

CampingImpulse 6-23

Das ManagerMagazin für innovative Camping- und Stellplatz-Unternehmer

Report: 17. Bayerischer Campingtag international

Rückkehr zu alter Stärke?



Ratgeber: Wetterschutz für alle Gebäude

Durchblick: So werden Sie zu einem Kneipp-Campingplatz

Einblick: Erste deutsche wissenschaftliche Arbeit zum Glamping



Liebe Leserinnen und Leser,

es ist die Zeit der Tagungen und Webinare. Die Verbände, Aussteller und Anbieter nutzen den Herbst und Winter für die Vorbereitungen der Campingunternehmer – also Sie – auf die nächste Saison. Auch CampingImpulse ist mit der DoldeAkademie eingestiegen und bietet nun ein Weiterbildungsprogramm im Internet – schauen Sie mal rein.

Ein erstes großes Event liegt aber bereits hinter uns: der 17. Bayerische Campingtag international. Er fand nach einer Unterbrechung wieder im fränkischen Bad Windsheim statt und das war gut so. Die Ausstellerzahl war überschaubar, aber umfassend, die Teilnehmer zahlreich, aber nicht üppig und die Workshops und Referate kurzweilig und informativ. Der Austausch klappte und es war ein gelungener Mix aus Hören, Sprechen und Sehen – aber die Beteiligung muss ansteigen.

Über dem Campingtag schwebte das 60. Jubiläum des bayerischen Landesverbands mit seinem Vorsitzenden Georg Spätling, der sich die lobenden Festreden verdient hatte, denn ohne ihn und sein Team gäbe es keinen Campingtag – weder in Bayern noch in Norddeutschland, wage ich zu behaupten. Als vor fast 20 Jahren erstmals eingeladen wurde, gab kaum jemand einen Pfifferling auf den Erfolg – die Landesverbände waren zwar schon geeinigt, aber so ein Vorhaben schwerlich umzusetzen. Es ist Spätling mit dem LCB aber gelungen und dafür gilt ihm großer Dank. Das Team von CampingImpulse kann sich da nur anschließen und hat im Report den aktuellen Campingtag thematisiert.

In diesem Sinne viel Spaß bei der Lektüre

Ihr
Raymond Eckl
Chefredakteur

Inhalt

		Seite
INTERVIEW	mit Uwe Frers von PinCamp über die Kooperation mit ANWB und TCS	4
MAGAZIN	Neues aus und für die Branche	6
PANORAMA	Neues von den Campingplätzen	10
REPORT	17. Bayerischer Campingtag international – zurück zu alter Stärke?	14
TERMINE	Messen im Frühjahr, die Campingunternehmer weiterbringen können	31
RATGEBER	Intelligente Beleuchtung von Verkaufsräumen	32
	Moderne Kammerjäger – so vermeiden Sie Ungeziefer	34
	Vorsicht vor falschen Beratern	35
	Zeugnisse richtig lesen	36
	So wird der Campingplatz digital	38
DURCHBLICK	So schützen Sie sich vor Einbrechern	40
	Das müssen Sie bei der Vermietung beachten	44
EINBLICK	Arbeitskleidung als Weihnachtsgratifikation	46
	Wer darf ausbilden?	48
	Was ist energetische Sanierung?	49
WEITBLICK	Nachhaltiges für die Zukunft des Platzes	50
STANDPUNKT	Immer weiter lernen	52
NEUE PRODUKTE	Alles für den Platz	53
ÜBERBLICK	Wer liefert eigentlich Hochentaster?	56



Foto: PinCamp

„Wir haben ein einzigartiges Potenzial“

Der ADAC, der niederländische ANWB und der Touring Club Schweiz fusionieren ihre bestehenden Camping-Aktivitäten in einer gemeinsamen Gesellschaft, die im Januar 2024 als PinCamp GmbH startet. Die drei Gesellschafter investieren 6,6 Millionen, um das weitere Wachstum in anderen europäischen Märkten sicherzustellen. CI sprach mit Uwe Frers über die Zukunft von PinCamp.

CI: Herr Frers, drei große Autoclubs bündeln ihre Kräfte im Bereich Camping. Bevor wir in die Details gehen: Was ist der Hintergrund dieser Entscheidung?

Uwe Frers: Unsere Branche verändert sich zunehmend, fast monatlich werden neue Übernahmen vermeldet. Diese Konsolidierung wird sich beschleunigen, sowohl bei den Camping-Betrieben als auch bei den Vertriebspartnern. Große internationale Unternehmen, die mit sehr viel Risikokapital ausgestattet sind, versuchen, eine beherrschende Stellung in unserer Branche zu erlangen. Für einzelne nationale Marktteilnehmer wird es immer schwieriger werden, in diesem sich verschärfenden internationalen Wettbewerb zu bestehen. Das gilt auch für ADAC, ANWB und TCS. Die drei Automobilclubs unterstützen die Branche bislang unabhängig seit über 70 Jahren, partnerschaftlich, verlässlich und auf Augenhöhe mit den Campingunternehmern. Mit dieser gemeinsamen Philosophie und der Kontinuität als Basis wollen wir unsere Kräfte bündeln und ein Gegenmodell zu den mit Risikokapital ausgestatteten und auf Marktbeherrschung ausgerichteten Plattformen aufbauen.

CI: Damit entsteht ein neuer, großer Player. Wird PinCamp damit nicht doch das Booking.com der Campingbranche? Werden damit auch Campingplatzbetreiber ein Spielball der Plattformökonomie?

Uwe Frers: Ganz klares Nein. 70 Jahre gemeinsame Tradition verpflichtet. Auch den Zukunftsmarkt Internet werden wir gemeinsam mit der Campingbranche entwickeln, nicht gegen sie. Und mit dieser Philosophie unterscheiden sich die Automobilclubs ADAC, ANWB und TCS deutlich von den großen, börsennotierten Hotelbuchungsplattformen, die jedes Quartal hohe Gewinne ausweisen müssen. Die Digitalisierung der Campingbranche bietet insbesondere kleinen und mittelständischen Unternehmen eine große Chance. Diesen großen Schritt können wir nur gemeinsam innerhalb der Branche gehen.

CI: Können Sie diese Strategie langfristig durchhalten? Oder besteht nicht die Gefahr, dass PinCamp irgendwann von einem noch größeren Plattformbetreiber einfach geschluckt wird?

Uwe Frers: Mit der Bündelung der Campingaktivitäten von ADAC, ANWB und TCS und der Investition von weiteren 6,6 Millionen Euro in die Entwicklung eines gemeinsam betriebenen Campingbuchungsportals setzen die Clubs ein unmissverständliches Signal an die Branche: Wir schaffen eine langfristige Basis, um unsere historisch gewachsene Partnerschaft mit den Campingunternehmern auch in der digitalen Welt fortzusetzen. Wir werden auch in den nächsten sieben Jahren das Wachstum von Camping unterstützen. Und aufgrund ihrer Struktur werden ADAC, ANWB und TCS mit ihren Aktivitäten auch in Zukunft nicht zum Verkauf stehen, egal wer wie viel Risikokapital bietet.

CI: Welche Vorteile ergeben sich für die Campingplätze aus der neuen großen Einheit?

Uwe Frers: Deutsche, niederländische und schweizer Camper verbringen jedes Jahr über 130 Millionen Nächte auf Campingplätzen. Durch den Zusammenschluss der drei Länderorganisationen liefert PinCamp Campingplätzen ca. 30 % des gesamten Marktes aus einer Hand – eine echte Umsatzchance. Zudem vereinfachen wir durch die Zentralisierung Prozesse und reduzieren den Aufwand für den Campingplatz-Betreiber. Aufgrund der unterschiedlichen Ferienzeiten in den drei Ländern sorgt PinCamp zusätzlich für eine gleichmäßigere Auslastung der Campingplätze, insbesondere in der Nebensaison. Und mit dem Zugang zu über 28 Millionen Mitgliedern

unserer Clubs bieten wir Campingplatz-Betreibern einen einzigartigen Vorteil.

CI: Warum konzentrieren Sie sich so stark auf die Online-Buchung?

Uwe Frers: Durch den Camping-Boom der letzten Jahre ist die Nachfrage nach Camping nochmals gewachsen. Immer mehr Menschen wollen auf Campingplätzen übernachten. Das größte Problem dabei für Camper: Sie wissen nicht, wo noch ein freier Platz zu finden ist. Mit der Darstellung von Preisen und Verfügbarkeiten von mehr als 3.000 online buchbaren Campingplätzen lösen wir mit PinCamp das Problem der Camper. Und wir schaffen einen echten Mehrwert für die Campingplätze: Wir bringen Umsatz für noch freie Campingplätze, die ansonsten wahrscheinlich gar nicht gefunden worden wären. Das ist eine enorme Chance, auch für kleine bis mittlere Betriebe, die sich keine Werbung leisten können.

CI: Sie haben frisches Kapital eingesammelt. Bauen Sie jetzt auch einen eigenen Channel-Manager wie der BVCD? Oder kaufen Sie ein PMS-System?

Uwe Frers: Für jeden Bereich gibt es Spezialisten. Als PinCamp wollen wir Campingplätze in Europa online buchbar machen. Wir wollen das beste Portal bauen, um Camper mit Campingplätzen zu verbinden. Wir wollen die besten Inhalte zeigen und die bestmögliche Transparenz bei noch buchbaren Plätzen bieten. Das ist eine sehr anspruchsvolle Aufgabe, auf die wir uns auch zukünftig voll konzentrieren müssen. Deswegen setzen wir bei der technischen Anbindung auf Partnerschaften. Wir haben mittlerweile viele Channel-Manager und PMS-Systeme in ganz Europa direkt an das Buchungssystem von PinCamp angebunden. Wir schätzen die Partnerschaften zu diesen technischen Intermediären sehr und werden nicht in deren Marktsegment eindringen.

CI: Wer hat in der neuen gemeinsamen Firma das Sagen? Und werden im Rahmen der Zusammenführung Mitarbeiter entlassen?

Uwe Frers: Der ADAC bleibt mit 52,5% Anteilen der Mehrheitsgesellschafter, der ANWB hält 42%, der TCS 5,5%. Das Management erweitern wir mit Roel Clay, einem Kollegen aus den Niederlanden, auf drei Personen. Strategische Entscheidungen werden vom Aufsichtsrat getroffen, der mit jeweils einem Vorstand der drei Gesellschafter besetzt ist. Mitarbeiter entlassen wir keine, im Gegenteil: Durch die Integration der niederländischen Kollegen und die Einstellung weiterer Softwareentwickler wächst die Mitarbeiterzahl auf über 80, die Signale stehen also auf Wachstum. Das Team von PinCamp besteht bereits jetzt aus 22 Nationen, die Firmensprache ist Englisch. Das vereinfacht die Einbindung der neuen Kollegen aus den Niederlanden.

CI: Es gab vor einigen Jahren bereits eine Kooperation zwischen ANWB und ADAC bei der Inspektion und Klassifikation. Die Vereinheitlichung der Klassifikation hat damals zu viel Unmut bei den Campingplatz-Betreibern geführt. Das wurde dann wieder geändert. Wiederholt sich diese Geschichte jetzt nochmals?

Uwe Frers: Nein, die unterschiedlichen Sterne-Klassifikationen der Campingplätze sind von der Fusion nicht betroffen. Die Klassifikationen von ADAC, ANWB und TCS werden weiterhin auf Basis eigener Algorithmen unabhängig voneinander ermittelt und auf pincamp.de, pincamp.ch und anwbcamping.nl spezifisch ausgespielt.



Zu alter Stärke

Der 17. Bayerische Campingtag International fand nach fünf Jahren wieder im fränkischen Bad Windsheim statt. CI war dabei.

Text und Fotos: Raymond Eckl und Lina Kegel

☞ Über 20 Millionen Campingübernachtungen allein in Bayern pro Jahr rechnet sich Georg Spätling bei seiner Eröffnungsrede den derzeitigen Boom beim Camping schön. Er berücksichtigte dabei die Dauercamper ebenso wie die Wildcamper. Daraus würden 5 Milliarden Umsatz generiert. Da sollten sich die Hersteller mal eine Scheibe abschneiden. Die Campingwirtschaft sei nämlich der Hund und nicht der wedelnde Schwanz. Zum 17. Bayerischen Campingtag und dem 50. Jubiläum seines Landesverbandes war Spätling sichtlich stolz auf die Eröffnungsbühne getreten. Nach einer Pause war wieder Bad Windsheim in Westfranken der Veranstaltungsort für den Campingtag geworden und zugleich Plattform für die Feier zum 50. Drei Tage waren veranschlagt und alle Tugenden des renommierten Campingtages sollten zum Tragen kommen. Durch das Programm führte Moderatorin Kristina Lorenz, die Organisation hatte die Projektagentur Kegel im Griff, 23 Aussteller präsentierten ihre Neuheiten und 60 Gäste waren angemeldet. Darunter aber auch viele Wegbegleiter aus den Jahren und dementsprechen groß war die Freude.

Eine lange Geschichte

Der LCB wurde am 7. November 1973 im Löwenbräu-Keller in München von 70 bayerischen Campingunternehmern gegründet. Hannes Schießl, als Sohn des Gründungsmitglied Robert Schießl, hielt darauf einen launigen Rückblick mit viel Pathos und einigen Anekdoten. Die Entwicklung von seinem Camping Wechselbrunn



Im Kongresszentrum in Bad Windsheim präsentierten 23 Aussteller ihre neusten Produkte und Dienstleistungen für den Campingbereich.

in Bodenwöhr stellte er stellvertretend für die Entwicklung des Verbandes mit allen Höhen und Tiefen dar. Zum 25. übernahm Georg Spätling den Job von Robert Schießl, was Hannes Schießl als großes Glück empfand, da er so außen vor blieb und nicht in die Verbandsschuh seines Vaters treten musste. Sein Blick in die Zukunft ist aber eher positiv gestimmt.

Es folgte die Laudatio von Ministerialdirigent Dr. Johann Niggel vom Tourismus im Bayerischen Wirtschaftsministerium, das am selben Tag zum Bayerischen Landwirtschafts-

ministerium wechselte. Der Koalition mit den Freien Wählern geschuldet wurde dies beschlossen. Camping als Wirtschaftszweig ist auch für ihn sehr bedeutend und wird durch den Wechsel ins Landwirtschaftsministerium noch bedeutender.

Wolfgang Wagner, Prokurist im Bayern Tourismus Marketing GmbH, stieß ins selbe Horn und feiert den Verband und seinen Vorsitzenden. Allerdings kommt auch er nicht umhin den gesamten Campingboom in den Vordergrund zu stellen, was der Verband aber auch initiiert hatte. Beispiele wie Imagevideos und Glamping nennt er dabei als Vorreiter.

Oliver Behrens vom BVCD, selbst Campingchef in Rostock, ehrt von höchster Stelle, da Präsident Stefan Zierke im Bundestag unabhkömmlich war. Für ihn ist Bayern das Italien Deutschlands, was er als Lebensgefühl verstanden haben will. Werte erhalten, Neues erschaffen, ist für ihn das gelungene Motto der Veranstaltung und sieht sich auf Bundesebene berufen, Finger in gesamtdeutsche Wunden zu legen, die auch Bayern betreffen, wie Wildwuchs beim Stellplatzausbau, den Campingchannel-Manager oder das Camping-Leitsystem, das aber Bayern schon sehr weit vorangetrieben hat. Den Bayerischen Campingunternehmern legt er den schnellen Beitritt zum Channelmanager nahe und sieht so die Möglichkeit, anderen Plattformen den Nährboden zu entziehen.

Laudator Nummer 3, Marco Knöpfle, früher Walter, von Ecocamping brachte auf den Punkt, dass der LCB eigentlich der Gründer für Campingtage in Deutschland war. Fast 20 Jahre stemmt der Verband in Verbindung mit den Mitgliedern, der Projektagentur Kegel und anderen Unterstützern die Veranstaltung – viele Jahre in Bad Windsheim. Zum Jubiläum gab es einen Apfelbaum und den Domain-Namen www.camping-leitsystem.de, der eigentlich in den Händen von Ecocamping war.

Thomas Rinner vom Campingplatzbetreiberverband Südtirol macht den internationalen Abschluss und sieht mit den Bayern eine lang-



Laudator und langjähriger Wegbegleiter der Campingtage in Bayern, Hannes Schießl, berichtete kurzweilig launig über 50 Jahre LCB, die sehr stark von seinem Vater Robert Schießl und Georg Spätling geprägt waren.

Digitalisieren wir uns selbst!

*Die Online-Buchungswelle kommt immer mehr ins Rollen.
Wie kann der deutsche Campingmarkt auf ihr reiten?*

Von Christian Günther

☞ Was haben Taxifahrer, Musiker und Einzelhändler gemeinsam? Ihre wunderbar funktionierenden Geschäftsmodelle wurden durch die Digitalisierung mächtig durcheinandergewirbelt. Was das mit unserer Campingbranche zu tun hat? Eine ganze Menge – von diesen Beispielen können wir wunderbar lernen. Aber der Reihe nach:

- Uber hat den Taximarkt verändert, indem es eine Plattform für die Vermittlung von Fahrern und Fahrgästen geschaffen hat.
- Amazon hat den Einzelhandel durch seine Online-Shopping-Plattform und den Fokus auf schnelle Lieferungen und Dienstleistungen wie Amazon Prime grundlegend verändert. Es hat den Weg für den E-Commerce und den Online-Handel geebnet.
- Spotify löste den Kauf von physischen Musikträgern und den Download von Musiktiteln weitgehend ab. Es lassen sich schon beginnende Parallelen ziehen: Ähnlich wie Uber bieten Webseiten für das sogenannte „Microcamping“ Winzern, Bauern und auch Privatleuten die Möglichkeit, schnell und einfach freie Flächen für Camper anzubieten. Durch den Anfang November vermeldeten Zusammenschluss des ADAC, mit dem TCS und ANWB, nimmt diese Dynamik erkennbar zu.

Die Vorzeichen stehen also ganz klar auf Veränderung, eine Veränderung, wie sie andere Märkte schon hinter sich haben. So auch in der Hotellerie geschehen, von allen Beispielen der Campingbranche am nächsten. Dort ist booking.com der größte Player und so mancher Hotelier fühlt sich dem gegenüber ohnmächtig.

Gustav Heinemann hat treffend formuliert: „Wer nichts verändern will, wird auch das verlieren, was er bewahren möchte.“ Und genau da sollten wir als Branche ansetzen. Wir sollten nicht träge abwarten, denn diese Beispiele bedienen alle unterschiedlichen Produkte und bieten doch denselben Ausgang. Wir haben es mit technologisch-gesellschaftlichen Veränderungen zu tun, denen wir uns nicht entziehen können und wir sind keine Gallier mit Zaubertrank!



Foto: Studio Anka Bardeleben

Christian Günther bleibt auch ohne BVCD der Campingbranche erhalten und hat seine Meinung.

Der Schlüssel für eine erfolgreiche Veränderung ist dabei, die Daten über das Angebot von Campingplätzen und die Nachfrage der Camper zu bündeln.

Genau hier setzt die CampNerd GmbH & Co. KG mit ihrem Produkt Changer an. Der Changer ist ein Channel Manager, sprich ein Werkzeug, um die Daten zu streuen. Denn Portale sind ja nicht schlecht, ganz im Gegenteil! Wir sehen genug Beispiele, dass sie große Reichweiten erzielen, inspirieren und vor allem ausländischen Gästen den Zugang zum Angebot erleichtern. Was es braucht, ist Wettbewerb unter den Portalen und dass auch innovative Neueinsteiger Zugang zu den Daten haben können. Nur dann erzeugen wir im Markt eine Streuung, verhindern ein „gegeneinander“ der Marktakteure und schaffen einen Nutzen für die Gäste. Und deshalb können Sie zum Beispiel schon heute auf Pincamp, Pitchup, Camping-Deutschland und bald auf weiteren Seiten sowie den Landesverbänden buchbar sein. Das erhöht langfristig Ihre Reichweite ohne Mehraufwand, da Sie nur ein System und nicht viele pflegen – so minimieren

Sie Doppelbuchungen, sparen Zeit und erhöhen Ihren Umsatz. An CampNerd sind der BVCD, vier Landesverbände und schon über 20 Campingplätze als Gesellschafter beteiligt. Damit möchten wir sicherstellen, dass die Datenhoheit in der Branche bleibt. Denn wenn es jemand anderes macht, dann haben wir die Problematik nur verlagert und nicht gelöst, d. h. dann schauen wir vielleicht nicht kritisch auf Portale, sondern auf Softwareanbieter oder andere Channel Manager.

Deshalb möchte ich Sie ermuntern, sich mit dem Produkt aus der Mitte unserer Branche vertraut zu machen, sich zu registrieren, es zu nutzen und sich gern als Gesellschafter zu beteiligen. Sprechen Sie uns gern an oder melden Sie sich bei Ihrem Landesverband. Beim Thema Digitalisierung haben wir jetzt die Möglichkeiten und stellen jetzt die Weichen für die Campingbranche der Zukunft!

Home One: Smarte Sauna-Module

Home One bringt ein neues Produkt, das mehr Flexibilität verspricht – die modulare Cabin Sauna. Das überarbeitete Produkt kommt mit einem leistungsstarken Huum Ofen, einem überarbeiteten Design und smarter Technologie, um gepflegtes Wellness-Erlebnis auf dem



Fotos: Home One

Campingplatz zu bieten. Das Sauna Grundmodul wird ergänzt von Vorraum und Außendusche. So kann ein komplettes Wellness-Paket an jeder Stelle auf dem Platz angeboten werden. Die Sauna wird auf vier bauseitig erstellten Punktfundamenten montiert. Die Maße des Grundmoduls betragen 3,12 mal 2,50 mal 2,70 Meter. Wer mehr Platz anbieten möchte, erweitert das Grundmodul um den Vorraum mit Eingangstür, Beleuchtung, Sitzbank und Brillenablage. Wer zusätzlich eine Außendusche mit Terrasse und Sichtschutz anbieten möchte, erweitert um die 1,09 mal 2,50 mal 2,70 Meter messende Sauna- Außendusche. Das Grundmodul besteht aus 100 Millimeter dicken CLT-Platten. Die Cabin Sauna All-Inclusive kostet für gewerbliche Kunden inkl. Vorraum und Außendusche mit Notsignal optisch und akustisch, Erste-Hilfe-Koffer nach DIN13157 und Abfallbehälter kostet netto 21.692,08 und brutto 25.813,58 Euro.



KONTAKT: Home One GmbH, Schlesische Straße 29-30, 10997 Berlin, hello@home-one.com, www.home-one.com

Carhartt: Arbeitsschuh Carter

Der neue Arbeitsschuh Carter, ein S3-zertifizierter Lederstiefel, überzeugt durch seine benutzerfreundliche Pull-On-Funktion. Die Glasfaser-Zehenschutzkappe, das voll gepolsterte Fußbett und die robuste Gummilaufsohle aus antistatischem, öl- und hitzebeständigem Material erfüllen alle Sicherheitsstandards und gewährleisten gleichzeitig maximalen Komfort und Schutz. Erhältlich für 229,99

Euro. Neben dem Modell Carter, führt Carhartt weitere Arbeitsschuhe im Sortiment, die mit optimierter Passform, Aluminium-Zehenschutzkappen oder hohem Schaft für zusätzlichen Schutz sorgen.

KONTAKT: Carhartt B.V., Cruquiusweg 109-D, 1019 AG, Amsterdam, Tel.: 0049-203/80480560, kundenservice@carhartt.com, www.carhartt.com



Foto: Carhartt

Campingbutler Ecoline: Sparsam und preiswert

Geschäftsführer Simon Freutel nennt es sein ökonomisches Preis-Leistungs-Wunder und erhofft sich einen Schub bei der Akzeptanz der Campingunternehmer für seine automatische Kassettentoilettenreinigung. Schnell, sparsam und unschlagbar im Preis soll die neue Camping Butler Ecoline sein. Sie vereint jahrelange Erfahrung im Bereich der vollautomatischen Kassetteneinigung mit deutscher Ingenieurskunst. Selbstverständlich in gewohnter Butler-Qualität, aber unter Verzicht auf viel Edelstahl. Die Reinigungsdauer beträgt weiterhin zwei Minuten und soll bei weniger Wasserverbrauch ein verbessertes Reinigungsergebnis bis hin zur Covid-19-Desinfektion erzielen. Die Kosten sollen unter 15.000 Euro liegen. Den Ver-

trieb übernimmt in Zukunft auch Reisch-Tec, der mit Ver- und Entsorgungssäulen seit Jahrzehnten den Markt beackert.

KONTAKT: W+F Engineering GmbH, Monforts Quartier 32, 41238 Mönchengladbach, Tel.: 0160 378 28 28, simon.freutel@camping-butler.de, www.camping-butler.de



Foto: Eckl

Gardena: Blind Brush

Das Gardena Cleansystema bietet für jede Anwendung die richtige Kombination und wird ab der kommenden Saison um den UV-beständigen und frostsicheren Blind Brush erweitert. Das Entfernen von Staub und Schmutz von Außenjalousien mit C- oder Z-förmigen Lamellen ist dank seiner Borstenanordnung denkbar einfach. Die Borsten umschließen die Lamellen und das Wasser von oben und unten sorgt für eine gründliche Reinigung. Um auch tief liegende Lamellen bequem reinigen zu können, kann der Bürstenkopf auf beiden Seiten um 90 Grad gedreht werden. Die Verwendung der Shampoo Wax Sticks ist auch für den Blind Brush möglich.

KONTAKT: Gardena Deutschland GmbH, Hans-Lorenser-Str. 40, 89079 Ulm, Tel.: 0049-731/490-123, service@gardena.com, www.gardena.com



Foto: Gardena