 35 Quadratmetern. Für ein entsprechendes prozentuales Größenwachstum brauchen touristische Standplätze im europaweiten historischen Vergleich etwa zehnmals so lange.

Die Hersteller von Mietobjekten geben mit kurzen Modellzyklen einen rasanten Innovationstakt vor, dem Campingplätze folgen müssen, wenn sie in diesem Segment in der ersten Liga mitspielen wollen. Und fast alle Campingplätze auf meinem Besuchsprogramm, auch solche, denen man in ihrem sonstigen Angebot die Jahresringe ihrer Entwicklung deutlich ansehen konnte, waren ganz offensichtlich entschlossen, sich diesem Wettbewerb zu stellen. An den Spitzenpositionen der Preislisten rangierten durchwegs nagelneue Einheiten der letzten Generation. Denn der Markt ist in diesem Bereich ziemlich erbarmungslos. Wenn sich der Reiz des Neuen erst einmal verbraucht hat, dann beginnt relativ schnell die Vermarktung über den Preis. Oft der Einstieg in eine gefährliche Abwärtsspirale aus niedrigerem Ertrag, geringerer Investitionskraft und schwindender Nachfrage, auf die dann mit einer erneuten Preissenkung reagiert werden muss.

Ein kurzes Fazit für all diejenigen, die sich demnächst wieder mit der Schaffung eines Mietangebots auf ihrem Campingplatz beschäftigen werden, kann also nur lauten: Die Uhren laufen hier schneller, und es wäre riskant, alles auf eine Karte, sprich auf ein einziges Modell einer Mietunterkunft zu setzen. Der Aufbau sollte zeitlich gestaffelt erfolgen, immer eng am Neuesten und Besten orientiert, was die Hersteller zu bieten haben. Entsprechend rollierend muss dann der Austausch erfolgen. Nur so lässt sich gewährleisten, mit der Entwicklung Schritt zu halten und einen kundengerechten Mix aus aktuellen Topangeboten, Standardmodellen und einer günstigen Einstiegsofferte bereitzuhalten.



Foto: Thurn

Stefan Thurn ist nach seiner Tätigkeit beim ADAC nun Freelancer & CI-Kolumnist.

KONTAKT: Stefan Thurn, Campingplatzberatung, Flugplatzstraße 13, 82205 Gilching, stefan.thurn@outlook.de

