

CampingImpulse 3·22

Das ManagerMagazin für innovative Camping-Unternehmer

Report: Pop-up-Camps im Internet

Sind private Stellplatzanbieter Fluch oder Segen?



Interview: mit Hildegard Müller, Präsidentin des VDA

Ratgeber: Strom aus Kleinwindkraftanlagen

Durchblick: Das können Toilettenreinigungsautomaten



Liebe Leserinnen und Leser,

müssen auf Campingplätzen bald an jeder Parzelle Ladestationen entstehen? Diese Frage stellen sich viele ob des sprunghaften Anstiegs bei den Neuzulassungen von E-Autos und Plug-ins. Für Letztere soll zwar die Förderung fallen, aber die Entwicklung scheint unaufhaltsam, sagen zumindest Experten. Was ist aber mit dem Fahrzeugaltbestand – vor allem mit den mit Diesel betriebenen Wohnmobilen und Zugwagen der Gäste? Hier mehren sich die Stimmen nach E-Fuels, die klimatechnisch ebenso neutral sein könnten wie Strom. Bei beiden Energieformen kommt es aber auf die Herstellungsweise an. Die ist bei den E-Fuels noch sehr energieaufwendig und ziemlich teuer, aber mit der politischen Entwicklung und der Herstellung in windreichen Regionen kommen sich die Preise pro Liter immer näher. Auch die Präsidentin des Automobilverbandes sieht dies so. Mehr dazu lesen Sie im Interview.

Ein anderes viel diskutiertes Thema sind die sogenannten Pop-up-Camps. Immer mehr private Anbieter stellen auf Campingportalen ihre Wiesen und Gärten zur Verfügung, damit Camper aller Couleur bei ihnen übernachten können. Oft sind die Angebote mit einer Dienstleistung, wie etwa ein Hofmarkt oder ein Weingut verbunden, aber mehr und mehr freundet sich auch der Otto-Normal-Bürger mit dem Gedanken an, in seinem Garten Camper willkommen zu heißen. Im Report geht CI der Sache nach, ob sie eher ein Fluch oder wirklich ein Segen für die Campingbranche sind.

Ansonsten lesen Sie in dieser Ausgabe, wie Sie selbst Strom erzeugen können, den Gästen mehr Komfort und der Verwaltung leichtere Arbeit mit RFID-Systemen bieten oder welcher automatische Toilettenreiniger zum Platz passt.

Wir wünschen viel Spaß bei der Lektüre.

Raymond Eckl
Chefredakteur

Inhalt

Seite

INTERVIEW	mit Hildegard Müller, Präsidentin des VDA, zur zukünftigen Mobilität der deutschen Bevölkerung und der Entwicklung der Automobilwirtschaft	4
MAGAZIN	Neues aus der und für die Branche	6
PANORAMA	Das machen die Anderen	10
REPORT	Wie wirken sich Stellplatz-Apps und Pop-up-Camps auf die Campingwirtschaft aus?	14
RATGEBER	Windkraft als Ergänzung bei der ökologischen Energiegewinnung Treppen tauschen, umbauen oder sanieren	22 26
EINBLICK	Das können moderne RFID-Systeme am Platz leisten	30
DURCHBLICK	Welcher automatische Toilettenreiniger passt auf meinen Platz? Wie entwickelt sich Camping in der Zukunft?	32 36
WEITBLICK	Alles, was die Umwelt schont	38
STANDPUNKT	Stefan Thurn verabschiedet sich	40
NEUE PRODUKTE	Alles für den Platz	41
ÜBERBLICK/IMPRESS.	Wer liefert eigentlich Windkraftkleinanlagen?	44



„Wir brauchen ambitioniertere Quoten für E-Fuels“

Politik und Autohersteller haben sich auf die Elektromobilität als Lösung für die Klimakrise eingeschworen. Doch auch zum Ende des Jahrzehnts wird es allein in Deutschland noch um die 30 Millionen Verbrennungsmotoren geben und die Ladeinfrastruktur hängt hinterher. VDA-Präsidentin Hildegard Müller über ihre Ansichten und Einschätzung des augenblicklichen Wandels in der Automobilindustrie.

Das Interview führte Walther Wuttke

CI: In der aktuellen Diskussion um die Elektromobilität sind die geplanten verschärften EU-Abgasvorschriften etwas in den Hintergrund getreten. Sind die Normen ohne Elektrifizierung überhaupt zu erreichen?

Müller: Im Pkw-Bereich ist die Elektromobilität der Treiber der Transformation. Der Weg ist gewählt, jetzt geht es um die konkrete Umsetzung des Beschlusenen. Es geht also nicht mehr um das Ob, sondern um das Wie – und wie schnell. Bis zum Jahr 2026 investiert die deutsche Autoindustrie 220 Milliarden Euro in den Bereich Forschung und Entwicklung, insbesondere in alternative Antriebe. Hinzu kommen erhebliche Investitionen in den Umbau von Werken. Mit Blick auf die Klimaziele dürfen wir aber auch die jetzt vorhandenen Fahrzeuge nicht außer Acht lassen. Hier setzen wir uns für die synthetischen Kraftstoffe ein, um den Bestand klimaneutral zu betreiben. Denn selbst wenn wir das Ziel von 15 Millionen E-Mobilen bis 2030 erreichen, bleiben mehr als 30 Millionen Fahrzeuge mit konventionellen Antrieben auf deutschen Straßen. E-Fuels sind also unverzichtbar.

CI: Trotz der Anstrengungen herrscht in Teilen der Politik, vor allem bei zahlreichen Kommunen, ein autofeindliches Klima – wird das Fahrrad zum Gefährten der Zukunft befördert, um den Klimawandel zu stoppen?

Müller: Wir alle müssen uns aus unseren persönlichen Komfortzonen lösen und einen Blick auf die Lebensrealitäten der Menschen richten. Wir müssen weg vom Dogmatismus, hin zu offener, konstruktiver, gemeinsamer Lösungsfindung. Wie ich am Anfang sagte – es geht nicht mehr um das Ob, sondern um das Wie. Die Menschen in gut vernetzten Innenstädten haben eine andere Lebenssituation als die Menschen auf dem Land, wo es nur einen eingeschränkten öffentlichen Verkehr gibt. Die Diskussion über die zukünftige Verkehrspolitik ist längst zu einer Mobilitätsdiskussion geworden, und da leisten wir unseren Beitrag, indem wir klimaneutrale Fahrzeuge entwickeln und Vorschläge machen, wie sich die verschiedenen Verkehrsträger effektiv miteinander vernetzen lassen. Das haben wir auch auf der IAA Mobility in München eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Für den Transport-Bereich werden wir es in diesem September in Hannover ebenso darlegen. Das Wichtigste ist aber, dass wir die Menschen in diesen Zeiten mit ihren Bedenken ernst nehmen. Die Transformation geht nur mit den Menschen.

CI: Beim Übergang zu einer elektrifizierten Mobilität konzentriert sich die Industrie – nicht nur in Deutschland – ausschließlich auf batterieelektrische Fahrzeuge. Sollte man die Alternativen wie E-Fuels und Wasserstoff nicht stärker berücksichtigen, denn dem Antrieb ist der Treibstoff ja vollkommen gleichgültig?

Müller: Die europäische Rahmengesetzgebung zeichnet den Weg vor, den auch wir aus Effizienzgründen einschlagen. Die Automobilhersteller können zudem nicht drei oder vier verschiedene Technologien gleichzeitig entwickeln. Der Weg in die Elektromobilität fordert ein großes finanzielles Engagement. Genauso gilt: Europa und Deutschland dürfen keine Technologie ausschließen, die weltweit gebraucht wird, um die Klimaziele im Straßenverkehr zu erreichen. Die Brennstoffzelle setzen deutsche Hersteller bereits bei Nutzfahrzeugen ein, da entsteht auch ein Wettbewerb um die besten Lösungen. Und gerade auch im Nutzfahrzeugbereich werden weltweit noch länger Verbrenner-Technologien zum Einsatz kommen. Umso wichtiger ist es daher, bereits jetzt die Weichen zu stellen hin zu einer hundertprozentigen Nutzung klimaneutraler Kraftstoffe im Verkehr. E-Fuels spielen bei weltweit ca. 1,5 Milliarden vorhandenen Fahrzeugen eine entscheidende Rolle. Um CO₂-Neutralität im Straßenverkehr zu erreichen, sollten ideologische Barrieren abgebaut werden: Wir brauchen viel ambitioniertere Quoten für synthetische Kraftstoffe.

CI: Die Ampelkoalition hat sich das ambitionierte Ziel von 15 Millionen E-Autos bis 2030 gesetzt. Ist dieses Ziel erreichbar?

Müller: Die Autos in großer Menge zu bauen ist voraussichtlich nicht das Problem. Die Frage ist vielmehr, ob die Bürgerinnen und Bürger sie auch annehmen. Das Vertrauen der Verbraucher macht sich nicht nur an der Frage fest, ob es ein gutes Angebot gibt, sondern hängt vor allem auch davon ab – das zeigen alle Umfragen – ob es eine flächendeckende Ladeinfrastruktur gibt. Hier hängt Deutschland seinen Zielen massiv hinterher, das Tempo des Ausbaus muss sich versechsfachen. Wir appellieren an die Bundesregierung, baldmöglichst einen Ladegipfel mit allen Beteiligten zu realisieren, und haben selbst einen Masterplan für die Ladeinfrastruktur entworfen.

CI: Könnten Sie sich das norwegische Modell vorstellen, wo Wohnungsbaunternehmen bei Neubauten verpflichtet sind, ausreichend viele Lademöglichkeiten zu schaffen?

Müller: In Deutschland gibt es ein Gesetz zur Mindestausstattung von Ladeinfrastruktur. Dieses ist aus unserer Sicht allerdings nicht ambitioniert genug und sollte im Rahmen der anstehenden Novellierung an den stark steigenden Hochlauf der Elektromobilität hinsichtlich Anzahl und Umsetzungstermin angepasst werden. Dabei ist aber insbesondere auch die Energiewirtschaft gefordert. Es muss eine Verpflichtung her, ausreichende Netzkapazitäten zu schaffen. Gleichzeitig müssen das Laden und die Abrechnung transparenter und einfacher werden. Dafür setzen wir uns ein. Und wir müssen realistisch ►

Fluch oder Segen?

Die Schattenseite des Camping-Booms ist sicher die hohe Nachfrage in der Hauptreisezeit. Da könnte jede Parzelle doppelt vergeben werden. Das merken auch die Gäste und einige Start-ups machten es sich fast zeitgleich zur Aufgabe, legal freie Stellflächen auf Privatgrundstücken zu vermitteln. Wächst den etablierten Campingplätzen eine neue Konkurrenz?

Von Rainer Schneekloth

☞ Mit den Lockerungen der Corona-Regeln in Deutschland sahen sich vielerorts Campingplatzbesitzer einem wahren Ansturm ausgesetzt. Bis in den Sommer hinein sind beliebte Stellplätze an den Küsten oder in den Alpen bereits komplett ausgebucht. Da das sogenannte Wildcampen in Deutschland weiterhin verboten ist, gibt es an vielen Wochenenden mehr urlaubswillige Camperfans als legale Stellplätze im Land. Mit den bevorstehenden Sommerferien dürfte sich das Problem noch verstärken.

Zeit, dass sich etwas tut, dachten sich unter anderem die Initiatoren der Webseite popupcamps.de. Die Idee: Ungenutzte Flächen wie weitläufige Grundstücke, große Gärten, aber vor allem die in diesem Jahr ungenutzten Festivalgelände sollen kurzfristig in Campingplätze umgewandelt werden. Die einzelnen Parzellen werden mit Kreide eingezeichnet und erlaubt sind erst mal nur Selbstversorger mit Wohnwagen, Wohnmobil, Bulli oder Caravan, da es weder Rezeption noch Restaurant gibt.

Sogenannte Pop-up-Camps wollen eine legale Alternative zu Campingplätzen werden und das verbotene Wildcamping umgehen. Weitläufige, ungenutzte Flächen werden für kurze Zeit von privat an Wohnmobilisten, Caravaner und Backpacker vermietet, meist aber ohne die Infrastruktur eines Campingplatzes.

Die Grundlage bietet das sogenannte „Bauernhof-Gesetz“: Für Privatpersonen in Deutschland ist das Betreiben von maximal drei Stellplätzen auf einem privaten Grundstück erlaubt. Damit wollte der Gesetzgeber den Bauernhofbesitzern einen Zuverdienst auf ihren ungenutzten Flächen ermöglichen. Für mehr als drei Stellplätze ist eine Lizenz für das Betreiben eines Campingplatzes notwendig.

Die Genehmigung durch die jeweils zuständigen Ämter klappt nach den Erfahrungen der ersten Monate mal besser und mal schlechter, sagt Jobst von Paepcke, Gründer der gleichnamigen Homepage Pop-up-Camps. Er hofft weiterhin auf Zusagen – und darauf, dass die Behörden das wilde Campen nicht nur verbieten, sondern auch ahnden. Zumindest in Schleswig-Holstein trifft der Hamburger Geschäftsmann damit auf offene Ohren. Wildes Campen und das Abstellen von Reisemobilen in landschaftlich sensiblen Bereichen werde „von den Ordnungsbehörden konsequent unterbunden“, heißt es vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus.



Stellplätze an den verrücktesten Orten im Hier und Jetzt scheinen die Gewinner der Corona-Krise – oder sind sie nur eine Randerscheinung?

Foto: pop-up-camps

Auch in Kiel sieht man den Bedarf an zusätzlichen Flächen für Camping. „Viele Deutsche möchten aufgrund der internationalen Reisewarnungen und zum Gesundheitsschutz lieber im eigenen Land verreisen, satteln vermehrt von Flugzeug und Bahn auf Auto oder Wohnwagen um“, sagt Bettina Bunge, Geschäftsführerin der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein. „Das spiegelt sich auch in der Auslastung der Campingplätze wider. Hier bei uns in Schleswig-Holstein wird es in diesem Sommer, gegebenenfalls sogar im

Herbst, kaum noch freie Kapazitäten geben, an Ost- und Nordsee wie auch im Binnenland.“

Dabei sind die Zahlen in Schleswig-Holstein in den vergangenen Jahren auch ohne Corona schon deutlich gewachsen: von 3,7 Millionen Übernachtungen im Jahr 2016 auf 4,3 Millionen im Jahr 2019, von 262 auf 275 Campingplätze. Noch mehr in die Vergrößerung fester Infrastruktur zu investieren, daran haben die Betreiber selbst offensichtlich wenig Interesse. Jedenfalls warnt der Chef-Camper des nördlichsten Bundeslandes davor, die Schraube noch weiterzudrehen. „Wir erleben zwar seit Jahren eine Renaissance des Campings“, sagt Gert Petzold, Vorsitzender des Landesverbands Schleswig-Holstein der Campingwirtschaft in Deutschland. „Aber ich warne davor, die Kapazitäten zu erweitern. Wir dürfen das, was wir haben, nicht aufs Spiel setzen: Das sind die Küsten und die Natur.“ Schließlich ist die Nähe zur möglichst unberührten Natur der Hauptgrund für diese Urlaubsform.

Campspace

Für nachhaltige lokale Aufenthalte in der Natur machte sich als eines der ersten Portale die niederländische Plattform Campspace stark. Die Idee zur Online-Buchungsplattform entstand während eines Roadtrips von Mitgründer Alexander van Nimwegen. Frustriert von den immer gleichen und zu vollen Campingplätzen klingelte er kurzerhand bei zwei Einheimischen und fragte, ob er auf ihrem Grundstück bleiben dürfe. Nachdem sie ihn herzlich empfingen und ihm viele Tipps für die Umgebung gegeben hatten, kehrte Alexander in die Niederlande zurück und gründete er mit seinen Freunden Hugo van Donselaar, Merijn Straathof und Jeroen Wielaards Campspace mit dem Ziel, diese positive Erfahrung auf breiterer Basis zu wiederholen und eine engere Verbindung für Reisende zur Natur zu

schaffen. Hugo van Donselaar weiß: „Derzeit ist die Reisebranche für etwa zehn Prozent der globalen CO2-Emissionen verantwortlich. Aufgrund des anhaltenden Bevölkerungs- und Wohlstandswachstums werden die Zahl der Touristen und die negativen Auswirkungen auf unsere Umwelt nur noch zunehmen. Indem wir versteckte Outdoor-Aufenthalte näher an der Heimat eröffnen, machen wir den Tourismus nachhaltiger und erfüllen die Bedürfnisse der nächsten Generation von Reisenden. Wir leben in der am besten vernetzten Zeit in der Geschichte der Menschheit, aber auf einer persönlichen Ebene bleiben wir unglaublich unverbunden. Unsere Plattform bietet Menschen einzigartige Erfahrungen und Erinnerungen, aber nicht auf Kosten des Planeten und der lokalen Gemeinschaften.“

Seither hat sich der Trend hin zu nachhaltigen Reisen rasant entwickelt. Immer mehr Menschen zieht es in die Natur. Mittlerweile ist die Plattform in den Niederlanden, Belgien, Deutschland, Dänemark, Frankreich, Spanien und Portugal aktiv. Als Unternehmen engagiert sich Campspace für Nachhaltigkeit und zwischenmenschliche Kontakte. Abenteuer, Lebensfreude und Gesundheit für Mensch und Natur stehen dabei zentral. Das niederländische Unternehmen wurde bereits in Zeitungen und Magazinen wie der New York Times, der Sunday Times, NRC und Der Spiegel vorgestellt.

Das 2016 gegründete Start-up sorgte für Schlagzeilen, nachdem es Ende April 2022 den deutschen Mitbewerber Pop-up-Camps in Hamburg übernommen hat. Campspace führt nach eigenen Angaben 2000 registrierte Vermieter – „Gastgeber“ genannt – in mehr als 30 Ländern. Mit dem Erwerb von Pop-up-Camps kommen nun Hunderte neue in Deutschland hinzu, wie es heißt.

Möglich wurde dieser Schritt durch eine Finanzierungsrunde in Höhe von drei Millionen Euro unter der Leitung der schwedischen Investmentgesellschaft VNV Global. Beteiligt sind außerdem „Angel-Investoren“, also Investoren, die neben Geld auch Expertisen bereitstellen – unter anderem zwei ehemalige Manager der Buchungsplattform Booking.com: David Vismans und Andrea Carini. www.campspace.de

Jobst von Paepcke und seine Partner Tobias Abt und Florian Gebbert gründeten Pop-up-Camps während der Corona-Pandemie, nachdem in ihrem Unternehmen der Bereich Eventproduktion durch Covid-19 stillgelegt war. Die Idee: schnellstmöglich neue, attraktive Kapazitäten für den durch die Reisebeschränkungen extrem angespannten Campingbereich zu schaffen, lokal und nachhaltig. So entstand im April 2020 die Idee zu Pop-up-Camps. Inzwischen widmet von Paepcke sich wieder seinem Unternehmen, das Interesse an Übernachtungen in der Natur ist jedoch unverändert hoch. Somit entschloss sich von Paepcke in diesem Frühjahr zum Verkauf des Hamburger Start-ups. Über den Betrag wurde von beiden Parteien Stillschweigen vereinbart.

Auf Campspace finden Reisende Locations zur Übernachtung in Europa – sei es im eigenen Zelt, einem Wohnmobil, einer Jurte, Blockhütte oder in einem gemütlichen Baumhaus. Angeboten werden sie von Privatpersonen und kleinen Mikro-Campingplätzen. Was das niederländische Start-up jedoch insbesondere auszeichnet, ist der Fokus auf lokales, nachhaltiges Reisen. 80 Prozent der CO2-Emissionen der Tourismusbranche entstehen durch den Transport zum Urlaubsort. Campspace hat sich zum Ziel gesetzt, eine umweltfreundlichere und zugleich erlebnisreiche Alternative anzubieten.

Nachhaltiges Reisen liegt im Trend, und damit nimmt auch das Interesse an Campspace rasant zu. Eine aktuelle Studie von Booking.com hat ergeben, dass 81 Prozent der Reisenden in den nächsten zwölf Monaten in einer nachhaltigen Unterkunft übernachten wollen – ein deutlicher Anstieg gegenüber 62 Prozent im Jahr 2016. Außerdem

möchten 73 Prozent der Reisenden authentische Erfahrungen machen und die lokale Kultur kennenlernen. Campspace will beides bieten. Gäste können bisher unzugängliche Orte in der Natur buchen, die sich oft auf privatem Land oder unbekanntem Campingplätzen befinden. Zudem kultiviert es eine Community gleichgesinnter Reisender und Gastgeber, für die Umweltschutz und zwischenmenschliche Kontakte zentral stehen. Dass Campspace den Zeitgeist trifft, spiegelt sich auch in den Zahlen wider: In den letzten fünf Jahren ist man jährlich um durchschnittlich 300 Prozent gewachsen.

Während man Pop-up-Camps rein geschäftlich als Konkurrenten einordnen würde, sehen sich die Buchungsplattformen selbst viel-

Foto: pop-up-camps



Jobst von Paepcke hat sich den Begriff Pop-up-Camps gesichert und vor drei Jahren die neuartige Idee auf die Reise geschickt. Die Idee war so gut, dass Pop-up-Camps heute zu Campspace gehört.



Foto: campspace

Hugo van Donselaar ist der CEO von Campspace, die sich mit über 2.000 Gastgebern in Europa und mehr als 100.000 Gästen als eine der größten europäischen Buchungsplattformen für Naturaufenthalte mit Wohnmobil und Co bezeichnet.

