

CampingImpulse 1-25

Das ManagerMagazin für innovative Camping- und Stellplatz-Unternehmer

Report: Bundestagswahl 2025

Welche Partei passt zur Campingbranche



Freie
Demokraten

FDP

CDU

SPD

CSU

DIE LINKE.

BÜNDNIS 90
DIE GRÜNEN

Bündnis
Sahra

AfD

Durchblick: Das sind die Gewinner des PinCamp-Award 2025

Interview: Simone Pokrandt zu den Zielen der LeadingCampings of Europe

Ratgeber: So geht Schwimmteich im Do-it-yourself



Liebe Leserinnen und Leser,

der Redaktionsschluss der CampingImpulse 1/25 fiel genau in den Zeitraum der CMT in Stuttgart. Eigentlich ist das eine ganz normale Regionalmesse, aber eine mit großer Signalwirkung für die Campingszene. Für die Caravaningwirtschaft, also Fahrzeughersteller und -handel, wird das Jahr besonders spannend, denn die Branche steht 2025 wegen Überkapazitäten und überzogenen Preissteigerungen mächtig unter Druck. Für die Campingbranche ist Stuttgart bedeutend, da sich auf der Landesmesse doch inzwischen eine stattliche Zahl an Campingunternehmer präsentiert und der ADAC, nun PinCamp, in Stuttgart die europäischen Spitzenplätze um sich sammelt. Zur legendären Gala am ersten Freitag waren 330 Campingunternehmer geladen und feierten mit den niederländischen und Schweizer Partnern einen internationalen Event. Hinzu kamen, inzwischen zum zweiten Mal, das Camping-Symposium von PinCamp mit 109 Teilnehmern und das alljährliche Treffen der Leading Camping & Caravaning Sites in Europe, das nun auf 47 Mitglieder angewachsen ist. Alles in allem also eine richtige Elefantenrunde.

Unter den Campingunternehmern herrscht eitel Sonnenschein, denn die Schiefelage beim Verkauf belastet sie nur wenig. Die Reservierungen sind stabil, und nach dem guten 2024 kann ein besseres 2025 folgen. Das Wetter kann die CMT nicht beeinflussen. Was in Stuttgart die Gemüter viel mehr bewegte, waren die Wahlen – sowohl die in den USA, am Messmontag feierte Trump Inauguration, als auch die bevorstehenden Wahlen zum Bundestag. Im aktuellen Report hat CampingImpulse beleuchtet, welche Partei welche Forderungen des BVCD am besten erfüllen würde – oder sagen wir im Vorfeld versprechen würde. Am Ende kommt es in der Politik ja oft anders, als man denkt.

Ihr Raymond Eckl
Chefredakteur

Inhalt

		Seite
INTERVIEW	Simone Pokrandt, Geschäftsführerin Leading Campings of Europe	4
MAGAZIN	Neues aus und für die Branche	6
PANORAMA	Neues von den Campingplätzen	10
REPORT	Die Qual der Wahl – welche Parteien passen zur Campingwirtschaft	16
RATGEBER	Schwimmteiche selbst bauen	24
	So erlangen Sie schnell und einfach den Kettensägenschein	26
	Richtige Rasenpflege im Frühjahr	28
	Vermögensschutz über amerikanische Anlageformen	30
EINBLICK	Was das EU Ecolabel der Branche bringt	32
DURCHBLICK	Die Gewinner des PinCamp Award 2025	34
	Das bringt das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz 2025 mit sich	36
WEITBLICK	Nachhaltiges für die Zukunft des Platzes	38
NEUE PRODUKTE	Alles für den Platz	40
TERMINE	Wichtige Messen in 2025	44
ÜBERBLICK/IMPRESS.	Wer liefert eigentlich Rollrasen?	45

Interview mit Simone Pokrandt, Geschäftsführerin der LeadingCampings

„Qualitatives statt quantitatives Wachstum“

Die LeadingCampings of Europe gelten als Qualitätsführer und Innovationstreiber in der Freiluft-Hotellerie. CI sprach mit Simone Pokrandt, seit 2022 Geschäftsführerin der Kooperation, über digitale Lösungen und zukünftige Ziele.



☞ **CI:** Zuerst noch nachträglich eine Gratulation zum 30-jährigen Jubiläum der LeadingCampings. Mit 45 Super-Plätzen hatten Sie im Jahr 2024 auch die höchste Mitgliederzahl seit jeher erreicht. Gilt Ihr angestrebtes Ziel für das Jahr 2025 noch, 50 Plätze zu vereinen?

Simone Pokrandt: Vielen Dank! Wir freuen uns sehr über das Interesse zahlreicher erstklassiger Campingplätze an unserer Gruppe. Dass wir im letzten Jahr acht neue Mitglieder begrüßen konnten, war eine außergewöhnliche Entwicklung – nicht gezielt geplant, sondern das Ergebnis unserer Reputation als exklusive und qualitativ hochwertige Plattform. Die Marke von 50 Mitgliedern sehen wir weniger als ein konkretes Ziel für 2025, sondern vielmehr als einen Anlass, innezuhalten und zu überlegen, wie ein weiteres Wachstum der Gruppe sinnvoll gestaltet werden kann. Unser Fokus liegt darauf, ein exklusiver Kreis zu bleiben. Der wertvolle Austausch, das gegenseitige Lernen und die kontinuierliche Weiterentwicklung der Urlaubserlebnisse für die Gäste unserer Mitglieder sind zentrale Bestandteile unserer Identität. Um dies langfristig zu gewährleisten, setzen wir bewusst auf qualitatives statt auf quantitatives Wachstum.

CI: Mit mehr als 10 Millionen Übernachtungen auf den LeadingCampings: Gibt es da noch Luft nach oben? Haben Sie auch neue Zielgruppen im Visier?

Simone Pokrandt: Unsere Mitglieder verzeichnen eine stabile und wachsende Nachfrage, die vor allem durch die Verlängerung der Saison unterstützt wird. Dies führt zu steigenden Übernachtungszahlen, ohne die Qualität der Angebote zu beeinträchtigen. Gleichzeitig gewinnen wir neue Zielgruppen: Neben Alleinreisenden und Patchworkfamilien sehen wir ein wachsendes Interesse bei Urlaubern, die sich bisher nicht für Camping begeistern konnten. Besonders Glamping-Unterkünfte, hochwertig ausgestattete Mobilheime und innovative Stellplatzkonzepte wie unsere LeadingPitches sind attraktive Alternativen zu klassischen Unterkünften und traditionellen Stand- bzw. Stellplätzen. Solche Angebote machen Camping für ein breiteres Publikum interessant und heben unsere Mitgliedsplätze von herkömmlichen Campingplätzen ab.

CI: 2024 wurde im Rahmen einer Mitgliederversammlung erstmals ein neues Online-Buchungssystem vorgestellt. Preise und Verfügbarkeiten der einzelnen Campingplätze sind jetzt direkt über die Webseite von LeadingCampings einsehbar und online buchbar. Welche Vorteile bietet das? Und schafft es auch eine Unabhängigkeit von anderen Buchungsplattformen?

Simone Pokrandt: Mit der Einführung unseres neuen Online-Buchungssystems bieten wir Gästen eine zentrale Plattform, die es ihnen ermöglicht, Preise und Verfügbarkeiten unserer Mitgliedsplätze in Echtzeit abzurufen und ihren Aufenthalt direkt zu buchen. Dies ist nicht nur komfortabel, sondern stärkt auch die Kundenbindung an unsere Marke. Unsere Webseite verstehen wir jedoch als Ergänzung zu bestehenden Buchungsplattformen. Sie stärkt die Eigenständigkeit unserer Gruppe und bietet den Gästen eine zentrale Anlaufstelle, ohne die Zusammenarbeit mit anderen Partnern zu ersetzen.

CI: Außerdem löste die Leading-Card-App die Kundenkarte in gedruckter Form ab. Besteht die Zukunft der Campingplätze aus mehr digitalen Anwendungsmöglichkeiten für die Gäste? Wo geht die Entwicklung hin?

Simone Pokrandt: Digitale Anwendungen spielen eine zentrale Rolle in der Zukunft der Campingbranche. Mit der Leading-Card-App haben wir einen wichtigen Schritt gemacht, der nicht nur die Nutzung von Bonuspunkten und Prämien vereinfacht, sondern auch einen direkten Zugang zu allen Informationen und Services unserer Mitgliedsplätze bietet. Sie ist ein gutes Beispiel dafür, wie digitale Technologien das Urlaubserlebnis bereichern können.

Unser Ziel ist es, die Funktionen der App kontinuierlich auszubauen, um Gästen noch mehr Komfort und exklusive Services zu bieten. Dabei streben wir an, das Beste aus moderner Technologie und persönlichem Service zu vereinen.

Darüber hinaus sehen wir großes Potenzial in digitalen Lösungen für Check-ins, Reservierungen und zusätzliche Services. Diese Technologien entlasten das Personal und ermöglichen es ihnen, sich intensiver auf die persönliche Betreuung der Gäste zu konzentrieren – ein entscheidender Faktor für ein unvergessliches Urlaubserlebnis. Wir setzen darauf, digitale und persönliche Angebote nahtlos miteinander zu verbinden, sodass sie sich optimal ergänzen.

CI: Vor einem Jahr ist LeadingCampings der Relaunch mit einer neuen mehrsprachigen Webseite gelungen. Bestätigen inzwischen die internationalen Klickzahlen die Investition – oder sind die LeadingCampings eher eine deutsche Angelegenheit?

Simone Pokrandt: Historisch betrachtet lag der Anteil deutscher Gäste bei etwa 60 Prozent. Seit dem Relaunch unserer Webseite in sieben Sprachen verzeichnen wir jedoch einen deutlichen Anstieg der internationalen Zugriffszahlen. Besonders erfreulich ist das Wachstum aus Märkten wie Italien, Spanien und Frankreich – ein klares Zeichen dafür, dass unser Angebot zunehmend Urlauber aus ganz Europa anspricht. Auch die starke internationale Präsenz unserer Mitgliedsplätze – von der Bretagne über Südtirol bis nach Dänemark – spielt dabei eine große Rolle. Sie trägt dazu bei, ein vielfältiges Publikum anzuziehen und unsere Position auf den europäischen Märkten nachhaltig zu stärken.

CI: Um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, haben Sie in Zusammenarbeit mit drei europäischen Universitäten mit Beginn des Wintersemesters 2023 den „Master in Sustainable Outdoor Hospitality Management“ entwickelt. Wie steht es um den Studiengang? Was ist das Besondere daran? Und haben die Studenten die Campingplätze bereits bereichert?

Simone Pokrandt: Der Master in Sustainable Outdoor Hospitality Management ist ein einzigartiger Studiengang, der zukünftige Führungskräfte der Camping- und Outdoor-Hospitality-Branche ausbildet. Die erste Kohorte absolviert derzeit das dritte Semester in Girona und wird ihre Abschlussarbeiten bis April 2025 fertigstellen. Die bisherigen Ergebnisse sind vielversprechend: Die Studierenden haben im Sommer Praktika bei führenden Unternehmen der Branche absolviert und werden ihre Erkenntnisse im Rahmen der CMT und unserer Mitgliederversammlung präsentieren.

Es freut uns sehr, dass sich bereits internationale Bewerber für die kommende Kohorte eingeschrieben haben. Dies zeigt das wachsende Interesse an dieser innovativen Ausbildung und unterstreicht die Bedeutung von Nachhaltigkeit und Exzellenz in der Branche.

CI: Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Susanne Nitsch.

Die Qual der Wahl

Ende Februar ist vorgezogene Bundestagswahl. Die Ziele und Forderungen des Bundesverbands der Campingwirtschaft in Deutschland sind weitreichend und anspruchsvoll. Können die Wahlprogramme der wichtigsten Parteien sie erfüllen? Der Versuch einer Überprüfung.

Von Raymond Eckl

☞ Stark aus der Krise, Zuversicht, Bürokratie runter, Netto rauf, mit Sicherheit mehr Wachstum oder Freiheit im eigenen Land versprechen die großen Wahlplakate der einschlägigen Parteien zur vorgezogenen Bundestagswahl am 23. Februar. Schlagworte oder Schlagsätze, die die komplexen Wahlprogramme auf den Punkt bringen sollen. Diese Wahlprogramme versprechen viel und kosten teilweise noch mehr. Aber was steht denn so drin?

Die Steuerpolitik ist in allen Wahlprogrammen ein zentrales Thema. So plant die Union milliardenschwere Entlastungen für Bürger und Unternehmen, steht aber wegen fehlender Gegenfinanzierung in der Kritik. SPD und Grüne wollen in erster Linie kleinere Einkommen entlasten und Vermögen stärker besteuern, etwa durch eine Milliardärssteuer. Die Linke will die Steuer für Grundnahrungsmittel auf null senken. FDP und Union setzen sich für die vollständige Abschaffung des Solidaritätszuschlags ein. Die AfD fordert die Abschaffung der CO₂-Abgaben. Auch die Schuldenbremse wird thematisiert, denn bei der Haushaltspolitik liegen die Positionen der Parteien sehr weit auseinander: SPD und Grüne sehen Reformen der Schuldenbremse als Chance für Klimaschutz und Bildung, während Die Linke mit ihrer Abschaffung Milliarden Euro für soziale Projekte freimachen will. CDU/CSU und FDP setzen auf eiserne Haushaltsdisziplin, das BSW hingegen auf gezielte Ausnahmen für die Infrastruktur. Die AfD will drastisch kürzen – vor allem bei Klimaprojekten, Entwicklungshilfe und EU-Beiträgen.

Bessere Wirtschaftsbedingungen und der Kampf gegen den Fachkräftemangel sind Themen in allen Wahlprogrammen. SPD, Grüne, BSW und Linke fordern einen Mindestlohn von 15 Euro. CDU/CSU und FDP schlagen dagegen steuerfreie Zuschläge für Überstunden und flexible Wochenarbeitszeiten vor. Die AfD konzentriert sich auf inländische Fachkräfte, bleibt aber konkrete Vorschläge schuldig, wie die ausländischen ersetzt werden sollen.

Der Klimaschutz gehörte 2021 noch zu den bestimmenden Themen im Wahlkampf. Jetzt halten sich selbst die Grünen damit zurück. Doch die von allen beackerte Wirtschaftskrise hängt eng mit dem Klimaschutz zusammen. Mit Klimaschutz könne man im Moment aber bei den Wählern nicht punkten, sagen Experten. Dabei gibt es nur wenige Politikfelder, in denen sich die Ansichten und Lösungswege deutlicher unterscheiden: Die AfD sieht den



Wer zieht am 23. Februar in den Bundestag neu ein? Die einzelnen Wahlprogramme greifen kein Anliegen der Campingwirtschaft direkt auf, aber können durchaus mit Wünschen konfrontiert werden.

Menschen nicht als Ursache für den Klimawandel an und lehnt so gut wie alle Klimaschutzmaßnahmen ab. Alle anderen Parteien verfolgen das Ziel, Deutschland klimafreundlicher oder sogar klimaneutral zu machen. Über den Zeithorizont und die Maßnahmen gibt es allerdings unterschiedliche Ansichten.

Im Vorfeld der Wahl hat der Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland e. V. (BVCD) zentrale politische Forderungen formuliert. Diese umfassen die Bereiche Nachhaltigkeit, Digitalisierung,

Infrastrukturausbau, Bekämpfung des Fachkräftemangels sowie Anpassungen in der Regulierung. Die Schaffung unterstützender Rahmenbedingungen sei unerlässlich, um die Potenziale des Campingtourismus sowohl für die Umwelt als auch für die wirtschaftliche Entwicklung ländlicher Regionen voll auszuschöpfen, so das Papier. CampingImpulse hat die Programme durchforstet und mit einem Forderungskatalog des BVCDs abgeglichen.

Nachhaltigkeit und Katastrophenmanagement

Nachhaltigkeit ist ein zentrales Anliegen des BVCD. Die Campingbranche hat eine besondere Verantwortung, da sie eng mit der Natur verbunden ist und ihre Attraktivität maßgeblich von einer intakten Umwelt abhängt. Der Verband fordert daher eine umfassende Nachhaltigkeitsinitiative, die durch staatliche Förderprogramme unterstützt wird. Ziel ist es, den Campingplätzen den Übergang zu erneuerbaren Energien und nachhaltigen Wassernutzungskonzepten zu erleichtern. Recyclingmaßnahmen sowie der Einsatz umweltschonender Bauweisen sollen zusätzlich gefördert werden.

Ein weiterer Fokus liegt auf der Biodiversität: Durch Kooperationen mit Umweltorganisationen und Unternehmen, die sich dem Artenschutz widmen, sollen Maßnahmen für den Erhalt der Artenvielfalt auf Campingplätzen umgesetzt werden. Um diese Projekte finanziell abzusichern, schlägt der BVCD die Schaffung eines nationalen Förderfonds für ökologische Campingplätze vor.

Darüber hinaus ist die Förderung klimafreundlicher Mobilität ein zentrales Anliegen. Um Campingplätze nachhaltig zugänglich zu machen, bedarf es einer besseren Anbindung an umweltfreundliche Verkehrsmittel wie E-Mobilität oder den öffentlichen Nahverkehr. In Anbetracht der zunehmenden Häufigkeit von Naturkatastrophen wie Überschwemmungen und Bränden fordert der BVCD



Mehr für Dich. Besser für Deutschland. So will Kanzler Olaf Scholz eine zweite Amtszeit erwirken. Sein Versprechen: Die Renten für alle Generationen stabil halten und Familien spürbar entlasten. Das würde die Reisefreudigkeit der Deutschen sicherlich fördern und auch dem Camping helfen.



Wieder nach vorn, meint Friedrich Merz und will Planungs- und Genehmigungsverfahren deutlich schneller machen. Die zuständigen Behörden müssen eine zügige Prüfung der eingereichten Unterlagen gewährleisten, was den Forderungen des BVCD-Papier exakt entspricht.



Was unser Land jetzt braucht, ist Zuversicht. Zusammen mit der Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen. Dafür steht Robert Habeck mit den Grünen. Das Wahlprogramm der Partei dürfte vor allem bei naturnahen Campingplätzen verfangen, aber auch die Freizügigkeit fördern.

außerdem eine verstärkte Zusammenarbeit mit Behörden, um präventive Maßnahmen zum Katastrophenschutz auf Campingplätzen zu etablieren.

Die Positionen der Grünen passen in diesem Segment sehr gut zu den Zielen des BVCD. Die Grünen setzen auf umfassende Förderprogramme, die den Ausbau erneuerbarer Energien und nachhaltiger Technologien ermöglichen. Auch die Förderung von Grünflächen und ökologischen Projekten harmoniert mit den Wünschen des BVCD. Die Grünen erkennen klimatische Risiken an und entwickeln Strategien zur Minderung von Naturkatastrophenfolgen, die auch Campingplätze einbeziehen könnten.

Auch die SPD weist eine hohe Übereinstimmung mit den BVCD-Zielen auf: Der „Deutschlandfonds“ bietet eine gute Grundlage für Investitionen in umweltfreundliche Infrastruktur. Die Förderung von E-Mobilität und ÖPNV könnte die Erreichbarkeit und Nachhaltigkeit von Campingplätzen verbessern. Maßnahmen zur Klimaanpassung könnten Campingplätze bei Starkregen und Hitzewellen besser schützen.

Die CDU/CSU bietet in ihrem Wahlprogramm einige allgemeine Ansätze, die mit den Zielen des BVCD übereinstimmen, insbesondere bei der Förderung von E-Mobilität, der Unterstützung von erneuerbaren Energien und der Pflichtversicherung für Elementarschäden. Allerdings fehlen spezifische Maßnahmen zur Förderung von Campingplätzen, insbesondere hinsichtlich eines nationalen Förderfonds, nachhaltiger Wassernutzung und der Biodiversität. Dagegen stehen die Positionen der FDP nur teilweise im Einklang mit den Zielen des BVCD. Die FDP setzt auf Marktmechanismen und private Investitionen, was indirekt zu einer nachhaltigeren Entwicklung führen könnte, jedoch keine spezifischen Förderprogramme umfasst. Es fehlen hier konkrete Pläne zur Förderung der Biodiversität. Der Katastrophenschutz wird gar nicht adressiert, was die Resilienz von Campingplätzen unberücksichtigt lässt.

Die Parteien auf den Außenbahnen sind hier schwerer zu fassen. Die Linke bietet viele Ansätze, die direkt oder indirekt die nachhaltigen

Ziele des BVCD unterstützen, insbesondere durch staatliche Förderungen und Infrastrukturprogramme. Auch das BSW liefert einige pragmatische Ansätze, die teilweise mit den Zielen des BVCD übereinstimmen, jedoch fehlt ein starker Fokus auf Nachhaltigkeit und langfristige Umweltinitiativen. Die Positionen der AfD wider-

sprechen dagegen weitgehend den Zielen des BVCD. Förderprogramme und Unterstützung für erneuerbare Energien werden kategorisch abgelehnt. Klimabedingte Risiken werden nicht anerkannt, was die Zusammenarbeit mit Behörden im Katastrophenschutz erschwert.

Während die AfD-Positionen weitgehend im Widerspruch zu den Nachhaltigkeits- und Katastrophenmanagement-Zielen stehen, bieten die Grünen die umfas-

sendste Unterstützung in Bezug auf Nachhaltigkeit und Katastrophenmanagement. Ihre Pläne würden eine solide Grundlage für zukünftige Kooperationen in Sachen Nachhaltigkeit schaffen.

Digitalisierung und Modernisierung

Die Digitalisierung der Campingplätze ist ein wesentlicher Schritt, um den Erwartungen moderner Gäste gerecht zu werden, schreibt der BVCD. Er fordert den Ausbau schneller Internetverbindungen auf Campingplätzen, da diese mittlerweile eine Grundvoraussetzung für viele Reisende darstellen. Ebenso sind moderne digitale Buchungs- und Bezahlssysteme erforderlich, um das Campingerlebnis zu vereinfachen und den Service zu verbessern.

Kleine und mittelständische Unternehmen (KMU), die das Rückgrat der Campingwirtschaft bilden, benötigen gezielte staatliche Unterstützung bei der Umsetzung von Digitalisierungsmaßnahmen. Der Verband plädiert für die Bereitstellung von Fördermitteln und Beratungsangeboten, die speziell auf die Bedürfnisse der Campingbranche zugeschnitten sind. Insbesondere in strukturschwachen Regionen sieht der BVCD Potenzial für Modernisierungsprojekte, die nicht nur die Attraktivität der Campingplätze steigern, sondern auch die lokale Wirtschaft fördern und neue Arbeitsplätze schaffen können.

Die Grünen sind die stärksten Befürworter eines nachhaltigen und umweltfreundlichen Infrastrukturausbaus, der mit den Zielen des BVCD gut harmoniert.

Kleiderspende EU-weite Getrenntsammlungspflicht

☞ Seit dem 1. Januar 2025 ist EU-weit eine neue Getrenntsammlungspflicht für Alttextilien in Kraft getreten. Diese neue Getrenntsammlungspflicht soll sicherstellen, dass Textilien gesammelt werden, die entweder wiederverwendet oder zumindest recycelt werden können. Stark zerschlissene oder verschmutzte Kleidung eignet sich jedoch weder für die Wiederverwendung noch für das Recycling und sollte daher nicht in die Kleidersammlungen gegeben werden. Der Dachverband FairWertung e. V., der gemeinnützige Kleidersammler in Deutschland vertritt, sieht die Umsetzung dieser Richtlinie daher mit großer Sorge. „Unsere gemeinnützigen Sammlungen leiden bereits jetzt unter der Zunahme von minderwertiger und unbrauchbarer Kleidung“, erklärt Anton Vaas, Vorsitzender von FairWertung e. V. „Eine zusätzliche Belastung durch Textilabfälle könnte die Aufrechterhaltung der Sammlungen ernsthaft gefährden und damit auch die sozialen Projekte, die durch diese Sammlungen finanziert werden.“

In Deutschland werden bereits heute rund 64 Prozent der aussortierten Kleidung von privaten Haushalten über etablierte Systeme gemeinnütziger Organisationen gesammelt – eine Erfassungsquote, die in Europa einzigartig ist. Diese Textilien werden sorgfältig sortiert und entweder als Secondhand-Kleidung weiterverwendet oder einem Recyclingprozess zugeführt. Auf diese Weise erreicht das System eine Wiederverwendungs- und Verwertungsquote von mehr als 90 Prozent. Eine zusätzliche Belastung dieses Systems durch unbrauchbare Textilien würde die bewährte Infrastruktur jedoch infrage stellen. „Das bislang funktionierende System würde kollabieren, wenn es verstärkt als Abfallentsorgung missbraucht wird“, warnt Vaas.

FairWertung appelliert an die Bürgerinnen und Bürger, bewusst tragbare und saubere Textilien an gemeinnützige Organisationen zu spenden. Nicht mehr tragbare oder kaputte Kleidung sollte hingegen anderweitig entsorgt werden, etwa über die Restmülltonne. Gleichzeitig tritt der Verband dem Missverständnis entgegen, dass die Getrenntsammlungspflicht mit Bußgeldern für die Entsorgung von Textilabfällen über die Restmülltonne einhergeht. „Es gibt keine neuen Strafen für private Haushalte. Stark verschlissene oder verschmutzte Textilien sollten weiterhin über den Restmüll entsorgt werden“, so Vaas.



Wer Sammelboxen für Textilien aufstellt, die der Wiederverwertung dienen, sollte darauf achten, dass nur hochwertige Ware hier landet.



Minderwertige Textilien gehören weiterhin in den Restmüll, aber natürlich nicht wie diese Socke im öffentlichen Raum.

CampingImpulse

Jetzt für den
**NEWS-
LETTER**
anmelden!

→ Alle Infos rund ums
Management eines
Campingunternehmens –
von der Fachredaktion
direkt in Ihr Postfach.

Noch schneller,
noch aktueller,
noch mehr
Wissen.

Jetzt kostenlos
anmelden unter
www.campingimpulse.de
newsletter

Phytonics:

Solaranlagen mit blendfreien Modulen

Phytonics bringt montagefertige blendfreie Solarmodule auf den Markt, die mit einer Anti-Blend-Folie des Karlsruher Unternehmens ausgestattet sind. Mithilfe dieser Module kann das Potenzial von Solarmodulen auch dort ausgeschöpft werden, wo es bisher aufgrund von Blendung nicht möglich war bzw. vom Gutachter nicht freigegeben worden wäre. Die Anti-Blend-Wirkung wird durch eine innovative mikrotexturierte Oberfläche erzielt. Das Solarmodul behält die volle Herstellergarantie von 30 Jahren. Phytonics gibt eine Zufriedenheitsgarantie bezüglich der Anti-Blend-Eigenschaften der Folierung. Die Beständigkeit der Phytonics Anti-Blend-Folie wurde durch zahlreiche Klimakammer-Tests nach der PV-Norm IEC61215 unter Beweis gestellt.

Kontakt: Phytonics GmbH, Durmersheimer Str. 55, 76185 Karlsruhe, Tel.: 07247/9509210, info@phytonics.tech, www.phytonics.com



Foto: phytonics

Hoklartherm Livingten:

Das gläserne Wohnzimmer

Spezielle Lieblingsplätze für die Gäste auf dem Platz kreieren, kann ein USP sein. Wohnraum unter Glas hat sich zu einem prägenden Outdoor-Trend entwickelt. Vor Wind und Wetter geschützt ist man allerdings nur mit der richtigen Ausstattung wie einem robusten Wohngewächshaus. Die Nutzungsmöglichkeiten sind etwa mit den zweifarbigem Modellen Livingten und Livingten Lounge von Hoklartherm vielfältig – auch wenn das Wetter nicht mitspielt. Spezielle Aluminium-Profile und die 22 Millimeter starke ISO-Sicherheitsverglasung sorgen dafür, dass weniger Wärme nach außen verloren geht und das Haus ganzjährig nutzbar ist. Beide Modelle eignen sich als Gewächshaus-Bausatz für eine einfache Selbstmontage. Dauerhafte, belastbare Steckverbindungen machen Schrauben, Bohren und Kleben überflüssig. Die Preise für die Livingten Lounge starten bei 26.900 Euro.

Hoklartherm GmbH, Gewerbegebiet An der Süderbäke 2, 26689 Apen, Tel.: 04489/9281-0, info@hoklartherm.de, www.hoklartherm.de



Foto: DJD/Livingten



Foto: Ari Motors

Ari Motors: Jetzt auch Viersitzer

Mit dem Bruni erweitert Ari Motors sein Angebot an elektrischen Microcars um eine vierte Baureihe und den ersten Viersitzer. Der 3,07 Meter kurze und knapp anderthalb Meter breite Zweitürer ist bis zu 90 km/h schnell und bietet bei umgeklappten Rücksitzen bis zu 1.180 Liter Kofferraumvolumen. Das 15 kW starke Fahrzeug hat eine 17,3 kWh große Batterie, die laut Hersteller für Reichweiten von über 200 Kilometern sorgt. Die Ausstattung umfasst unter anderem Zentralverriegelung, ein Cockpit mit Touchscreen-Display, Rückfahrkamera und Bluetoothfunktion. In der Ausführung „Comfort“ gibt es Klimaanlage, Servolenkung und Nebelscheinwerfer sowie Verkehrszeichenerkennung, Spurhalteassistenten und einen Abstandswarner. Für Gewerbetreibende gibt es den Ari Bruni auch als Cargo-Version mit Holzboden, Verzurrösen und Trenngitter. Die Nutzlast liegt bei 270 Kilogramm. An der Haushaltssteckdose soll der Akku in vier Stunden wieder voll geladen werden können. Mit Schnellladefunktion vergehen nach Herstellerangaben etwa 35 Minuten, um die Batterie von 30 auf 80 Prozent ihres Energiegehalts zu bringen. Die Preise für den Ari Bruni beginnen bei 15.990 Euro (netto).

Kontakt: ARI Motors GmbH, Lausicker Str. 20, 04552 Borna, Tel.: 0341/97856933, info@ari-motors.com, www.ari-motors.com

Plauschen mit Ausblick: Das Glasgebäude kann schnell zum neuen Lieblingsplatz der Gäste werden.