
Campingtourismus in Fröndenberg

Konkretisierende Machbarkeitsstudie zu einem Campingangebot in der Stadt Fröndenberg



Schlussbericht



Inhaltsverzeichnis

1.	Problemstellung und Auftrag.....	3
2.	Überblick über den Camping- und Wohnmobiltourismus und die Campingwirtschaft in Deutschland.....	6
2.1	Touristische Unterkunftsformen in Hotellerie und Parahotellerie	6
2.2	Campingausrüstungen.....	10
2.3	Campingplätze und Parzellen	13
2.4	Campingnachfrage und Auslastung	18
2.5	Sonderbetrachtung Dauercamping	25
2.6	Sonderbetrachtung Reisemobilstellplätze – Wohnmobilhäfen.....	28
2.7	Zusammenfassung der Entwicklungen und Trends in Ihrer Auswirkung für Fröndenberg.....	29
3.	Betrachtung der Wettbewerbssituation für Camping- und Wohnmobilangebote im Raum Fröndenberg.....	32
4.	Zielgruppen und konzeptionelle Eckpunkte für ein Campingangebot in Fröndenberg mit Überlegungen zu Größe und Ausstattung	35
5.	Standortdiskussion	36
6.	Konzeptionelle Überlegungen, Raumprogramm sowie Skizzierung der Bau- und Einrichtungskosten	43
7.	Ergebnisschätzung, Wirtschaftlichkeitsüberlegungen und wirtschaftliche Auswirkungen auf Fröndenberg	46
8.	Investition, Betrieb und weiteres Vorgehen	52



1. Problemstellung und Auftrag

Schon seit mehreren Jahren beschäftigen sich Rat und Verwaltung der Stadt Fröndenberg / Ruhr mit der Ansiedlung eines Campingangebots im Stadtgebiet. Veranlassung gibt neben anderen positiven Entwicklungen die verstärkte Nachfrage nach dem Ruhrtal-Radweg, der durch Fröndenberg führt.

Dies führte dazu, dass die damalige Fraktion der SPD im Rat der Stadt Fröndenberg dem Sachverständigen im Juni 2011 den Auftrag erteilte, im Rahmen einer Tagesberatung sechs vorgeschlagene Standorte für einen möglichen Campingbetrieb zu bewerten. Im Ergebnis zeigte sich, dass kein Standort ideal ist, dass aber an einigen Standorten durchaus Möglichkeiten bestehen.

Die Überlegungen für einen Campingbetrieb in Fröndenberg resultieren aus der Tatsache, dass die ehemals durch die eisenverarbeitende Industrie geprägte Stadt im Schnittpunkt von Ruhrgebiet, Sauerland, Ostwestfalen und direkt an der Ruhr liegend, sich in den letzten Jahren touristisch sehr gut entwickelt hat. Fröndenberg liegt direkt am Ruhrtal-Radweg, der sich in den letzten Jahren zu einem der beliebtesten Radwegen Deutschlands entwickelt hat. Weitere touristische Angebote, insbesondere im Bereich Aktivtourismus mit dem Westfalen-Weg und zwei sehr attraktiven direkt nebeneinander liegenden Golfanlagen, ziehen verstärkt Tages- und Übernachtungsgäste an und die Hotellerie hat eine sehr gute Angebotsentwicklung vorgenommen. Diese Entwicklung soll durch Camping als ein weiteres Übernachtungsprodukt gefördert werden.

In der Folge dieser Eintagesberatung, zu der ein Kurzbericht angefertigt wurde, unterbreitete der hier vortragende Sachverständige der Stadt Fröndenberg das Angebot zu einer konkretisierenden Machbarkeitsstudie.

Nachdem in 2012 von ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH, Köln, ein Tourismuskonzept für die Stadt Fröndenberg im Auftrag der Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Unna vorgelegt wurde, in dem die Umsetzung eines Wohnmobilhafens oder eines Campingplatzes kurz- bis mittelfristig vorgeschlagen wurde, wurde von Seiten der Wirtschaftsförderungsgesellschaft im Kreis Unna (WFG) mehrfach angefragt, ob das damalige Angebot noch aufrechterhalten werde. Eine Auftragserteilung erfolgte dann schließlich im März 2014 durch die WFG. Die fachliche Begleitung des Auftrages sollte dabei stets über die



Stadt Fröndenberg erfolgen, wo nach Auftragserteilung dann am 14. Mai 2014 ein Auftaktgespräch mit dem Leiter Fachbereich III Bauservice der Stadt Fröndenberg, Herrn Martin Kramme, und der Mitarbeiterin, Frau Garder-Manz, stattfand.

Bei diesem Gespräch wurde der Auftrag, der im Grunde noch auf ein Angebot aus 2011 zurückging, dahingehend erweitert, dass im Sinne der Erkenntnisse von ift im Tourismuskonzept auch Standorte für einen Wohnmobilhafen hinzukommen sollten.

Im Bericht zur Eintagesberatung aus dem Jahr 2011 wurden sechs Standorte für einen Campingplatz dargestellt und bewertet. Es handelt sich dabei um folgende Standorte:

1. Stadtteil Dellwig am Radweg südlich des Umspannwerks
2. Bei der Kuhbrücke
3. Freibad Dellwig
4. Gelände im Rückhaltebecken oberhalb des Freibades und das darüber liegende Gelände
5. Tennisplätze und Bolzplatz unterhalb des Freibades / oberhalb Freibadparkplätze
6. Stadtteil Westick beim Stadion und der Marinekameradschaft

Diese Standorte wurden im Vorfeld zu diesem Gutachten planerisch geprüft und es zeigten sich zu vier Standorten erhebliche Bedenken bezüglich Landschaftsschutz und Hochwasser und bei zwei Standorten Bedenken bezüglich der geringen Größe bzw. der Ferne zu den Versorgungseinrichtungen. Dafür wurde von Seiten der Verwaltung zunächst ein weiterer Standort für einen Campingplatz ins Gespräch und damit zur Prüfung gebracht, und zwar

7. Am Klingelbach westlich oder östlich der Kleingärten

Ferner wurde gebeten, für einen Wohnmobilhafen mehrere Standorte, insbesondere bei Einkaufszentren / Verbrauchermärkten, zu prüfen und auch zu prüfen, ob ein vergrößerter ständig betriebsbereiter Wohnmobilhafen am Rathaus nicht auch eine Alternative oder eine Ergänzung für ein Campingangebot darstellen könnte. Dies würde dort möglich, da Mitarbeiterparkplätze auf einem benachbarten Gelände neu eingerichtet werden könnten.

Nach diesen Informationen wurden der neue Standort 7 sowie die genannten möglichen Standorte für Wohnmobilhäfen begangen und dazu Foto- und Phonoprotokolle angefertigt. Da das Prüfungsergebnis nicht sehr eindeutig war, wurde im September 2014 ein Zwischenbericht gefertigt.



Dieser Zwischenbericht sollte am 27. November 2014 dem Ausschuss für Stadtentwicklung und Umwelt präsentiert werden. Diese Präsentation konnte krankheitshalber leider nicht stattfinden. Auch der der Stadtverwaltung übermittelte Zwischenbericht wurde in den Gremien nicht vorgestellt, da mittlerweile gemeinsam mit der Kreisverwaltung Unna ein weiterer Standort bei einem Ortstermin ermittelt wurde. Es handelt sich um

8. Schlagstück südlich der Gleisanlagen und direkt westlich im Anschluss an die Kläranlage

Nach einer Besichtigung dieses Grundstücks am 13. Januar 2015 zeigte sich, dass dieses am ehesten Realisierungschancen für einen Campingbetrieb erkennen lässt. Deshalb wurde aus dem gefertigten Zwischenbericht nunmehr nach Erweiterungen der Schlussbericht entwickelt, der am 5. Februar 2015 in Fröndenberg präsentiert werden soll.



2. Überblick über den Camping- und Wohnmobiltourismus und die Campingwirtschaft in Deutschland

2.1 Touristische Unterkunftsformen in Hotellerie und Parahotellerie

Touristische Unterkunftsformen können in die beiden großen Bereiche Hotellerie und Parahotellerie unterteilt werden. Die Parahotellerie kann unterteilt werden in:

- Privatzimmer
- Ferienhäuser und Ferienwohnungen
- Heuhotels
- Jugendherbergen
- Camping

Camping ist, wie Ferienhäuser oder Jugendherbergen, der sog. Parahotellerie (Nebenhotellerie) zuzuordnen, obwohl Campingparks in der Regel gewerblich betrieben werden. Sie stellen innerhalb der Parahotellerie den wichtigsten Zweig dar.

Unter Camping wird gemeinhin ein zum Zweck der Erholung überwiegend im Freien geführtes Urlaubs- und Naherholungsleben mit zeitweiligem Aufenthalt in einer transportablen Unterkunft (Zelt, Wohnwagen, Caravan, Wohnmobil, Reisemobil, Motorcaravan, Mobilheim, „Wohncontainer“) verstanden.

Eine Sonderform des Campings ist das **D a u e r c a m p i n g** oder **J a h r e s c a m p i n g**, bei dem regelmäßig zum gleichen Campingplatz zurückgekehrt wird, auf dem die Unterkunft über Monate, sogar Jahre hinweg ständig verbleibt (Caravan, Wohnwagen, Wohnmobil, Wohncontainer). Dauercamping ist daher als eine Art Wochenendhausersatz anzusehen. Es spielt sich überwiegend in der Eineinhalb-Stunden-Isochrone um die Verdichtungsräume herum ab. Zum Dauercamping im weitesten Sinne zählt auch das sog. **S a i s o n** (**D a u e r**) **C a m p i n g**. Hier wird Dauercamping nur während der Saison, also längstens für ca. sechs Monate, betrieben. Das Saisondauercamping wurde in vielen Campingbetrieben eingeführt, um der schwindenden Nachfrage von Dauercampern entgegenzuwirken. Es hat sich allenfalls bei Neueinsteigern in das Dauercamping bewährt und niemals nennenswerte Anteile am gesamten Dauercampinggeschehen erzielt.



Im Bereich der Campingwirtschaft spricht man von verschiedenen „Unterkunftsmöglichkeiten“; hier werden einige Begriffsbestimmungen vorangestellt:

Wohnwagen	=	Caravan	=	Wohnanhänger
Wohnmobil	=	Reisemobil	=	Motorcaravan
Mobilheim	=	Kleinwochenendhaus	=	Kleinferienhaus

"Caravaning" mit Caravans und Motorcaravans im Unterschied zu "Camping" mit Zelten und im Unterschied zu "Mobilhoming" mit Mobilheimen ist nicht als zulässige Begriffsunterscheidung zu gebrauchen. Wegen doppelter Begrifflichkeit sollte der Begriff „Reisemobil“ nicht verwendet werden, sondern eher der Begriff „Wohnmobil“. Mobilheime sind prinzipiell ortsveränderliche Kleinstgebäude, die auf einem Fahrwerk (5 km/h) aufgebaut werden und mit Tiefladern zum Aufstellplatz gefahren werden, wo sie mit eigenem Fahrwerk in der Regel nur noch rangiert werden. Im Prinzip sind dies Wohncontainer, wie man sie von Arbeiterunterkünften kennt, jedoch heute in einem wohnhausgleichen z.T. hochwertigen Standard. Einige Bundesländer, wie z.B. auch Nordrhein-Westfalen, haben aufgrund dieser Entwicklung ihre Campingplatzverordnungen auch zu „Wochenendplatz“-Verordnungen weiterentwickelt, um diese Art Kleinwochenendhäuser in von Bebauungsplänen definierten Bereichen des Camping- und Wochenendplatzes zuzulassen.

Campingplatz

Etwas veralteter Oberbegriff für Einzelbetriebe der Campingwirtschaft, in der Regel mit Mischbelegung Dauercamping / Touristcamping

Dauercampingplatz / Jahrescampingplatz

Campingbetrieb mit ganz überwiegender Dauercamping- / Jahrescampingbelegung bzw. Saisoncampingbelegung



Touristik(camping)platz

Campingbetrieb mit ganz überwiegender Touristikcampingbelegung

Wohnmobilplatz / -hafen, Reisemobilplatz / -hafen

ist ein Kleincampingplatz und / oder Parkplatz für autarke Sonderfahrzeuge bzw. Wohnmobile.

Mobilheimplatz

ist ein Campingplatz bzw. Wochenendplatz mit mehr als 90 % Mobilheimparzellen bzw. Kleinwochenendhäuser-Aufstellplätzen.

Ganzjahresplatz

Durchgehend ganzjährige Öffnung vom 1. Januar bis 31. Dezember

Saisonplatz

Ist meist geöffnet von Gründonnerstag bis Sonntag nach dem 3. Oktober bzw. 1. April bis 31. Oktober.

Der Bereich innerhalb eines Campingplatzes, in dem ein Zelt, ein Wohnwagen oder ein Reisemobil aufgestellt werden kann, wird als Stellplatz, Parzelle oder Standplatz bezeichnet. In den letzten Jahren hat sich jedoch die Bezeichnung „Stellplatz“ als eine Bezeichnung für Parkierflächen von Kraftfahrzeugen entwickelt, weshalb in der Campingbranche heute eher von Standplätzen oder Parzellen gesprochen wird. Die Standplätze, auf denen Kleinwochenendhäuser oder Mobilheime stehen sollen, werden in Unterscheidung dazu als „Aufstellplätze“ bezeichnet.

Stellplatz	=	Pkw oder Wohnmobil
Standplatz	=	Wohnwagen oder Zelt
Aufstellplatz	=	Mobilheim oder Kleinwochenendhaus



Camping ist somit eine Unterkunfts- bzw. Reiseform sowohl für die Urlaubsreise (mindestens 5 Tage), die Kurzreise (2 - 4 Tage) wie auch für die Naherholungsreise (1 - 2 Tage). Ferner dient das Campingangebot ganz wesentlich den sog. Rundreisenden, die nur 1 - 2 Nächte an einem Ort bleiben möchten.

Der Aufbau eines Campingplatzangebotes eignet sich für die weitere touristische Entwicklung einer Region besonders deshalb, weil

- die Gäste ihre Betten mitbringen und sie daher vor Ort nicht geschaffen werden müssen,
- die Errichtung oder Vergrößerung eines Campingplatzbetriebes binnen eines Jahres abgeschlossen sein kann,
- ein Campingplatzbetrieb auch in verschiedenen Bauphasen errichtet und damit die Investition zeitlich gestreckt werden kann,
- die Investitionen pro theoretischem Campingbett bei nur ungefähr € 2.000,-- bis € 6.000,-- liegt, wohingegen die Investitionen pro Bett in der Hotellerie je nach angestrebter Klassifizierung das Zehnfache betragen kann,
- durch relativ starke städtebauliche Konzentration nur vergleichsweise wenig Platz pro möglichem Gast in Anspruch genommen wird.

Auf Grund der Markterfordernisse entwickeln sich Campingplätze in den letzten Jahren aber verstärkt zu „Hotels in der Fläche“. Der Betriebsvergleich für Campingplätze in Deutschland des Bundesverbandes der Campingwirtschaft Deutschland e.V. stellte für 2009 durchschnittlich 21 Mietunterkünfte pro untersuchtem Betrieb fest. Im Betriebsvergleich 1999 waren dies nur zehn. Diese Entwicklung ist eine Folge der zunehmenden Multioptionalität unter den Gästen. Die sogenannten „Gewohnheits-Camper“, die einmal Camping als Unterkunfts- und Reiseform gewählt haben und es dann auch immer wieder tun, werden zunehmend weniger. An ihre Stelle treten Gäste, die eben auch einmal Camping machen möchten oder sich auf einem Campingplatz aufhalten möchten, aber gleichzeitig die Investitionen für Campingausrüstungen scheuen oder sie noch zurückstellen. Diesen Gästekreisen werden von marktorientierten Campingunternehmern zunehmend voll eingerichtete Unterkunftsobjekte angeboten.

Diese Objekte sind:

- Miet(steilwand)zelte,



- Mietcaravans mit Vorzelt,
- Miethütten (nass und trocken), z.B. Bett -und Bike-Programm Bayern,
- Mietmobilheime bzw. Miet-Kleinwochenendhäuser,
- Ferienhäuser der verschiedensten Größen
- Erlebnisübernachtungsmöglichkeiten, wie Baumhäuser, Höhlen, Lehmhütten, schwimmende Bauten (Hütten, Wohnwagen auf Pontons), Planwagen, Schäferwagen, Badekarren etc.

Mit diesem zusätzlichen Angebot auf Campingplätzen halten sich einerseits diejenigen Campingunternehmen zwar besser am Markt und erringen höhere Marktanteile; andererseits wird ein Vorteil des Campingbetriebes, nämlich dass der Gast sozusagen sein Bett selbst mitbringt, aufgelöst. Diese Campingunternehmen verändern ihre Aktivitäten damit verstärkt in den Hotelbereich mit den damit verbundenen Anforderungen. Gleichwohl ist ein qualifiziertes Angebot an Mietunterkünften in touristikorientierten Campingbetrieben heute unabdingbar und geradezu Erfolgsfaktor.

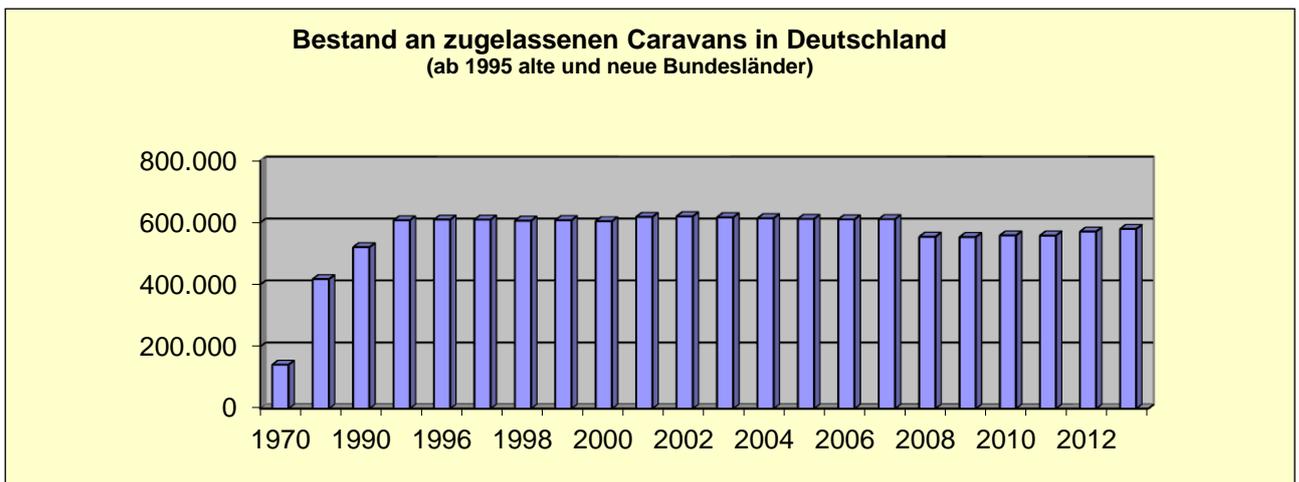
2.2 Campingausrüstungen

Entsprechend der Verkaufszahlen der letzten Jahre lagern in „deutschen Kellern und Garagen“ zurzeit ca. 9 Mio. bzw. in 14 % aller deutschen Haushalte Zeltausrüstungen. Weitere 550.000 Haushalte haben entsprechende Anschaffungsabsichten. Das Zelt, insbesondere das kleine Wander- und Fahrradzelt, hat in den letzten Jahren eine unerwartete Renaissance erlebt. Unter den Besitzern von Campingausrüstungen sind die jüngeren bis mittleren Altersgruppen überproportional vertreten, außerdem Angestellte, Beamte und Facharbeiter mit mittlerem bis höherem Einkommen. Junge Leute unter 30 Jahren haben hier am häufigsten Kaufpläne. Es kommen also immer mehr, insbesondere junge Menschen, auf die einfache Unterkunftsform des Zeltes zurück. Rechnet man pro Zelt zwei „theoretische Campingbetten“, so ergeben 9 Mio. Zeltausrüstungen rund 18 Mio. potenzielle Campingbetten.

Zur Mitte des Jahres 2013 waren rund 580.000 Wohnwagen in Deutschland zum Straßenverkehr zugelassen, inklusive rund 20.000 Klapp- und Faltcaravans. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass Fahrzeuge, die unterjährig an- und wieder abgemeldet werden, nicht von der Statistik des Kraftfahrt-Bundesamtes erfasst werden. Dies führt letztlich gerade bei Freizeit-

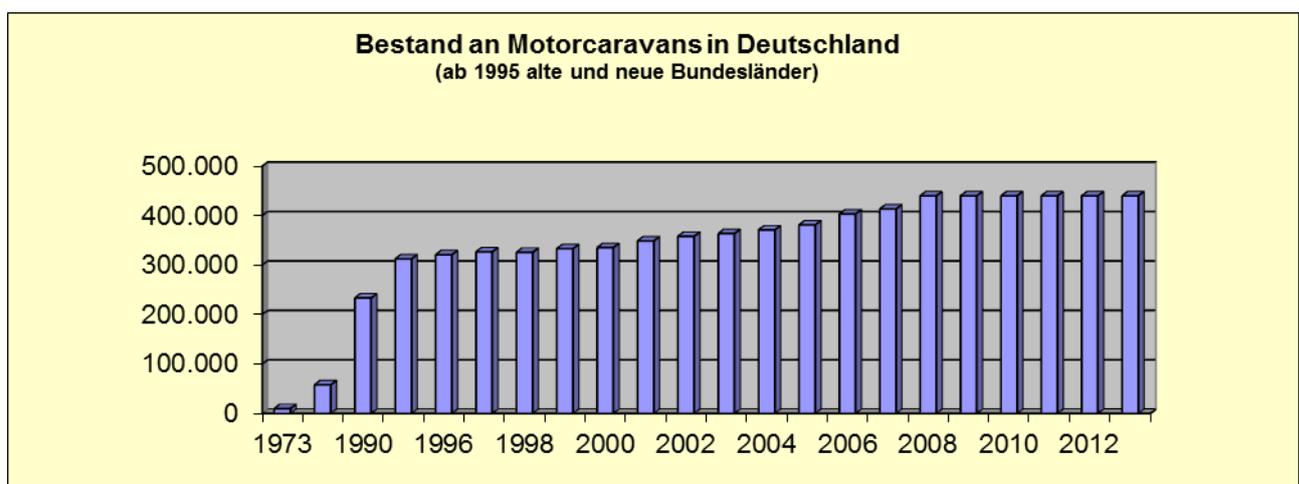


fahrzeugen zu einer negativen Verfälschung des Bestandes. In dieser genannten Zahl ebenfalls nicht enthalten sind die zum Dauercamping genutzten Wohnanhänger. Der Caravaning Industrie Verband (CIV) schätzt den Gesamtbestand an Caravans in Deutschland 2013 auf etwa 880.000, von denen mehr als 600.000 tatsächlich dem Touristkamping zur Verfügung stehen.



Quelle: Caravaning Industrie Verband e.V., 2014

Rechnet man pro Wohnwagen 3 theoretische Campingbetten, so ergibt dieses in Deutschland rund 3 Mio. in Wohnwagen vorhandene Betten. Die hochwertige deutsche Caravanindustrie ist ein bedeutsamer Exportfaktor und nur 7,5 % der in Deutschland verkauften Wohnwagen sind Importwohnwagen.



Quelle: Caravaning Industrie Verband e.V., 2014



Der offizielle Bestand an Wohnmobilen lag am 01.01.2013 bei über 353.000. Inklusive der von ihren Haltern als Pkw, Kombi oder Lkw angemeldeten Motorcaravans dürfte die Gesamtzahl laut CIVD bei über 440.000 liegen. Multipliziert man die Zahl der Wohnmobile mit ebenfalls 3 theoretischen Betten, so ergibt dies weitere ca. 1,32 Mio. Betten, die über unsere Straßen rollen können.

Ein Blick auf die Veränderung der gemeinsamen Bestandszahlen zwischen 2000 und 2013 zeigt trotz Stagnation bzw. Rückgängen beim Caravanbestand insgesamt einen Zuwachs von rund 7 %, der dadurch zustande kam, dass die Rückgänge im Caravanbestand durch die Bestandserhöhungen an Motorcaravans überkompensiert wurden.

Dabei entwickelte sich der Verkauf von Wohnwagen und Wohnmobilen zwischen 2002 und 2013 insgesamt stagnierend bzw. leicht steigend.

Zu etwas Kaufzurückhaltung führen gelegentlich die hohen Treibstoffpreise sowie die Einführung von Umweltzonen und die Feinstaubdiskussion. Bemerkenswert ist, dass der Gebrauchtwohnwagenmarkt für junge gebrauchte Wohnwagen eine sehr hohe Nachfrage erfährt. Hier deutet sich möglicherweise eine gewisse Trendwende an, die auch im Hinblick auf die Ausstattung von Wohnmobilhäfen und Campingplätzen neu zu berücksichtigen ist.

Der Einbruch bei den Verkaufszahlen von Wohnmobilen, insbesondere im zweiten Halbjahr 2008 und im ersten Halbjahr 2009, führte wegen der insgesamt hohen Bestandszahl und der außerordentlich langen Nutzungsdauer der Freizeitfahrzeuge nicht zu einem Bestandseinbruch. Seit dem Jahr 2011 hat sich die deutsche Caravanindustrie von den Auswirkungen der Finanzkrise erholt. Zu bemerken ist, dass Größe und vor allem Gewicht bei neuen Wohnmobilen deutlich rückläufig sind.

Ein Zukunftsrisiko für die Reisemobilwirtschaft für den Absatz von Reisemobilen wird nicht so sehr in der demografischen Entwicklung als vielmehr in der negativen Entwicklung der Altersinkünfte gesehen. Dies dürfte bis in ca. zehn Jahren dazu führen, dass der Absatz von Wohnmobilen gedämpft wird, wohingegen die deutlich kosten- und verbrauchsgünstigeren Wohnwagen möglicherweise wieder verstärkt nachgefragt werden.

In Deutschland stehen in den Campingbetrieben zum Dauercamping rund 80.000 Mobilheime zur Verfügung. Gerade in den neuen Bundesländern wird diese Zahl ergänzt durch ca. 20.000 ausgebaute Bauwagen, Wohncontainer und sonstige Behausungen, die im weitesten Sinne als Kleinwochenendhäuser bezeichnet werden können. Rechnet man auch hier 3 Betten pro Einheit, so ergeben sich bei rund 100.000 Einheiten etwa 300.000 Betten in Mobil-



heimen und mobilheimähnlichen Einrichtungen. Bei Mobilheimen und in Mobilheimparks ist in manchen Regionen die Tendenz zum Dauerwohnen erkennbar, da die Beschaffenheit heutiger Kleinwochenendhäuser und Mobilheime denen gut isolierter, teilweise luxuriöser Zwei-Zimmer-Wohnungen gleicht und Objekte dieser Art bei Preisen zwischen € 25.000,-- und € 100.000,-- für rund 40 qm voll ausgestattete Wohnfläche und Jahresaufstellplatzmieten von € 800,-- bis € 2.000,-- gegenüber dem Mietwohnungsbau gerade bei Senioren durchaus konkurrenzfähig sind. Einige Hersteller haben sich schon auf Senioren und Mobilitätsbehinderte durch entsprechende Produkte spezialisiert.

Inklusive Zeltausrüstungen ergibt sich in Deutschland derzeit also eine Kapazität von insgesamt über 22,6 Mio. Campingbetten. Zum Vergleich: Die gesamte deutsche Hotellerie hält nur knapp 2,6 Mio. Betten vor; demgegenüber hält die deutsche Bevölkerung selbst Campingausrüstungen mit einer Unterkunftsmöglichkeit für mehr als ein Viertel der Bevölkerung bereit.

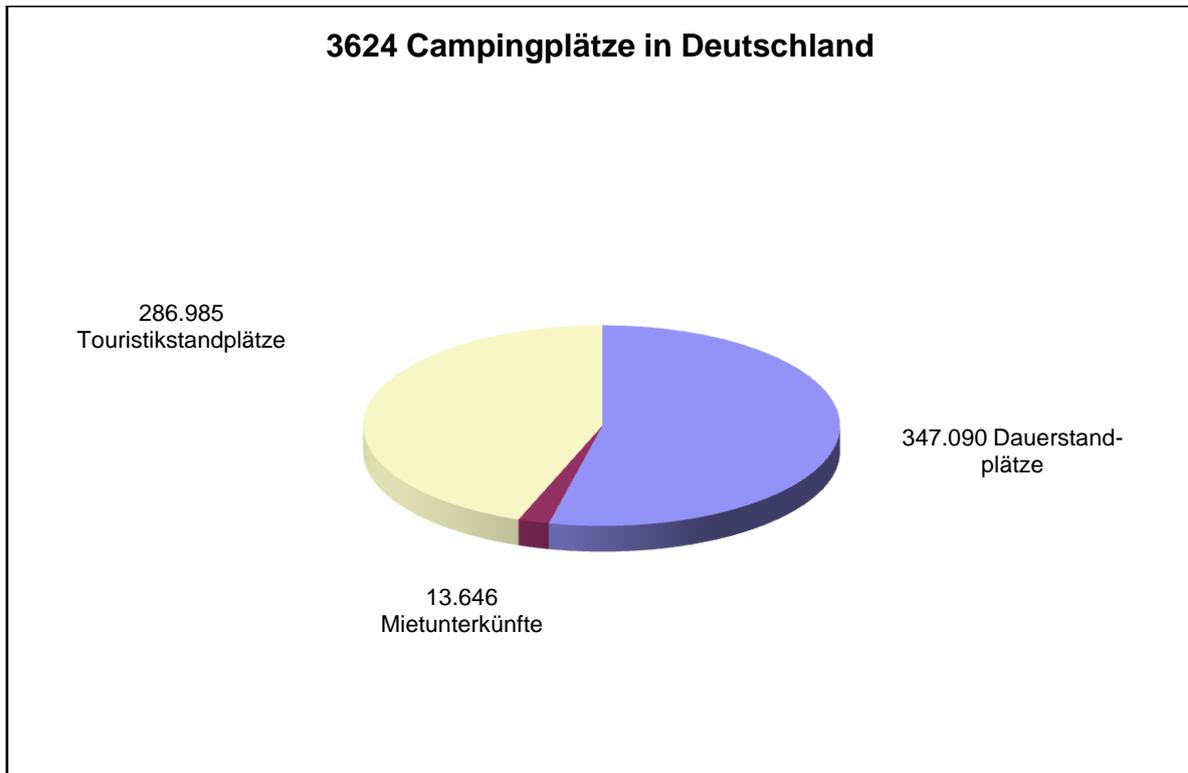
Der Bestand an Mietzelten, Mietcaravans und Miethütten auf deutschen Campingplätzen liegt 2013 bei rund 15.000 Unterkünften. Im Vergleich zum Bestand sonstiger Standplätze besitzen die Mietunterkünfte nunmehr einen Anteil von über 3 % im Vergleich zu 1,9 % im Jahr 2004. Dies bedeutet eine relativ starke Steigerung, die sich in den nächsten Jahren noch deutlich akzentuieren wird, da die Nachfrage sehr ausgeprägt ist.

2.3 Campingplätze und Parzellen

Die folgenden Ausführungen beziehen sich zu einem großen Teil auf die Studie „Der Campingmarkt in Deutschland 2009 / 2010“, herausgegeben vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie sowie auf die Vorgängeruntersuchung des Deutschen Tourismusverbandes aus dem Jahr 2004. Einzelne Zahlen daraus sind wiederum der Campingdatenbank des dwif entnommen, welches die Studie 2004 und 2010 bearbeitet hat. Sofern andere Quellen benutzt werden, werden diese genannt. Neuere Studien für die gesamte Campingwirtschaft liegen nicht vor. Einzelne Bundesländer, z.B. Rheinland-Pfalz und Sachsen, haben im Jahr 2012 eigene länderspezifische Untersuchungen in Auftrag gegeben, deren Ergebnisse jedoch nicht vollständig auf andere Bundesländer angewendet werden können. Aufgrund der geringen Veränderungen können auch ältere Bestandszahlen als weitgehend gesichert angesehen werden.



In ganz Deutschland sind zurzeit rund 3.600 Campingplätze vorhanden. Eindeutige statistische Grundlagen gibt es wegen Erfassungsmängeln allerdings nicht. Rechnet man Kleincampingplätze und Campingplätze auf dem Bauernhof sowie die reinen Dauercampingplätze hinzu, so dürfte sich die Zahl der Campingplätze auf rund 4.000 erhöhen.



Quelle: BMWi, 2010

Nach Angaben des Deutschen Tourismusverbandes gibt es auf rund 3.600 Campingplätzen rund 650.000 Stellplätze, wovon rund 347.000 Dauercampingparzellen und 287.000 Touristikstandplätze sind.

Die durchschnittliche Standplatzzahl pro Campingbetrieb lag 2009 bei 180, wovon 96 Dauercampingstandplätze, 79 Touristcampingstandplätze und 4 Standplätze für Mietunterkünfte sind. Das Verhältnis von Dauercampingstandplätzen zu Touristcampingstandplätzen betrug im Durchschnitt des Jahres 2009 1 : 0,82.

Die Zahlen zeigen die immer noch außerordentlich große Bedeutung des Dauercampings.



Die Anzahl der Campingbetriebe hat sich seit der Erhebung 2004 angesichts der geringen Planungs- und Baudynamik in Deutschland kaum verändert, wohl aber die Struktur. Dies bedeutet, dass heute weniger Dauerstandplätze, dafür mehr Touristikstandplätze und Standplätze für Mietunterkünfte zur Verfügung stehen.

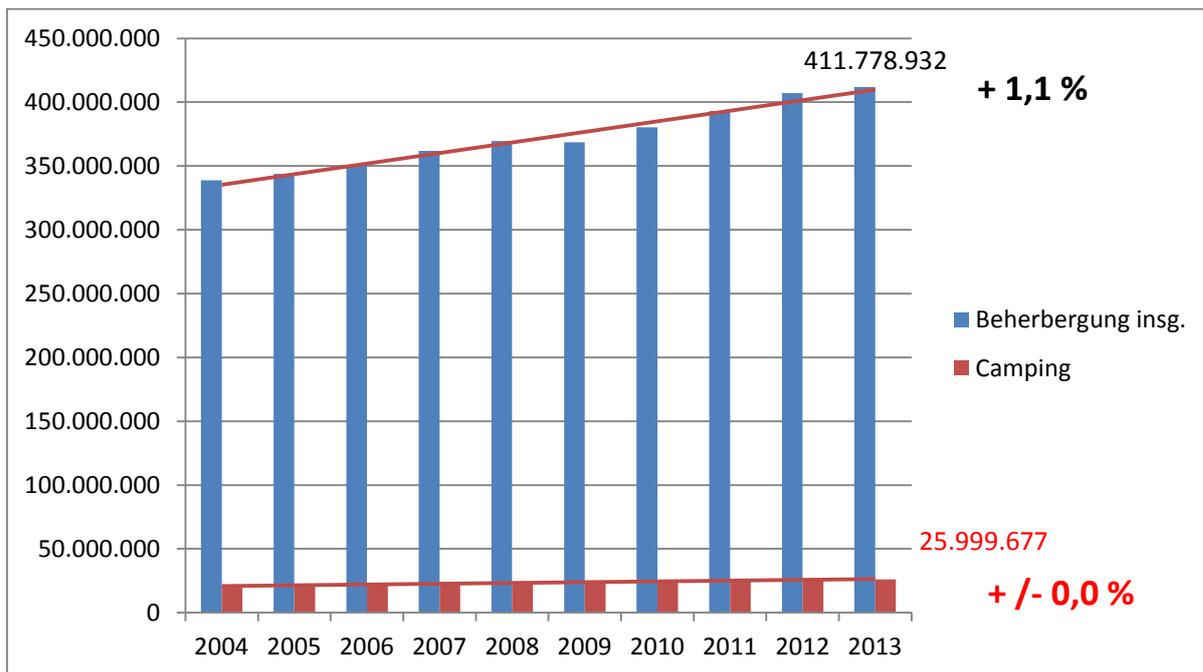
Rechnet man nun die vorhandenen Parzellen auf theoretische Campingbetten um, so zeigt sich, dass rund 1,2 Mio. Dauercampingbetten bzw. Betten in Mobilheimen vorhanden sind und knapp 0,9 Mio. Touristikingbetten auf deutschen Campingplätzen installiert werden können. Damit halten deutsche Campingplätze rund 2,1 Mio. theoretische Campingbetten vor und übertreffen somit die Zahl echter Betten in Hotels, Gasthöfen und Pensionen in Deutschland (2013 ca. 1,8 Mio. Schlafgelegenheiten) deutlich.

Die Zahlen zeigen aber auch, dass allein die deutschen Campingplätze überhaupt nicht in der Lage wären, die tatsächlich in Deutschland vorhandenen rund 22,6 Mio. Campingbetten aufzunehmen. Allerdings gehen ca. 70 % der Campingurlaubsreisen der Deutschen ins Ausland und nur rund 30 % verbleiben im Inland. Dagegen verbringen die Deutschen rund 75 % der Campingkurzreisen im Inland und nur 25 % im Ausland.

Die Zahlen zeigen aber auch das große Nachfragepotenzial, das für Deutschland noch aktiviert werden kann und im Jahr 2009 teilweise bereits zu Zuwächsen geführt hat. In 2005 wurden laut Statistischem Bundesamt rund 5,7 Mio. Gäste (+/- 0,0 % gegenüber 2004) auf deutschen Campingplätzen mit insgesamt 21,7 Mio. Übernachtungen (plus 1,4 % gegenüber 2004) gezählt. Bis 2008 stiegen die Übernachtungen auf deutschen Campingplätzen kontinuierlich auf etwas mehr als 23 Mio., um im Rekordjahr 2009 mit einer Steigerung von über 9 % die 24 Mio.-Grenze zu überschreiten. Die hohen Übernachtungszahlen infolge der überdurchschnittlichen Zuwächse im Krisenjahr 2009 konnten in 2010 sogar noch leicht gesteigert werden, um auch in 2011 weiter moderat zu wachsen und nun an die 25 Mio.-Übernachtungsgrenze zu gelangen. In 2013 sind Übernachtungszahlen trotz des deutschlandweit sehr schlechten Sommers gleichgeblieben oder wieder leicht gestiegen; für 2014 wird erneut mit einer relativ starken Zunahme gerechnet.

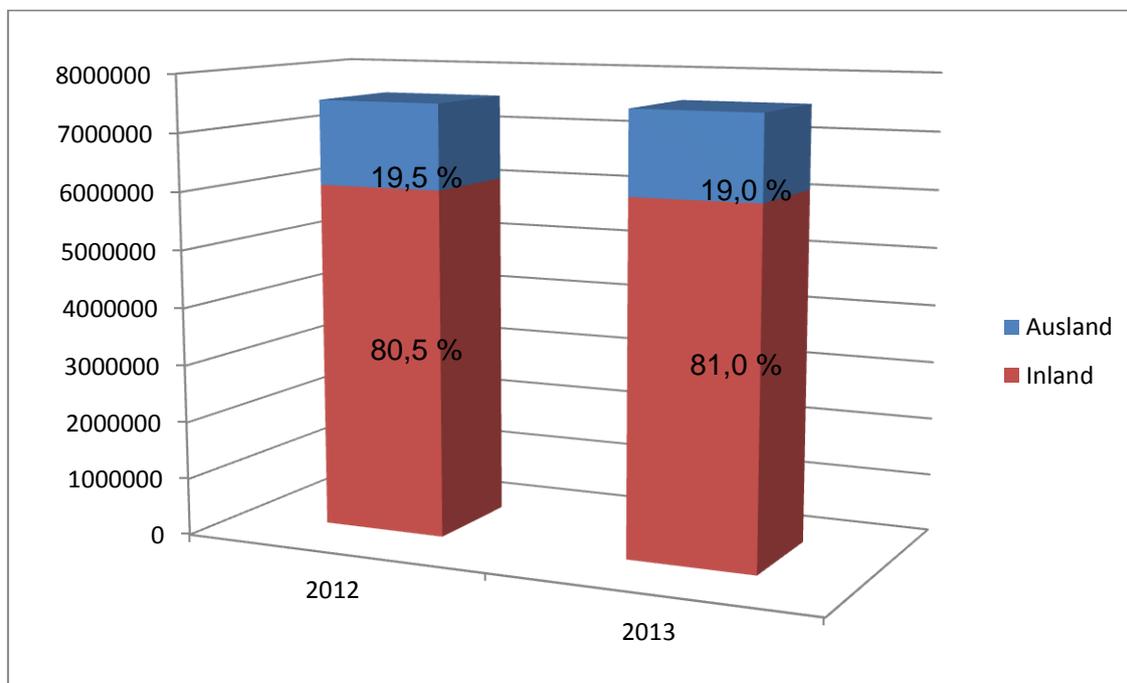


Langjährige Entwicklung des Tourismus in Deutschland – Übernachtungen



Quelle: Statistisches Bundesamt 2014

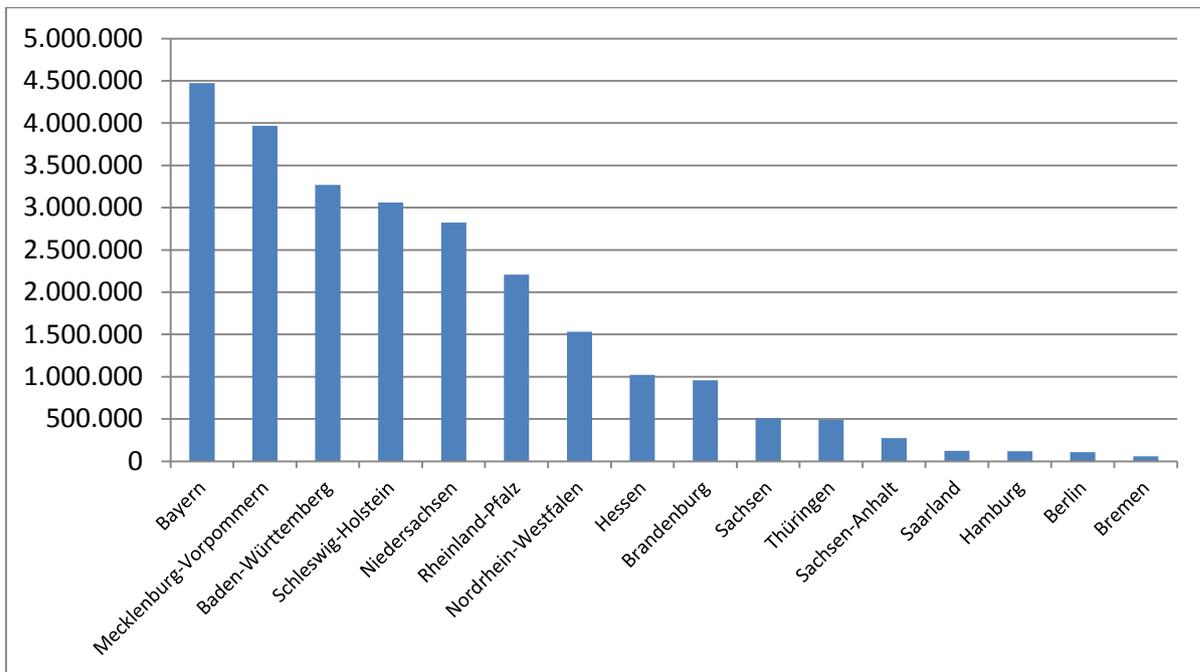
Herkünfte der Campinggäste – Ankünfte 2012 / 2013



Quelle: Statistisches Bundesamt 2014



Verteilung der Campingübernachtungen nach Bundesländern 2013



Quelle: Statistisches Bundesamt 2014

Neben dem Angebot auf Campingplätzen werden von den Nutzern der rund 1.040.000 zugelassenen Caravans und Wohnmobilen auch andere Standorte, wie Wohnmobilhäfen und völlig freie Stellplätze gewählt.

Für alle Campingsegmente zusammen, also einschließlich der Dauercamper und der Reisemobilübernachtungen außerhalb von Campingplätzen, ist insgesamt pro Jahr von etwa 125 Mio. Übernachtungen in Deutschland auszugehen. Rund 110 Mio. Übernachtungen davon entfallen dabei auf Campingbetriebe und davon wiederum rund 62 Mio. Übernachtungen auf das Dauercamping, was die immer noch große Rolle des Dauercampings in Deutschland zeigt. Rund 15 Mio. Übernachtungen - insbesondere von Reisemobilisten - fallen außerhalb von Campingbetrieben an, überwiegend in Wohnmobilhäfen und auf normalen Parkplätzen.



2.4 Campingnachfrage und Auslastung

Schlaglichtartig können die Nachfragezahlen wie folgt zusammengefasst werden:

- 60 % aller Deutschen haben schon einmal gecamppt.
- 7 % der Haupturlaubsreisen (mindestens 5 Tage Dauer), dies entspricht ca. 4,8 Mio. Reisen (2012), der Deutschen sind Campingreisen. Davon verbleiben 2 Mio. im Inland. Die Zahl an Camping- und Caravanurlaubsreisen wuchs seit der Jahrtausendwende um über 25 %. Hinzu kommen noch die Camping-Kurzurlaubsreisen, deren Zahl nicht genau erfasst ist. Es müssen jedoch mindestens rund 3 Mio. pro Jahr sein, die in Deutschland verbleiben.
- Ca. 10 % aller Übernachtungen in Deutschland (ohne Dauercampingübernachtungen) sind Campingübernachtungen. Stellt man in Rechnung, dass der überwiegende Teil der Hotelübernachtungen in Deutschland Geschäftsreiseübernachtungen sind, so erhöht sich der Anteil des Campings an den eigentlichen erholungstouristischen Übernachtungen auf weit über 25 %.
- Die Campingumsätze am Aufenthaltsort belaufen sich insgesamt jährlich auf knapp € 3,5 Mrd.. Campingumsätze machen knapp 10 % des Gesamtumsatzes der Tourismuswirtschaft in Deutschland aus, d.h. jeder zehnte Euro, der von Übernachtungsgästen am Aufenthaltsort ausgegeben wird, stammt von Campern.
- Insgesamt belaufen sich die Umsätze durch die Campingnachfrage jährlich auf mehr als € 11,5 Mrd. Euro. Davon entfallen auf das Touristikcamping rund € 2,2 Mrd., auf das Dauercamping rund € 1,2 Mrd., auf Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen rund € 1,3 Mrd., auf die Fahrtkosten von Touristikcampern, Dauercampern und Reisemobilisten ca. € 3,8 Mrd. und auf die Investitionen in die Ausrüstung rund € 3,0 Mrd.. (Quelle BMWi, 2010).
- Die Dauercamper sind mit durchschnittlichen Tagesausgaben (ohne Standgebühren) mit € 18,70 deutlich sparsamer als Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen mit durchschnittlichen Tagesausgaben von € 37,20. Die höchsten Tagesausgaben tätigen Touristikcamper mit Tagesausgaben von durchschnittlich € 45,80. (Die angegebenen Zahlen beziehen sich auf die Erhebung 2009, so dass sie bei den späteren Berechnungen inflationsbereinigt werden müssen.)



- Es werden drei etwa gleich starke Gruppen von Reisemobilisten beobachtet. Diese sind:
 - Gruppe 1: Diejenigen, die immer auf Campingplätzen übernachten.
 - Gruppe 2: Diejenigen, die sowohl auf Campingplätzen als auch auf Parkplätzen übernachten.
 - Gruppe 3: Diejenigen, die stets in Reisemobilhäfen oder auf Parkplätzen übernachten.

- Das Campingangebot in Deutschland scheint noch marktgerecht zu sein, da 58 % der deutschen Camper Campingplätze in Deutschland genauso attraktiv einschätzen wie ausländische, und sogar 28 % der deutschen Camper meinen, dass deutsche Campingplätze attraktiver seien als ausländische. Diese Einschätzung wird auch von der recht wichtigen Gruppe der niederländischen Camper bestätigt, sogar in Prozentpunkten noch übertroffen.

- 18,5 % der Bundesbürger zählen sich zu den regelmäßigen Campern, was nicht bedeuten muss, dass sie jedes Jahr campen oder Urlaubscamping betreiben.

- Etwa ein Drittel der jugendlichen und erwachsenen Bevölkerung (22 Mio. Deutsche) sind so genannte „caravanaffine“ Personen. Diese Gruppe interessiert sich zwar nicht aktiv für einen Urlaub mit Wohnwagen oder Wohnmobil, könnte sich aber einen Campingurlaub durchaus vorstellen. Besonders groß ist das Interesse der Caravanaffinen an Urlaubsreisen in Deutschland und an Kurzreisen am Wochenende.

Nach diesen Schlaglichtern auf die Statistik folgen nun einige soziodemographische Daten zur Charakterisierung der deutschen Campingnachfrage:

Rund ein Drittel der 14- bis 19-jährigen Deutschen sind regelmäßige Camper. Bei den 20- bis 30-Jährigen sind immerhin noch 31,5 % regelmäßige Camper. Ein stetiges Abnehmen der Beteiligung am Campingreiseverkehr ist mit dem Alter erkennbar, sodass nur noch 6 % der über 65-Jährigen regelmäßig am Campingreiseverkehr teilnehmen. Dies zeigt, dass Camper eine relativ junge Nachfrageschicht sind.

Da man weiß, dass sich das Urlaubsreiseverhalten ungefähr bis zum 50. Lebensjahr verfestigt und dieses Verhalten dann bis ins hohe Alter weiter aufrechterhalten wird, ist davon aus-



zugehen, dass die Campingnachfrage auch der über 65-Jährigen in den nächsten Jahrzehnten sehr stark wachsen wird. Die Tatsache, dass gerade junge Familien einen hohen Camperanteil haben, hat überdies zur Folge, dass deren Kinder mit der Campingwirtschaft vertraut werden.

7 % der Menschen mit Hauptschulabschluss ohne Lehre sind Camper. Menschen mit Realschul- oder Fachhochschulabschluss sind jedoch schon zu 21 % regelmäßige Camper, und solche mit Abitur oder Universitätsabschluss sind gar zu 29 % regelmäßige Camper. Dies bedeutet, dass die Campingnachfrage mit wachsender Bildung steigt. Angesichts der anhaltenden Steigerung des Bildungsniveaus in Deutschland kann daraus ebenfalls geschlossen werden, dass die Campingnachfrage weiter steigen wird.

Beleuchtet man die Einkommenssituation, so zeigt sich, dass Camping weder eine Angelegenheit für wenig Verdienende noch ein Luxus für viel Verdienende ist. Aus allen Einkommenschichten nehmen nämlich rund 20 % regelmäßig am Campingreiseverkehr teil. Der Schwerpunkt liegt allerdings mit rund 24 % bei Haushaltsnettoeinkommen von € 3.000,-- und mehr.

Camper reisen auch in relativ großen Gruppen, in der Familie also oder im Jugendverband. Die durchschnittliche Camperhaushaltsgröße liegt bei 2,9 Personen, und westdeutsche Camper reisen häufiger als Nichtcamper, nämlich im Durchschnitt unternehmen sie 4,5 Kurz- und Urlaubsreisen pro Jahr, wovon allerdings nur 2,6 Campingreisen sind. Dies zeigt auch, dass Camping nicht mehr „militant“ betrieben wird (also dass „einmal gecampft“ „immer campen“ heißt), sondern dass Camper durchaus auch andere Unterkunftsformen wählen. Dies bedeutet zusammenfassend: Camper sind überwiegend zwischen 14 und 40 Jahre alt, überdurchschnittlich gebildet, durchschnittlich verdienend, im Familien- oder Jugendverbund reisend und mehrmals im Jahr reisend.

Wie oben bereits ausgeführt, gehen 70 % der Campingurlaubsreisen der Deutschen ins Ausland und nur 30 % ins Inland, wohingegen die Verhältnisse bei den Kurzreisen (2 - 4 Tage) umgekehrt sind. Damit wird deutlich, dass die Nachfrage besonders bei Kurzreisen im Inland im Frühjahr und im Herbst und bei der Urlaubsreise im Sommer liegt. Daraus wiederum kann gefolgert werden, dass saisonverlängernde Ausstattungen in Campingbetrieben sinnvoll sind.

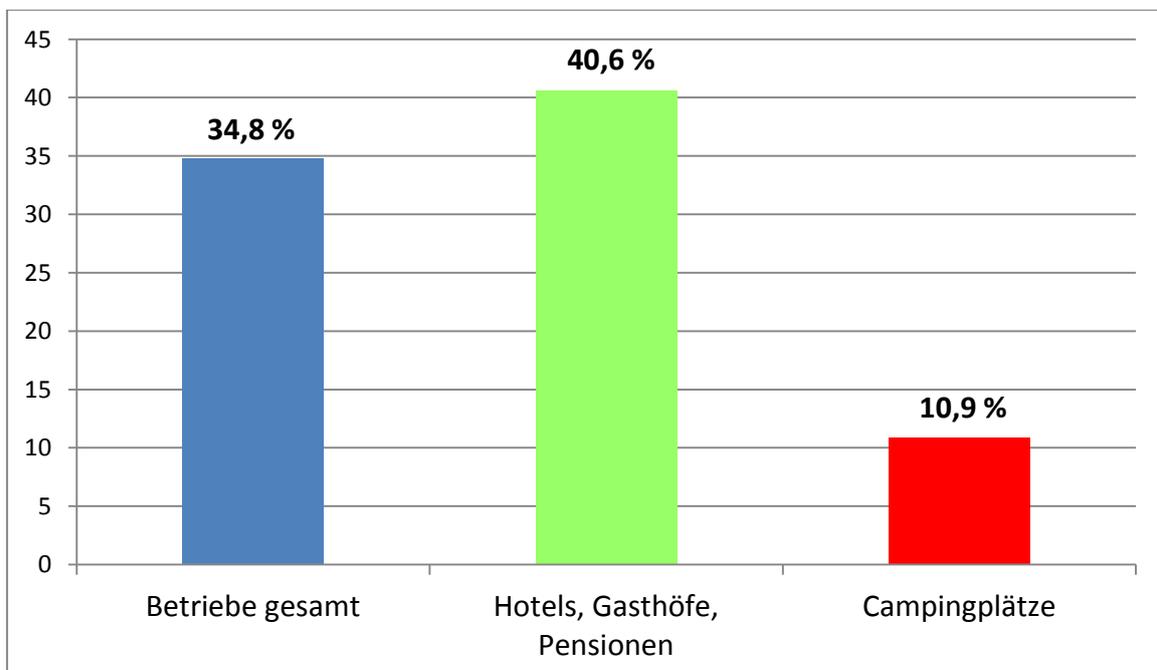
Die Zahlen weisen gleichzeitig auch auf die Auslastungsproblematik von Campingplätzen hin.



Wir verzeichnen in Deutschland derzeit Campingauslastungen von 10 – 40 %. Dies bedeutet, dass nur an 10 – 40 % aller Tage im Jahr alle Standplätze eines Campingplatzes ausgelastet, d.h. belegt sind (Parzellenbelegungsquote). Im Durchschnitt werden pro Touristkampingstandplatz in Deutschland 140 Übernachtungen gezählt. Dies entspricht einer Parzellenbelegungsquote von etwa 15 %. Diese Parzellenbelegungsquote kann nun mit der Zimmerbelegungsquote der Hotellerie verglichen werden, die in Deutschland bei über 50 % liegt. Die Auslastung deutscher Campingplätze ist trotz des enormen Nachfragepotentials sehr gering, da es mit Ausnahme von Zweisaisonplätzen eine starke Konzentration der Nachfrage auf die Sommerwochen gibt. Dies gibt weitere Anhaltspunkte für eine verstärkte Notwendigkeit einer nebensaisonorientierten Ausstattung von Campingbetrieben.

Die im Folgenden dargestellte Grafik des Statistischen Bundesamtes 2012 stellt die Situation noch dramatischer dar, wobei es sich hier jeweils um Mischkategorien handelt, d.h. reine Touristkampingplätze werden nicht mit reinen Hotelbetrieben verglichen, weshalb die dort genannten Auslastungen, d.h. Zimmerbelegungsquoten und Parzellenbelegungsquoten, noch niedriger als die hier textlich genannten sind.

Durchschnittliche Auslastung (in %) in Deutschland – Januar – Dezember 2013

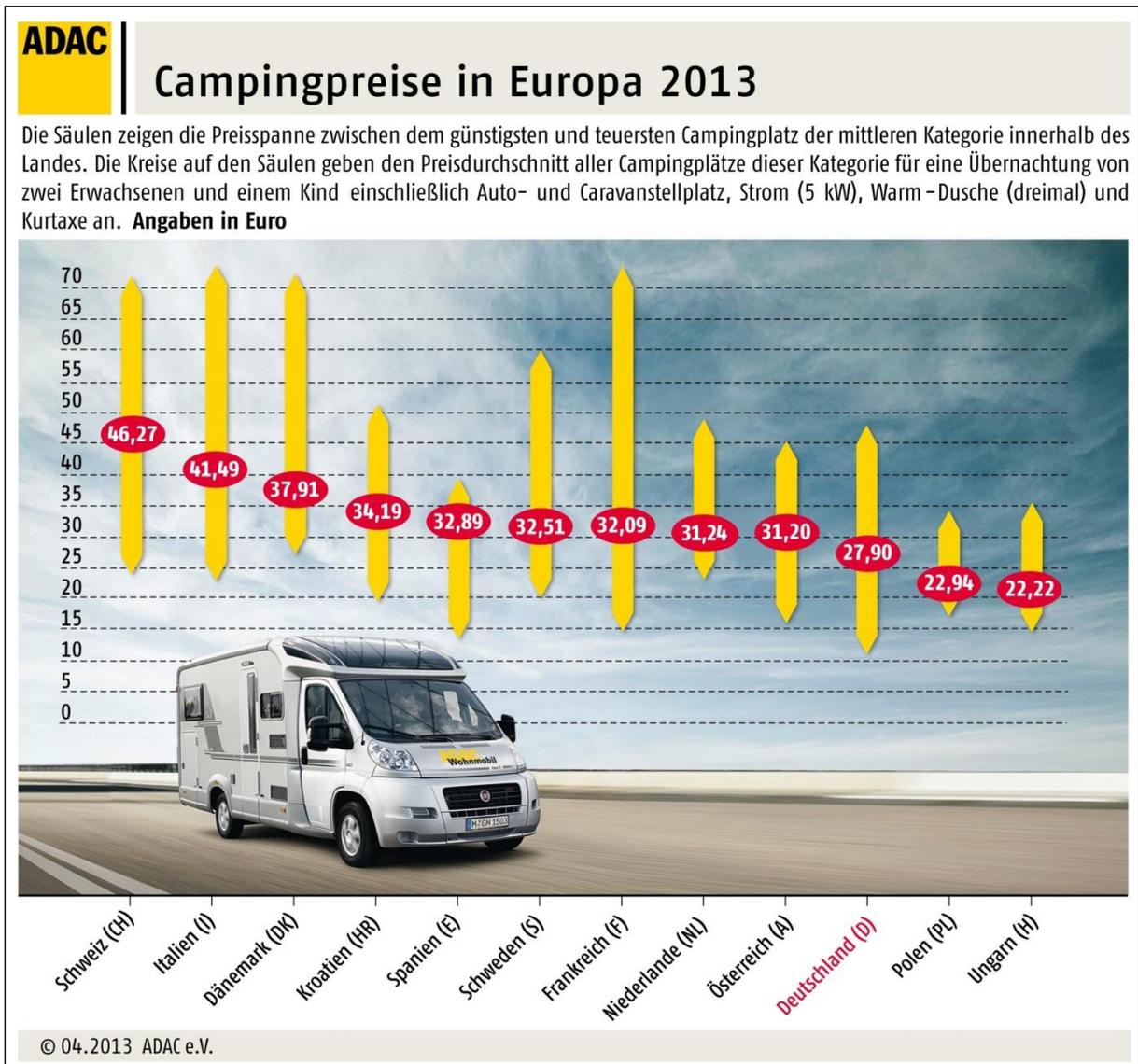


Quelle: Statistisches Bundesamt 2014



Die Problematik der geringen Parzellenbelegungsquote und damit der geringen Übernachtungszahl pro Standplatz trifft vor allem kleine Betriebe unter 200 Standplätzen bzw. Einsaisonbetriebe ohne nennenswerten Dauercampinganteil, wohingegen größere Betriebe eher in der Lage sind, Saisonspitzen zu verkraften. Zugleich sind Betriebe mit Dauercamping, da sie auch in der Vor- und Nachsaison geöffnet haben, in der Lage, auch in diesen Zeiten schwächerer Nachfrage touristisches Übernachtungspotenzial abzuschöpfen.

Erschwerend kommt hinzu, dass die deutschen Campinggebühren in Europa im unteren Mittelbereich rangieren und sie sind angesichts der erbrachten Leistungen generell als zu niedrig einzustufen. Die Campingwirtschaft hat es bisher nicht geschafft, ihre Preise auf europäisches Niveau anzuheben, womit Deutschland heute zu den billigsten Campingländern Europas zählt. Dies ist allerdings auch ein Hinweis darauf, dass noch erhebliche Gebührenerhöhungen in den kommenden Jahren möglich sind und dass diese angesichts der hohen Auslandserfahrung deutscher Camper wohl auch akzeptiert würden. Wie die Aufstellung des ADAC 2013 (aktualisierte Tabelle 2014 nicht veröffentlicht) zeigt, liegen die Familienpreise (2 Erwachsene, 1 Kind, Wohnwagen, Auto) in Deutschland mit durchschnittlich € 27,90 (2010: € 24,71) auf dem drittletzten Platz in ganz Europa. Auch der breite Korridor, dessen unteres Ende sehr tief liegt, deutet auf zwar insgesamt schwankende Qualität, aber eben auch auf das Vorhandensein von Dumpingpreisen hin.



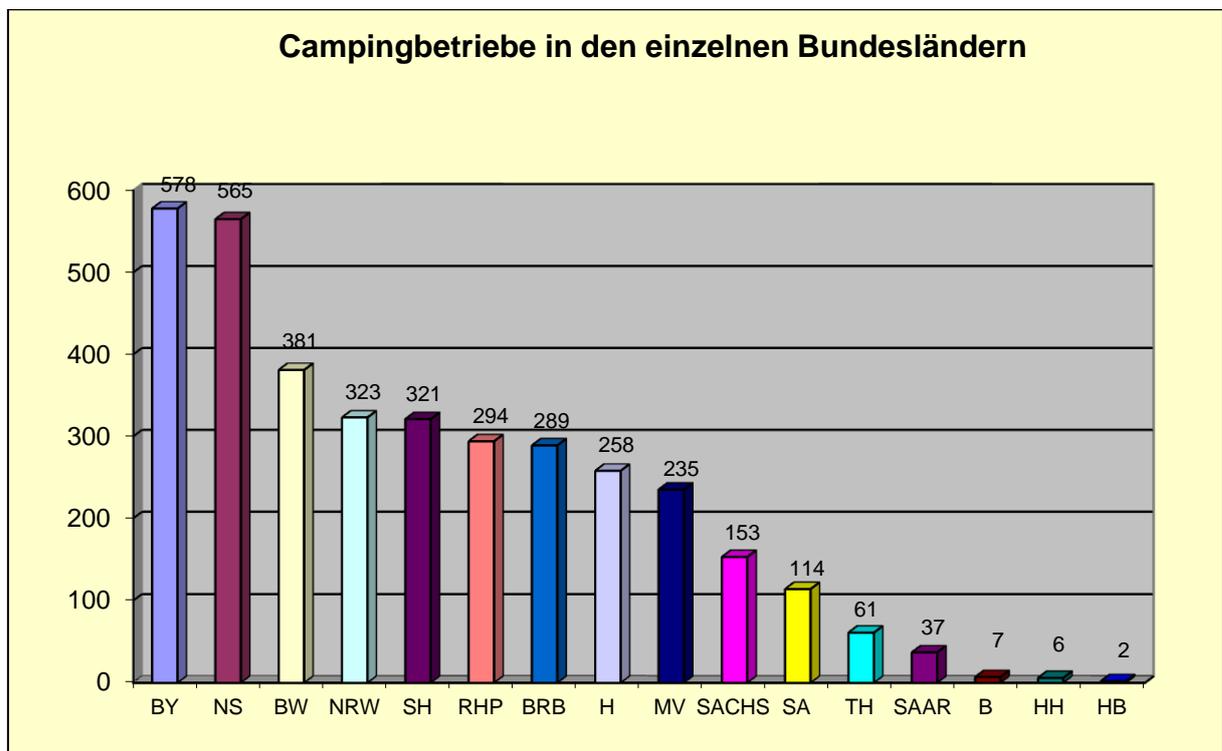
Nach Ansicht von Experten werden die Ausgaben der Camper auf deutschen Campingplätzen in der nächsten Dekade um jährlich 3 % wachsen. Der Umsatz im Fachhandel mit Campingartikeln soll um ca. 10 % pro Jahr steigen. Damit liegt der Campingbedarf ganz oben im Bereich der Geschäftserwartungen.

Das Interesse an Caravanning ist nach wie vor groß, allerdings dürfte es zu weiteren Nachfrageverlagerungen kommen. Das Klientel des Camping- und Caravan-Urlaubs aus den unteren Einkommens- und Bildungsschichten zieht heute eher eine der immer preiswerteren Pauschalreisen vor. Mit steigendem Einkommens- und Bildungsniveau nimmt dagegen das Interesse an individueller Urlaubs- und Freizeitgestaltung zu, für die sich ein Camping- oder



Caravanurlaub anbietet. Diese Zielgruppe stellt an die Freizeitfahrzeuge wie auch an die Campingplätze sehr hohe Ansprüche.

In Deutschland ist die Bedeutung des Campingtourismus und die Anzahl der angebotenen Campingbetriebe und Standplätze regional sehr unterschiedlich. Es zeichnen sich hohe Angebotskonzentrationen in den beiden südlichen Bundesländern und in den drei Küstenbundesländern ab. Rund drei Viertel aller Campingübernachtungen in Deutschland finden in den fünf Ländern Bayern, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Baden-Württemberg und Schleswig-Holstein statt.



Quelle: BMWi, 2010

Allerdings bieten die Campingbetriebe der südlichen Bundesländer zum Teil deutlich weniger Standplätze pro Betrieb, so dass dort eher kleinere Betriebe anzutreffen sind. In den nördlichen Bundesländern sind die Betriebe eher größer, was dazu führt, dass die Großbetriebe des Nordens insgesamt etwas stabiler sind und die generierten Übernachtungen pro Betrieb dort überdurchschnittlich sind.

Insgesamt zeigt sich die Situation im Tourismus / Übernachtungsbereich Camping wesentlich günstiger als in traditionellen Bereichen, wie Hotellerie und Privatzimmer.



Dem Angebot an Mietzelten, Mietwohnwagen und sonstigen teilweise sehr kreativen Mietunterkünften (z.B. Schäferkarren, Weinfässer etc.) ist als eine weitere neue Entwicklung im Campingbereich besondere Beachtung zu schenken. Diese Unterkunftsformen haben in den letzten Jahren bei außerordentlich geringem Angebot eine explosionsartige Nachfragesteigerung erfahren. Viele Familien oder zusammen reisende Paare möchten zwar Campingurlaub machen, aber angesichts der sich stets verkürzenden Aufenthaltsdauer ist das Mitführen einer kompletten Campingausrüstung und deren Auf- und Abbau zu zeitraubend. Sie wählen deshalb verstärkt voll eingerichtete Mietzelte und Mietwohnwagen als Unterkunftsform und sind bereit, hierfür auch einen entsprechend höheren Preis zu bezahlen. Entsprechend vorliegender Studie des BMWi entsprachen in 2004 die Angebote an Mieteinheiten in deutschen Campingbetrieben etwa 1,8 % der gesamten angebotenen Standplätze. Bis zum Jahr 2009 stieg dieser Anteil auf 2,1 %. Die Erhebungen zum BVCD-Betriebsvergleich zeichnet ein etwas freundlicheres Bild. Hier lag der Anteil der Mietunterkünfte (2009 / 2010) an der Gesamtstandplatzzahl der untersuchten Betriebe bei 5,4 %. Da dieser BVCD-Betriebsvergleich jedoch schwerpunktmäßig norddeutsche Betriebe befragt hat, kann diese Abweichung auch darin begründet sein, dass die relativ großen norddeutschen Betriebe es auch vermochten, überdurchschnittlich viele Mietunterkünfte bereitzuhalten.

Besonders bemerkbar macht sich diese Entwicklung in den Steigerungsraten der Zeltreiseveranstalter, die jährlich immer umfangreichere Kataloge auflegen und zweistellige Zuwachsraten aufweisen. Auskünften von Zeltreiseveranstaltern zufolge werden insbesondere in Deutschland qualitativ hochwertige Plätze nach wie vor stark nachgefragt, wobei zum Beispiel eine attraktive Bademöglichkeit für eine Aufnahme in deren Kataloge zwingend notwendig ist.

Man spricht deshalb auch von einer „Renaissance des Zelttes“ (auch des Kleinzelttes) im Rahmen von Kurzurlauben/Wochenendurlaub, besonders beliebt bei Wanderern, Radwanderern, Kanuten, aber auch für Familienaktivitäten.

2.5 Sonderbetrachtung Dauercamping

Das Dauercamping ist eine Freizeitverbringungs- bzw. Freizeitwohnform, die sich in dieser spezifischen Ausprägung nur in Deutschland entwickelt hat. Das Phänomen entstand in den späten 60er Jahren des vergangenen Jahrhunderts, vor allem aber in den 70er Jahren, als man durchaus noch von der Unwirtlichkeit der Städte sprechen konnte, zugleich aber ein



erheblicher Wohlstand zur Anschaffung von Wohnwagen führte. Ausschlaggebend waren anfänglich:

- die tatsächlich damals so empfundene Unwirtlichkeit der Städte (als solche heute nicht mehr vorhanden)
- das Fehlen angemessener und geschützter Parkier- / Abstellflächen für Wohnwagen
- das Unterangebot an Schrebergarten- / Hausgartenflächen und damit im Wesentlichen das Fehlen privat nutzbarer Frei- / Grünräume

Es kam zu einer anfänglich ungezügelter Entwicklung von Campingplätzen mit hohem Dauercampinganteil, etwa im Ein-Stunden-Umkreis um die Verdichtungsräume, aber auch in den klassischen Urlaubsgebieten der Nachkriegszeit. Diese Entwicklung wurde ab den Jahren 1972 / 1974 durch die dann erlassenen Campingverordnungen der Länder etwas gesteuert und zahlreiche Campingbetriebe erhielten die Auflage, nur einen bestimmten Prozentsatz der Standplätze an Dauercamper zu vergeben. Hintergrund war die bereits damals irri- ge, gleichwohl bis heute tradierte Auffassung, wonach Dauercamper so gut wie keinen wirtschaftlichen Vorteil für die Region brächten, hingegen Flächen in Anspruch nähmen und Müll zurückließen. Der Kaufkraftaustausch und damit der volkswirtschaftliche Effekt wurden lange Zeit nicht gesehen.

Im Laufe der Entwicklung wurden die Dauercamper dem Grunde nach immer anspruchsvoller und wenn anfangs 70 qm bis 80 qm Standfläche genügten, so mussten es spätestens ab den 1980er Jahren 100 qm oder gar noch mehr qm sein. Dies führte dazu, dass letztlich die Zahl der angebotenen Dauerstandplätze im Lauf der Jahrzehnte verringert wurde, da ab den 1980er Jahren kaum neue Campingbetriebe hinzukamen und auch Erweiterungen relativ restriktiv gehandhabt wurden. Dies führte bis in die frühen 1990er Jahre zu einem Verkäufermarkt, d.h. der Nachfrage konnte nicht entsprochen werden und viele Campingbetriebe hatten lange Wartelisten. Dieser Trend schwächte sich zu Beginn der 1990er Jahre ab und kam Mitte der 1990er zum Erliegen, zunächst im „eigentlichen“ Dauercamperland Nordrhein-Westfalen. Die Nachfrage ging in manchen Bereichen, vorwiegend in touristisch unattraktiveren Regionen, ganz erheblich zurück und es kam vielerorts, gerade auch in Nordrhein-Westfalen, zum Rückbau von Campingbetrieben oder zur Aufgabe ganzer Betriebe.

In dieser Situation des Rückgangs, des teilweisen Rückbaus oder gar der Aufgabe von Campingbetrieben wurde nicht nur den Unternehmern, sondern auch den Orten und Regio-



nen klar, dass ein wirtschaftlicher Nutzen - man hatte in zuvor als gering angesehen - verloren ging. Das erste Jahrzehnt des neuen Jahrtausends war in der Camping- und Tourismuswirtschaft auch davon geprägt, Mittel und Wege zu finden, wie die wirtschaftlichen Effekte des Dauercamping aufrechterhalten und dem Trend sinkender Nachfrage entgegen gewirkt werden kann. Es wurden Strategien entwickelt, Dauercamping wieder modern zu machen. Es war eindeutig: Die ursprünglichen Pushfaktoren, die die Menschen aus den Verdichtungsräumen getrieben hatten, waren nicht mehr vorhanden und Dauercamping wurde vom Publikum zunehmend als kleinbürgerlich-spießig und ältlich-uncool erachtet.

Zwar wäre es übertreiben, von einem Relaunch der Dauercampingnachfrage zu sprechen; dennoch ist zu beobachten, dass gerade Campingbetriebe, die sich vom Dauercamping abgewandt und dem Touristikingung zugewandt hatten, jüngst verstärkt auch wieder Dauercampingnachfrage finden. Auch jüngere Familien finden über den Umweg des Touristik- oder Saisoncampings zum Dauercamping, wenn sie einen Campingbetrieb finden, der für seine touristischen Gäste viel zu bieten hat. Das heißt, auch Dauercamper suchen heute eine größere Ereignisdichte als früher. Diesen Anforderungen sind nur größere Campingbetriebe gewachsen, welche auch ein entsprechendes touristisches Volumen bedienen müssen.

Derzeit, also im Jahr 2013, scheint die Talsohle der Dauercampingnachfrage durchschritten zu sein. Unter anderem wegen steigender Kraftstoff- und Hotelkosten und der hohen Campingpreise im Ausland scheint Dauercamping und Saisoncamping in Deutschland bei jüngeren Familien wieder an Interesse zu gewinnen. Dabei werden jedoch stets größere Campingparks mit einem hohen touristischen Anteil und touristischer Betreuung / Animation vorgezogen.

Das Saison-(Dauer)camping als Lösung der Dauercampingprobleme hat in ganz Deutschland kaum Erfolge gebracht. Die Idee war, Dauercamper wenigstens für eine Sommersaison, beispielsweise von Mai bis September zu halten und dies zu deutlich günstigeren Preisen als bei einer Ganzjahresbelegung. Dies war jedoch nur insofern erfolgreich, als ein hoher Anteil derer, die sich zunächst für Saisoncamping interessierten, letztlich zu Dauercampern wurden. Es findet sich jedoch so gut wie kein Betrieb, in dem sich das Saisoncamping durchgesetzt hat. Den Gästen ist es zu lästig, ihren Wohnwagen mit Vorzelt auf- und abzubauen und einen Winterlagerplatz zu suchen, wenn es Alternativmöglichkeiten gibt.



2.6 Sonderbetrachtung Reisemobilstellplätze – Wohnmobilhäfen

Das Angebot an Reisemobilstellplätzen oder Wohnmobilhäfen ist in den letzten Jahren in Deutschland praktisch flächendeckend geworden. Zahlreiche kommunale, aber auch private Anbieter lassen Übernachtungen zu sehr günstigen Preisen in eigens eingerichteten Wohnmobilhäfen oder Stellplatzarealen zu. Die Entgelte erreichen dabei in der Regel nur maximal 50% oder häufig sogar nur 30% der regulären Übernachtungskosten in einem Campingbetrieb ähnlichen Standards. Dies hat insgesamt zu einer Wettbewerbsverzerrung geführt, so dass zunehmend auch Campingbetriebe zumeist der Schranke vorgelagerte spezielle und günstigere Reisemobilstellplätze anbieten. Gegen jeweilige Aufpreise sind dann auch die Einrichtungen des Campingplatzes nutzbar.

Interessant zu beobachten ist, dass sich das Angebot an Wohnmobilhäfen qualitativ deutlich verbessert und die durchschnittliche Stellplatzzahl sich zunehmend vergrößert. Dies bedeutet, dass moderne Wohnmobilhäfen, die Zusatznutzen bieten, in der Regel kaum unter 50 Stellplätze anbieten und zunehmend Einrichtungen vorhalten, wie sie auch für Campingbetriebe typisch sind, wie Sanitäreinrichtungen, Waschalons etc. Diese Zusatzeinrichtungen sind in der Regel nur gegen zusätzliches Entgelt zu besuchen wie auch die reisemobilstellplatz-typischen Einrichtungen, wie Wohnmobilver- und Entsorgungsstation, in aller Regel zusätzlich kostenpflichtig sind wie natürlich auch der Strombezug.

Gleichzeitig werden auch aufgrund der Anforderungen der Reisemobilisten und der Industrie die eigentlichen Wohnmobilstellplätze immer größer, so dass heute schon Empfehlungen vorliegen, die eine Größe von 7 x 11 m als wünschenswert darstellen. Diese Entwicklung wie auch die Reaktion der Campingbetriebe führt insgesamt dazu, dass sich das Preisniveau im Prinzip angleicht und dass sich Wohnmobilhäfen zunehmend zu Kleincampingplätzen entwickeln, auf die ohne Weiteres auch andere Campingfahrzeuge, wie z.B. Wohnwagen und selbst Zelte, aufgrund der zusätzlichen vorhandenen Versorgungseinrichtungen stehen könnten.

Insgesamt führt dies zunehmend zu einem Netz von Kleincampingbetrieben, bei denen man sich auch fragen muss, ob gerade die sehr kleinen Einheiten ohne Zusatzeinrichtungen noch lange Bestand haben können oder nicht sehr bald einer Marktberreinigung zum Opfer fallen werden.



2.7 Zusammenfassung der Entwicklungen und Trends in Ihrer Auswirkung für Fröndenberg

Im Folgenden werden Entwicklungen und Trends in der Campingwirtschaft schlaglichtartig zusammengefasst und ihre Bedeutung für Fröndenberg dargestellt:

Trend 1

Camping gewinnt immer mehr Marktanteile im europäischen und deutschen Erholungs- und Urlaubstourismus.

Fröndenberg sollte hier nicht außen vor bleiben und sich als, wenn auch möglicherweise kleiner Campingstandort, profilieren.

Trend 2

Die Campingwirtschaft steht im Qualitätswettbewerb, Campinggäste werden immer anspruchsvoller, was Infrastruktur, Sauberkeit und Service angeht.

Dies bedeutet für Fröndenberg, dass, selbst wenn nur ein kleinerer Wohnmobilhafen in Frage käme, dieser auf hohem Qualitätsniveau und mit gutem Service ausgestattet sein sollte.

Trend 3

Die Dauercampingnachfrage ist rückläufig.

Dies deutet darauf hin, dass ein neues Campingangebot in Fröndenberg ohne einen qualifizierten Anteil an Dauercampern auskommen muss.

Trend 4

Wohnmobiltourismus steigt überdurchschnittlich.



Mindestens dieser Klientel muss in Fröndenberg ein qualitätsvolles Angebot geschaffen werden und selbst wenn ein eigentlicher Campingbetrieb möglich ist, sollten diesem einige Stellplätze für Wohnmobile vorgelagert sein und im Campingbetrieb selbst befestigte Standplätze für große und schwere Wohnmobile vorhanden sein (vgl. Trend 2).

Trend 5

Klassische Geschäftsreisende (Monteure, Trainer etc.) entdecken den Campingbetrieb als Übernachtungsmöglichkeit für ihre Geschäftsreisen.

Dies bietet einem Campingangebot in Fröndenberg bei der sehr hohen wirtschaftlichen und gewerblichen Aktivität weitere Übernachtungsgäste, die nicht unbedingt im Fokus stehen.

Trend 6

Das Zelt als Erlebnisunterkunft hat eine ungeahnte Renaissance, insbesondere auch durch die Entwicklung wetterfester und praktischer Hightechzelte. Das Zelt ist nicht mehr Reiseunterkunft der ganz Jungen, sondern zunehmend auch der Arrivierten besser verdienenden und höher Gebildeten.

Dies bedeutet, dass ein Campingangebot in Fröndenberg gerade angesichts des Ruhrtal-Radweges über ein komfortables, hochgradig mit Strom versorgtes Zeltareal verfügen sollte und auch sonstige Möglichkeiten für Zeltler, wie z.B. Unterstände bei Regen, Trocknungsmöglichkeiten, abschließbare Wertfächer mit Steckdosen zum Aufladen von Akkus etc., bieten sollte.

Trend 7

Mietunterkünfte in Campingbetrieben sind zum Erfolgsfaktor der deutschen Campingwirtschaft geworden.

Dies bedeutet, dass ein Campingangebot in Fröndenberg eine wenn auch kleinere Anzahl einfacher Mietunterkünfte gerade für Radfahrer vorhalten sollte. Dies können einfache Hütten oder Schlaffässer oder gar Zelte sein.



Trend 8

Thema und Aktivität sind auch im Campingtourismus wichtiger als Ort und Region.

Dies würde für ein Campingangebot in Fröndenberg bedeuten, dass insbesondere die Themen, wie Radtourismus, Wandertourismus und auch Golftourismus, aufgenommen werden sollten und Kooperationen mit diesen Einrichtungen und anderen Betrieben notwendig sind.

Trend 9

Traditionelle Zeitmuster sind in Auflösung begriffen.

Dies bedeutet, dass ein moderner kleiner Campingbetrieb in Fröndenberg zumindest während der Saison durchgehend von 7 Uhr bis 23 Uhr geöffnet sein sollte. Ein Winterbetrieb sollte möglich sein und auch frühzeitig getestet werden.

Trend 10

Transparente Preisangaben und übersichtliche Preisdifferenzierungen bis zu All-Inclusive-Angeboten setzen sich durch.

Dies ist ein Trend, der sich im Betrieb zeigt und dem sicherlich bei einem neuen Campingangebot in Fröndenberg entsprochen werden würde.

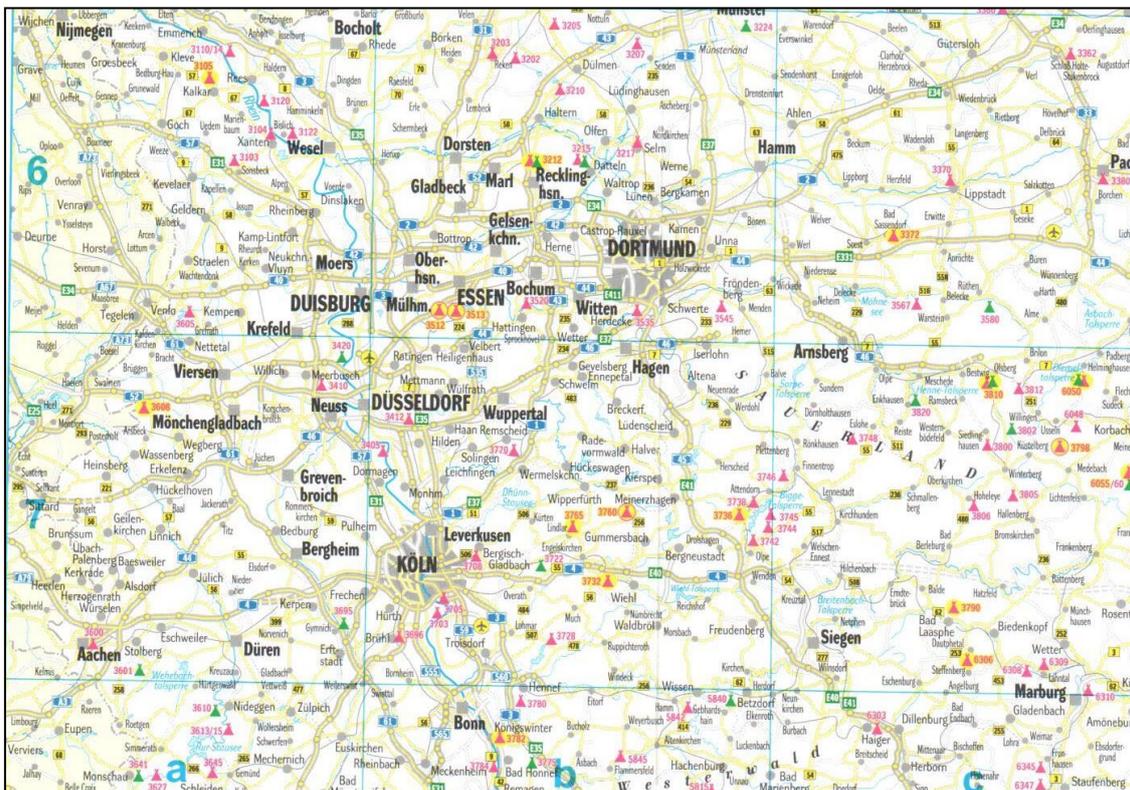
3. Betrachtung der Wettbewerbssituation für Camping- und Wohnmobilangebote im Raum Fröndenberg

Schaut man auf die Campingkarte der beiden renommiertesten Campingführer in Deutschland bzw. Europa, dem ADAC-Campingführer und dem DCC-Campingführer, so zeigt sich im Raum Fröndenberg wie auch entlang des Ruhrtal-Radweges eine große Leere.

Im renommierten Campingführer ADAC ist in der Raumschaft als nächstgelegener Campingplatz der in Dortmund-Hohensyburg (Zwei-Sterne-Qualität) vermerkt. Erst an der Möhnetalsperre und im Hochsauerland finden sich wieder einige Campingangebote.

Im DCC-Campingführer findet sich das zu Fröndenberg nächstgelegene Campingangebot in Menden-Osthümmern, allerdings ein sehr kleiner, qualitativ recht schlechter Betrieb und wiederum der Campingplatz in Dortmund-Hohensyburg, ebenfalls mit relativ schlechter Qualität und abseits des Ruhrtales. Im Ruhrtal selbst finden sich dann erst wieder die nächsten Campingbetriebe in Hattingen, was ja deutlich außerhalb des eigentlichen Konkurrenzgebiets liegt.

Ausschnitt DCC-Campingkarte 2014



Auch nördlich und südlich von Fröndenberg finden sich zumindest in den Campingführern keine eigentlichen Wettbewerber zu einem Campingbetrieb in Fröndenberg. Es mag sein, dass der eine oder andere dauercampingdominierte und qualitativ eher schlechte Betrieb, der natürlich nicht aktiv am Gast arbeitet und damit auch nicht in den Führern vertreten ist, noch im Umkreis existiert. Solche Betriebe sind jedoch als Mitbewerber auch eher nicht ernstzunehmen.

Ausschnitt aus ADAC-Campingkarte 2014



Im ADAC-Stellplatzführer 2014 sind schon deutlich mehr Wohnmobilstellplätze verzeichnet, darunter auch der qualitativ schlecht eingestufte Stellplatz in Fröndenberg, der im Führer als „Wochenend“-Stellplatz eingezeichnet ist, womit zum Ausdruck kommt, dass offensichtlich nur an Wochenenden eine Belegung mit Wohnmobilen erwünscht ist. Außerdem bietet der Stellplatz in Fröndenberg keine Entsorgung an, wie die meisten Stellplatzbetriebe, die auch am Ruhrtal-Radweg ausgewiesen sind. Die meisten Stellplätze finden sich östlich von Fröndenberg.



denberg ruhraufwärts in enger Dichte; der nächste Stellplatz östlich liegt in Arnsberg, der nächste Stellplatz westlich in Herdecke.

Auf der Homepage des Ruhrtal-Radweges werden auch Campingplätze dargestellt, nämlich in Winterberg, Menden (Obsthof), Iserlohn und Hattingen sowie die Campingplätze in Essen.

Insgesamt zeigt sich die Wettbewerbssituation sowohl für einen Campingpark als auch für einen größeren Wohnmobilhafen recht entspannt.

Ein Campingbetrieb in besserer Qualität ist in dieser Region praktisch konkurrenzlos und mit einer radwegnahen Lage könnte auch gleichzeitig das sehr schlechte „Wochenend“-Reisemobilstellplatzangebot verbessert werden.

Für den Fall, dass dies nicht möglich ist, ist eine deutliche Vergrößerung und Qualitätsverbesserung des Angebots an Reisemobilstellplätzen in Fröndenberg dringend angeraten.



4. Zielgruppen und konzeptionelle Eckpunkte für ein Campingangebot in Fröndenberg mit Überlegungen zu Größe und Ausstattung

Die Hauptzielgruppen für ein klassisches Campingangebot in Fröndenberg sind zum einen Ruhrtal-Radwanderer mit eigener Zeltausrüstung, zum Zweiten jedoch Ruhrtal-Radwanderer, die in diesem Betrieb ein vielfältiges Angebot an vermietbaren Übernachtungseinheiten, wie Mietzelten, Miethütten, Schlafröhren etc., finden. In Frage kommt auch noch die Zielgruppe der Stern-Radwanderer, die von Fröndenberg aus täglich eine andere Tour unternehmen, um abends zum Campingbetrieb zurückzukehren. Eine weitere Zielgruppe ist die zunehmende Zahl der Arbeitsmigranten, die als Monteure, Trainer oder Zeitarbeiter im umliegenden Gewerbe arbeiten und eine günstige Unterkunft suchen. Diese Zielgruppe wird aktuell immer stärker.

Ein klassisches Campingangebot müsste natürlich auch den jetzigen Wochenend-Wohnmobilstellplatz am Rathaus überflüssig machen und ein komfortables Stellplatzangebot vor und nach der Schranke vorhalten, so dass eine weitere Hauptzielgruppe die Wohnmobilmfahrer sind.

Insgesamt wird anfänglich ein Bedarf von ca. 80 bis 100 Standplätzen einschließlich ca. 30 bis 50 Zeltstandplätzen gesehen. Dies entspricht einem Flächenbedarf von brutto (je nach Geländezuschnitt) 1,0 ha bis 2,5 ha.

Obwohl die Konkurrenzsituation sehr entspannt ist, sollte versucht werden, die Vier-Sterne-Qualität nach der deutschen Campingklassifizierung zu erreichen.

Da die Hauptzielgruppe Radler sind, sollte auf deren Bedürfnisse, insbesondere im Hinblick auf großzügige Trocknungsmöglichkeiten, überdachte Außensitzplätze, abschließbare Fahrradboxen und ggf. eine Infrarotwärmekabine, in besonderer Weise Rücksicht genommen werden. Dies bleibt jedoch weiteren konzeptionellen Überlegungen und einem Raumprogramm vorbehalten, welches sich entsprechend der möglichen Standorte ändern kann.

Für den Fall, dass wegen der nicht vorhandenen Flächen nur ein Reisemobilhafen möglich ist, so sollte dieser möglichst zentrums- und einkaufsnah liegen, aber Platz für mindestens 15 Einheiten bieten und über eine komfortable Ver- und Entsorgungsanlage verfügen.



5. Standortdiskussion

Für einen Campingbetrieb wurden folgende Standorte in Augenschein genommen und bewertet:

1. Stadtteil Dellwig, am Radweg südlich des Umspannwerks

Der Standort wäre hervorragend für die Hauptzielgruppe der Radwanderer. Die Nebenzielgruppe der Wasserwanderer könnte über geeignete Maßnahmen ebenfalls gewonnen werden. Der Standort liegt außerhalb des eigentlichen Überschwemmungsbereiches, wäre aber mit insgesamt über 3 ha sicherlich zu groß für den Bedarf Fröndensbergs und wiederum zu klein und zu schlecht gelegen für einen großen Camping- und Ferienpark.

Die schlechte Lagebewertung ergibt sich aus der Nähe zu den Gewerbegebieten und der auch optisch stark beeinträchtigenden Hochspannungsleitung. Die Nähe zu Einkaufs- und Einkehrmöglichkeiten ist gegeben.

Laut Aussagen des Fachbereiches III der Stadt Fröndenberg ist dieser Standort aus Gründen des Landschaftsschutzes eher ungeeignet.

2. Bei der Kuhbrücke

Der Standort Bei der Kuhbrücke ist sehr stark landschaftsorientiert, allerdings sehr weit von den Einkaufs- und Einkehrmöglichkeiten entfernt. Die Heranziehung der Nebenzielgruppe der Kanuwanderer wäre zwar möglich, aber auch die Grundstücksverfügbarkeit ist eher fraglich.

Sachverständigenseits wird empfohlen, diesen Standort nicht weiter zu prüfen. Auch die Stadtverwaltung Fröndenberg ist der Ansicht, dass der Standort aus Gründen des Landschaftsschutzes und wegen der Hochwassergefahr eher ungeeignet ist.

3. Freibad Dellwig

Das eigentliche Schwimmbadgelände bringt schon aus Platzgründen keine großen Potenziale, allenfalls im Übergangsbereich zwischen der Hinterseite des Servicegebäudes und der



Liegewiese ließe sich ein Kleinstcampingangebot mit beispielsweise 20 Standplätzen denken. Im Servicegebäude selbst könnten campingspezifische Einrichtungen zur Verfügung gestellt oder eingebaut werden.

Der Standort wäre vom Radweg aus durch den Ort zwar erreichbar und auch Einkehr- und Einkaufsmöglichkeiten liegen am Weg; die Entfernung ist jedoch relativ groß und das Platzangebot insgesamt zu gering, so dass sachverständigenseits vorgeschlagen wird, keine weitere Prüfung dieses Standortes vorzunehmen.

4. Gelände im Rückhaltebecken oberhalb des Freibades und das darüber liegende Gelände

Das Gelände des nicht benötigten Rückhaltebeckens und der darüber liegende Bereich ist ausreichend groß für einen Campingplatz mit ca. 100 Einheiten. Eine gute Verknüpfung zum Freibadgelände wäre möglich. Radfahrer und Wanderer könnten ggf. durch das Freibad oder entlang des Freibadzaunes zum Gelände gelangen. Dies werden dann aber doch schon längere Wege. Die Zufahrt für Pkw und Servicefahrzeuge müsste vollständig neu ausgebaut werden, mindestens auf 3 m mit Begegnungstaschen. Das letzte Zufahrtsstück ist sehr steil. Allein die Kosten für den Ausbau der Zufahrt für Pkw und Servicefahrzeuge machen das Projekt an dieser Stelle vollständig unrentierlich. Eine Anfahrt für Pkw über das Schwimmbadgelände wird für möglich, aber schwierig gehalten. Insgesamt dürfte es auch kaum möglich sein, das Rückhaltebecken zu entwiden, weshalb der Standort nicht weiter verfolgt werden sollte.

5. Tennisplätze / Bolzplatz unterhalb Freibad / oberhalb Freibadparkplätze

Der sog. Bolzplatz zwischen dem Schwimmbadparkplatz und dem Tennisgelände umfasst mutmaßlich und teilweise auch nach Rodung ca. 6.000 qm. Der Standort wäre auch vom Ruhrtal-Radweg gut entlang der Mehrzweckhalle anfahrbar. Es besteht auch eine gute Anfahrbarkeit für Gespanne. Es müsste praktisch kein Straßenbau vorgenommen werden. Das Gelände wäre zunächst ausreichend für ca. 35 Wohnwagenstandplätze oder bis zu 60 bis 70 Zeltstandplätze oder beispielsweise für 15 bis 20 Wohnwagen- und Reisemobilstandplätze sowie ca. 30 Zelte.



Nachteil des Geländes ist, dass die notwendigen Sanitäreinrichtungen und die Rezeption neu errichtet werden müssen, da eine Verknüpfung mit dem Tennisclub kaum möglich erscheint. Letztlich müsste ein separates kombiniertes Rezeptions- und Sanitärgebäude errichtet werden, was für die maximal mögliche Größe des Campingbetriebes an dieser Stelle unrentierlich erscheint. Außerdem ist die Ferne zu den Versorgungseinrichtungen nachteilig, weshalb sachverständigenseits geraten wird, nur notfalls auf die weitere Behandlung dieses Standortes zurückzugreifen.

6. Stadtteil Westick, beim Stadion und der Marinekameradschaft

Der Standort in Westick ist außerordentlich schön gelegen und mit ca. 1,5 ha in der an sich für die Bedürfnisse Fröndenberg's richtigen Größe. Die Zufahrtssituation ist sehr gut. Mögliche Verknüpfungen mit vorhandener Bausubstanz in Stadiongebäude und bei der Marinekameradschaft sind möglich.

Von Seiten des Fachbereiches III der Stadt Fröndenberg wurde dieser Standort wegen Hochwassergefahr für nicht geeignet betrachtet, weshalb er von der weiteren Prüfung zunächst ausgenommen wurde.

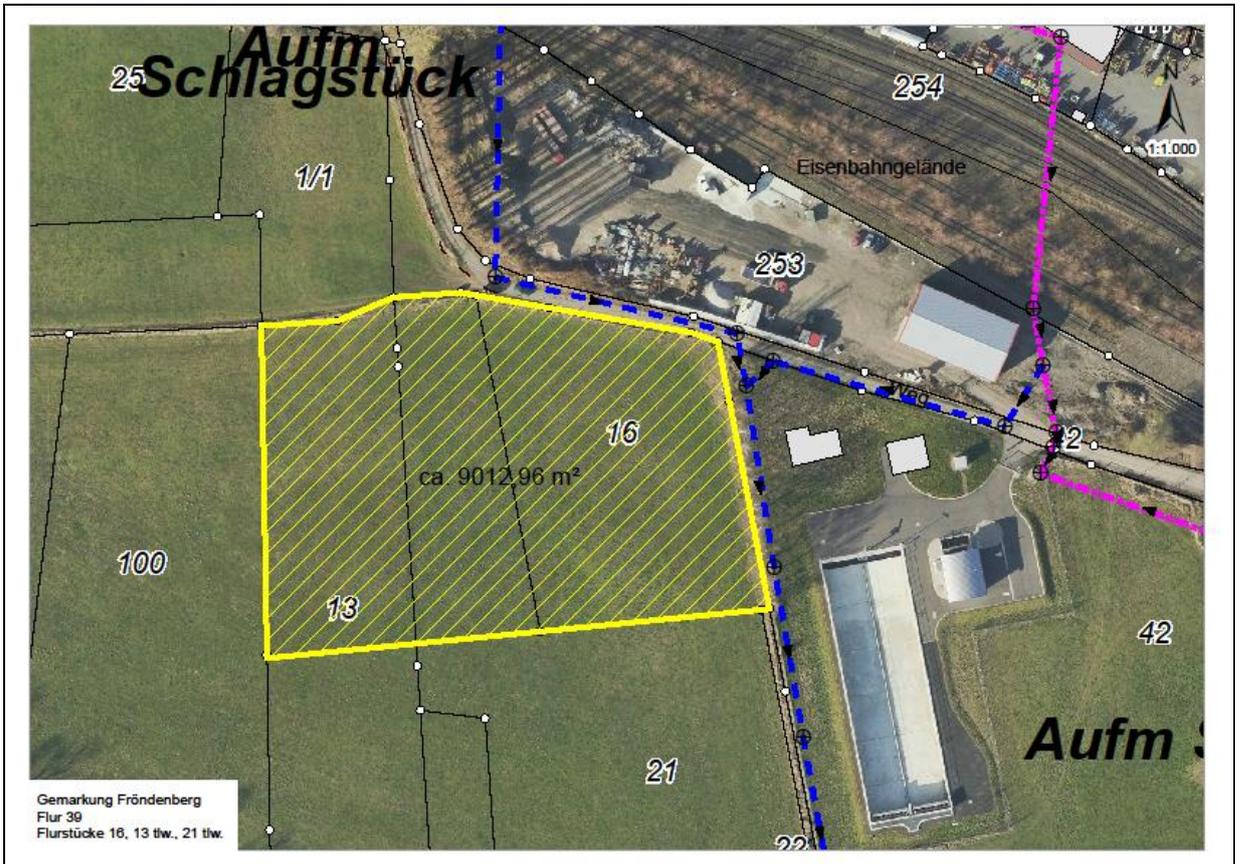
7. Am Klingelbach, westlich oder östlich der Kleingärten

Das Gelände westlich der Kleingartenanlage liegt im Anschluss an den Parkplatz der Maschinenfabrik bis zur Grenze der Kleingartenanlage direkt am Radweg, allerdings direkt an der Bahnstrecke. Das Gelände dürfte etwas mehr als 1 ha umfassen und ist von der Topografie her außerordentlich geeignet. Auch östlich der Kleingartenanlage bietet sich eine Ergänzung bzw. ein weiterer möglicher Standort, der dann jedoch ziemlich ortsfrem liegt und zu dem dann auch die Straße auch für Gespannfahrer ausgebaut werden müsste, weshalb letztlich nur der Standort westlich der Kleingartenanlage möglich erscheint.

Nach Mitteilung des Fachbereichs III der Stadt Fröndenberg ist dieser Standort aus erschließungstechnischen Gründen nicht geeignet. Die Kleingartenanlage verfüge nur über eine abflusslose Grube und ein Kanalanchluss könne nicht über städtische Grundstücke herbeigeführt werden. Erschwerend käme hinzu, dass der Flächeneigentümer wohl nicht zu campingbetriebsüblichen Preisen verkaufen würde. Zudem ist die Verlärmung durch die benachbarte Bahnlinie nachteilig, weshalb dieser Standort m.E. nicht weiter verfolgt werden sollte.

8. Schlagstück, westlich der Kläranlage

Nach Rücksprache mit der Kreisverwaltung Unna wurde dieser Standort zusätzlich im Dezember 2014 ins Gespräch gebracht. Der Standort wurde sachverständigenseits am 13. Januar 2015 begangen.



Der Standort ist mit zunächst rund 9.000 qm für einen Campingbetrieb durchaus ausreichend und es dürfte wohl sehr leicht möglich sein, bei weiterem Flächenbedarf Querflächen hinzu nehmen zu können.





Der Standort liegt sehr verkehrsgünstig, gerade auch zum Ruhrtal-Radweg und ist sehr nahe zu der Stadt und zu ihren Einkaufs- und Einkehrmöglichkeiten. Die Zufahrt müsste über die sehr belebte Kreuzung Mendener Straße / Ruhrstraße beim Raiffeisen-Lagerhaus durchgeführt werden. Dort ist dann relativ beschwerlich eine einspurige Unterführung unter dem Bahngleis zu nehmen. Sie ist mit 3,80 m Höhe zwar durchaus auch für Gespanne und große Wohnmobile ausreichend. Dieser Bereich müsste jedoch auf alle Fälle straßenmäßig besser ausgebaut und beleuchtet werden und der Gegenverkehr müsste über eine Art Pfortnerampel geregelt werden. Dies wiederum könnte dann zu Rückstau führen, so dass die Zu- und Abfahrt zum Raiffeisen-Lagerhaus gestört wird.

Deshalb sind hier auch weiterreichendere Änderungen bei der äußeren Erschließung notwendig, die möglicherweise sowieso im Zuge eines sicherlich notwendigen Kreisverkehrs für die Mendener Straße / Ruhrstraße durchgeführt werden müssen.

Die rund 3,50 m breite Straße von der Unterführung bis zur Kläranlage ist zwar asphaltiert, aber insgesamt doch zu schmal, so dass dort mindestens Ausweichbuchten angelegt werden müssen.

Der weitere Weg vom Kläranlageneingang bis zur Grundstücksgrenze wäre ebenfalls auszubauen und mindestens mit Ausweichbuchten zu versehen.

Bezüglich der inneren Erschließung sind jedoch sicherlich Kostenvorteile zu realisieren, da das Gelände sehr eben ist und vermutlich nur ganz selten tatsächlich überschwemmt wird. Mutmaßlich dürften Wasser, Abwasser und Strom grundstücksnah anliegen, so dass auch hier eine kostengünstige Erschließung vorgenommen werden kann.

Der Standort wird in vorliegendem Gutachten bezüglich Baukosten und Ergebnisschätzung weiterentwickelt.



Nach Absprache mit der Stadtverwaltung Fröndenberg wurden auch noch separat mögliche Grundstücke für einen neuen bzw. weiteren Wohnmobilhafen in Fröndenberg inspiziert. Diese waren:

a) Bei Lidl westlich des Bahnhofs

Sehr zentrale Lage, gute Sichtbeziehung zur Kirche, sehr belebte Straße und Parkplatz, tagsüber zu belebt für qualifizierten Aufenthalt, auch direkt an der Bahnstrecke

b) Bei EDEKA

Sachverständigenseits wegen sehr enger Situation und der Hauptstraße eher nicht weiter zu verfolgen

c) REWE in Langschede bei Feuerwehr

Von der Versorgung her sehr gut möglich, alle Versorgungsmöglichkeiten vorhanden, möglicherweise etwas zu klein. Standort wird nicht wirklich mit Fröndenberg in Verbindung gebracht.

d) Zwischen Wilhelm-Feuerhake-Straße und den Bahngleisen

Der Standort ist deutlich zu belebt und dann auch relativ fern zum eigentlichen Zentrum. Ggf. müsste hier ein eigenständiges Projekt „Übernachten in Eisenbahnwaggons“ überlegt werden.

e) Beim Rathaus am jetzigen Reisemobilstellplatz

Nach Schaffung von Mitarbeiterparkplätzen hinter dem Rathaus wäre eine Vergrößerung des Wohnmobilhafens am jetzigen Platz gut möglich. Das Flächenangebot ist dann zwar immer noch relativ gering, zumal wenn man bedenkt, dass auch noch eine Ver- und Entsorgungsstation errichtet werden sollte. Der Platz ist jedoch relativ charmant bezüglich seiner Ruhe



und der Nähe zu Restaurants und dem Zentrum. Vor allem könnte über einfache bauliche Maßnahmen ein qualitativ hochwertiger Reisemobilhafen dadurch geschaffen werden, dass auch nachts ein separater Zugang, beispielsweise zum Untergeschoss des Rathauses, entsteht, wo gegen weitere Gebühr z.B. zwei Duschen sowie eine Waschmaschine und eine Trockenmaschine zur Verfügung stehen. Dies wäre dann ein Reisemobilstellplatz, der den heutigen Anforderungen, was Zusatzeinrichtungen entsprechend des Abschnitts. 2.6 dieses Gutachtens, entspricht.



6. Konzeptionelle Überlegungen, Raumprogramm sowie Skizzierung der Bau- und Einrichtungskosten

Die Hauptzielgruppen für ein Camping- und Wohnmobilangebot am Standort Fröndenberg sind zweifellos:

1. Ruhrtal-Radwanderer mit eigener Zeltausrüstung
2. Ruhrtal-Radwanderer, die ein campingnahes Übernachtungsangebot in vermietbaren Einheiten, wie Mietzelten, Miethütten, Schlafröhren etc. suchen
3. Stern-Radwanderer in Zelt, Wohnwagen und Wohnmobil, die von Fröndenberg aus täglich eine andere Tour unternehmen, um abends zum Campingbetrieb zurückzukehren
4. Camper, insbesondere in Wohnwagen und Wohnmobil, ohne Bezug zum Ruhrtal-Radweg
5. Arbeitsmigranten (Monteure, Trainer, Zeitarbeiter) in Gewerbebetrieben der Umgebung

Für die Bedürfnisse dieser Hauptzielgruppen können auf dem vorhandenen Gelände mit rund 9.000 qm folgende Einrichtungen bereitgestellt werden:

- Vorgelagerter Wohnmobilhafen mit 6 – 10 befestigten Wohnmobiltaschen sowie großzügige Ver- und Entsorgungsstation sowie Strombezug vor der Schranke, bemünzt, einfache Beleuchtung
- Diese dem eigentlichen Campingbetrieb vorgelagerte Übernachtungsoase für Reisemobile sollte in der nordöstlichen Ecke des Grundstücks angesiedelt sein. Durch die Übernachtungsoase hindurch geht die Hauptzufahrt zur schrankenbewehrten Zufahrt, dort kombiniertes Rezeptions- / Sanitärgebäude für den Bedarf von etwa 60 – 80 Standplätzen.
- Möglicherweise ringförmige Einbahnstraßenerschließung des Geländes mit geschotterten Wegen



- Großzügige Zeltwiese von etwa 4.000 qm, entsprechend ca. 40 Zelteinheiten, möglicherweise im inneren Ring der Erschließung liegend mit einfachen überdachten Trocknungsmöglichkeiten für Zelteinrichtungen sowie überdachtem Sitzplatz, Grillplatz etc. Zeltwiese hochgradig mit Stromanschlüssen versehen.
- Im Zeltareal in Nähe Rezeptions- / Sanitärgebäude ca. 10 „trockene“ Mieteinheiten (Hütten, Schlafröhren, Mietzelte) für den Bedarf der Radler
- Ca. 20 – 25 Standplätze für Wohnwagen und Wohnmobile, allesamt mit Stromzufuhr (16 Ampere) und einfacher Beleuchtung

Einschließlich der Stellplätze auf dem vorgelagerten Wohnmobilhafen (Übernachtungsoase) und der ca. 10 Mieteinheiten dürften auf dem Gelände einschließlich der Zeltstandplätze insgesamt rund 70 – 90 Einheiten möglich sein.

Eventuelle Wasserzapf- und Ausgussstellen werden nicht über den Platz verteilt, sondern ausschließlich in oder bei einem zentralen Gebäude vorgehalten sowie natürlich auch die Chemie-WC-Entsorgung und sonstige Einrichtungen, speziell auch für Radler bzw. Zeltler, wie z.B. Schließfächer für Wertgegenstände mit Doppelsteckdose zum Aufladen von Akkus etc.

Aufgrund von Erfahrungen aus jüngster Zeit mit dem Bau von Campingbetrieben im Drei- bis Vier-Sterne-Bereich muss von Herstellungskosten zwischen € 8.000,-- und € 12.000,-- pro Standplatz / Stellplatz ausgegangen werden. Im vorliegenden Fall schätze ich die Kosten wie folgt:

- | | | |
|--|---|------------|
| 1. Vorgelagerter Wohnmobilhafen mit Ver- und Entsorgungsstation einschließlich Zufahrt | € | 75.000,-- |
| 2. Zentrales Rezeptions- / Sanitärgebäude, auch mit Wasch- und Trockenmaschinenraum, ausreichend für eine Kapazität von 60 – 80 Standplätzen | € | 350.000,-- |
| 3. Straße, Erschließung, Stromversorgung, Verdichtung, evtl. Aufschotterung | € | 250.000,-- |



4. Ca. 10 „trockene“ Mieteinheiten, Hütten, Schlafröhren etc. à € 5.000,--	€	50.000,--
5. Schrankenanlage, Einrichtungen, Maschinen, Büro, Waschmaschinen etc.	€	75.000,--
6. Gesamt	€	800.000,--

Dies entspricht einem durchschnittlichen Einrichtungspreis bei 70 – 90 Standplätzen von ca. € 9.000,-- bis ca. € 11.500,-- pro Standplatz, was mittleren Werten entspricht.

Als kritische Position ist die Pos. 3 für Tiefbauarbeiten, Straße etc. zu sehen, da der Baugrund nicht bekannt ist und eventuell Bodenaustausch vorgenommen werden muss.

Eine Wohnmöglichkeit für den Betreiber sowie gastronomische Einrichtungen sind nicht vorgesehen. Vorgesehen werden kann in der Rezeption eine Art Kleinverkaufsraum z.B. für Brötchen und ggf. ein kleiner nicht bewirteter Aufenthaltsraum für Campinggäste, am besten in Zusammenhang mit einer kleinen Camperküche mit zwei bis drei Tischen für den Aufenthalt für acht bis zwölf Personen.



7. Ergebnisschätzung, Wirtschaftlichkeitsüberlegungen und wirtschaftliche Auswirkungen auf Fröndenberg

Um beantworten zu können, welche Umsätze im skizzierten Campingbetrieb in Fröndenberg generiert werden können, müssen Annahmen getroffen werden, die möglichst zutreffend sein sollen. Dabei müssen diese Annahmen für die Zukunft getroffen werden, also dem dritten vollen Betriebsjahr, beispielsweise dem Jahr 2018 oder 2019. Für dieses dritte Betriebsjahr in der Zukunft müssen heute übliche Übernachtungspreise angepasst werden, um zu einem zutreffenden Ergebnis zu gelangen.

Natürlich muss auch die Belegung in der Zukunft prognostiziert werden, wobei dies nur aus heutigen Vergleichsfällen abgeleitet werden kann. Dabei ist stets eine mittlere bis gute professionelle Betriebsführung die Voraussetzung.

Aus den Standplatz- oder Einheitenbelegung lassen sich unter Zuhilfenahme typischer durchschnittlicher Personenzahlen für die Reisehaushaltsgöße, die in Fröndenberg zusätzlich stattfindenden Übernachtungen prognostizieren.

Belege, Umsätze und Übernachtungen werden miteinander verprobt und mit heutigen Betriebsvergleichszahlen in Beziehung gesetzt, so dass sich insgesamt ein nachvollziehbares Rechenwerk ergibt. Die Darstellung auf der folgenden Seite beschreibt den Normalfall im langjährigen Durchschnitt für das dritte Betriebsjahr, also für das Jahr 2018 oder 2019.

Bezüglich des Grundstücks wurde angenommen, dass dieses vom Eigentümer in einem beispielsweise 50jährigen Erbbaurecht oder in einem 30jährigen Flächenpachtvertrag zur Verfügung gestellt wird. Es wurde mit einem für Fröndenberg schon recht hohen Campingflächenwert von € 10,- pro qm, entsprechend einem Gesamtwert des Geländes von € 90.000,-, ausgegangen. Hierauf wurde eine Bodenwertverzinsung bzw. ein Erbbaurechtzinssatz von 4% gewählt, was einer jährlichen Bodenwertverzinsung von € 3.600,- entspricht, die ertragsmindernd eingesetzt wurde. Im Hinblick auf die Investition wäre es sicherlich angebracht – sofern ein Kauf des Grundstücks überhaupt nicht in Frage kommt – ein Erbbaurecht zu begründen.



Belegung, Übernachtungen und Umsätze sowie Kosten im Vergleich für Ruhr-Camping-Fröndenberg, drittes volles Betriebsjahr 2018 bzw. 2019, bei mittlerer bis guter Betriebsführung, Saisonbetrieb 15. März – 15. Oktober, Wohnmobilhafen ganzjährig, in Euro

01	8 Wohnmobiltaschen außerhalb Campingbetrieb, ganzjährig belegbar, 100 Tage Belegung (mit Ø 2,2 Personen, entspr. 1.760 Übernachtungen) à € 12,-- netto	9.600,--
	Stromentgelt, 800 Belegtage à € 1,--	800,--
	Ver- und Entsorgungsentgelt, 800 Belegtage à € 2,--	1.600,--
02	22 Wohnwagen / Großzeltstandplätze, 90 Belegtage (mit Ø 2,8 Personen, entspr. 5.544 Übernachtungen) à € 27,-- netto einschließlich Nebenkosten	53.500,--
03	40 Zelte mit 80 Tagen Belegung (mit Ø 2,1 Personen, entspr. 5.880 Übernachtungen) à € 18,-- netto	50.400,--
04	10 Mieteinheiten (Hütten oder Schlafröhren etc.) beheizbar, mit mind. 100 Belegtage (mit Ø 2,2 Personen, entspr. 2.200 Übernachtungen) à € 32,-- netto	32.000,--
05	Umsatz netto gesamt (Umsatz netto pro Standplatz / Einheit € 1.848,--) (Übernachtungen gesamt 15.384) (Übernachtung pro Standplatz / Einheit 192)	147.900,--
06	Betriebsbedingte Kosten inkl. Werbung, ca. 41% vom Umsatz	-60.000,--
07	Personalkosten / Unternehmerlohn , 0,75 Vollarbeitskräfte aufs Jahr gesehen	-30.000,--
08	Pacht / Erbbaurechtszins 4% aus Bodenwert € 90.000,--	-3.600,--
09	Kosten gesamt	-93.600,--
10	Für Kapitaleinsatz zur Verfügung	54.300,--
11	Bei durchschnittlichem Zinssatz (bzw. Gesamtkapitalverzinsung) 2,75% und anfänglicher Tilgung / Abschreibung 4% gerade ausreichend für Investition	800.000,--



Zu 01:

Die angenommenen acht außen liegenden Wohnmobiltaschen sind mit Sicherheit im Durchschnitt 100 Tage im Jahr belegt. In 2018 oder 2019 dürften € 12,-- netto (Endverbraucherpreis ca. € 13,--) keineswegs zu hoch angesetzt sein.

Bei dem Stromentgelt wurde von 800 Belegtagen und dem durchschnittlichen Bezug von 2 kWh à € 0,50 ausgegangen. Bei den Ver- und Entsorgungsentgelten wurde ebenfalls von 800 Belegtagen ausgegangen und nicht auch noch davon, dass eventuell nicht übernachtende Reisemobile dort kostenpflichtig ver- und entsorgen können.

Zu 02:

Für die 22 Wohnwagenstandplätze bzw. allgemeine Campingstandplätze, die natürlich auch für Großzelte dienen können, wurden nur 90 Belegtage angenommen. Der angenommene Nettopreis für 2018 / 2019 von € 27,-- netto (Endverbraucherpreis ca. € 28,90) ist unter dem Lichte zu sehen, dass es sich um ein voll inkludiertes Preissystem handelt, also zusätzliche Kosten für Strom, Müll, Duschen etc. entstehen nicht. In dieser Betrachtung könnten die Entgelte sogar noch höher sein.

Zu 03:

Für die 40 möglichen Zeltstandplätze wurde nur von einer Belegung von 70 Tagen ausgegangen. Dies ist sicherlich gerade auch über Gruppen und mit Überbelegungen (z.B. Pfingsten) durchaus zu übertreffen. Die rund €18,-- netto (Endverbraucherpreis ca. € 19,30) pro Belegung und Tag sind angesichts der Vollinkludierung nicht zu viel.

Zu 04:

Obwohl die Hütten / Schläfröhren o. ä. beheizbar sind, wird nur von 100 Belegtagen ausgegangen. Einschließlich Endreinigung, aber ohne Bettwäsche, wird von € 32,-- netto pro Belegtag (Endverbraucherpreis ca. € 34,25) ausgegangen, was sicherlich für die Jahre 2018 oder 2019 nicht zu hoch sein dürfte.

Zu 05:

Es ergibt sich ein Gesamtnettoumsatz von etwas über € 150.000,-- bzw. ein Umsatz pro Übernachtung von rund € 1.850,-- pro Standplatz. Entsprechend des Betriebsvergleiches des Bundesverbandes der Campingwirtschaft in Deutschland aus 2009 erzielten die Ver-



gleichscampingplätze im Jahr 2008 im Touristikingeschäft einen Durchschnittsertrag pro Standplatz in Höhe von € 1.154,-- netto, für Mietunterkünfte aber einen solchen von € 3.964,-- pro Mietunterkunft.

Im vorliegenden Schnitt hätte das im Jahr 2008 für den Campingbetrieb Fröndenberg einen Durchschnittsumsatz von € 1.505,-- pro Einheit bedeutet. Hier wird für das Jahr 2018 / 2019, also elf Jahre später, mit einem Umsatz von € 1.848,-- im Durchschnitt gerechnet. Dies entspricht einer Steigerung in elf Jahren von ca. 22%, was auch durchaus plausibel ist.

Im gesamten Campingbetrieb werden voraussichtlich 15.384 Übernachtungen erbracht. Dies entspricht 192 Übernachtungen pro Standplatz bzw. Einheit. Diese Übernachtungszahl wurde von vielen Campingbetrieben auch in Nordrhein-Westfalen schon im Jahr 2013 leicht erreicht, so dass auch dies plausibel erscheint.

Zu 06:

Es sind betriebsbedingte Kostenquote ohne Personalkosten, aber einschließlich Werbung, sowie aller Verbrauchsausgaben zwischen 35% und 48% des Umsatzes bekannt. Hier wurde ein mittlerer Satz gewählt, der an sich auskömmlich sein müsste, da es sich auch um ein energetisch optimiertes Gebäude handelt und Verbrauchsstellen zentral angeordnet sind.

Zu 07:

Entsprechend der Betriebsvergleiche wird von einem Personalbedarf von 0,75 Vollarbeitskräften aufs Jahr gerechnet ausgegangen. Dies entspricht während sechs bis acht Wochen Hauptsaison durchaus einem Personalbedarf von 1,5 Personen. Im Durchschnitt wird man wegen der Winterschließung aufs Jahr gesehen jedoch kaum mehr Arbeitskräfte benötigen. Multipliziert man ein Bruttogehalt von monatlich € 2.500,-- mit 12 und schlägt man diesem 30% Lohnnebenkosten zu und nimmt hiervon wiederum drei Viertel, ergibt sich die genannte Summe.

Zu 08:

Es wird davon ausgegangen, dass die Campingfläche einen Bodenwert von ca. € 10,-- pro qm hat, entsprechend einem Gesamtbodenwert von € 90.000,--. Ein Erbbaurechtszins von 4% bzw. eine Pacht (bei 30jährigem Pachtvertrag) in derselben Höhe erscheint angemessen.



Zu 09:

Es ergeben sich die genannten Gesamtkosten.

Zu 10 und 11:

Für den Kapitaleinsatz, d.h. für den Zinsaufwand bzw. die Eigenkapitalverzinsung und für die Tilgung bzw. die Abschreibung, stehen nach dieser Modellrechnung rund € 54.300,-- zur Verfügung, was einen Kapitaleinsatz von € 800.000,-- gerade noch rechtfertigen kann.

Insgesamt gesehen ist das Projekt unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten als grenzwertig anzusehen, was im Wesentlichen an der geringen Anzahl der Standplätze liegt. Würde man nur noch 2.000 bis 3.000 qm hinzunehmen, so würden die Investitionskosten und auch die Bewirtschaftungskosten kaum ansteigen. Der Ertrag könnte sich jedoch, getragen von Spitzenlastzeiten, sehr leicht verbessern.

Der Vorteil des Standortes Schlagstück ist deshalb darin zu sehen, dass solche Erweiterungen bei Bedarf recht leicht möglich sind. Sicherlich darf man in diesem Projekt aber nicht nur die betriebswirtschaftliche Seite sehen, sondern muss auch eine volkswirtschaftliche Betrachtung des sog. Umwegnutzens vornehmen.

Es wird mit insgesamt 15.384 zusätzlichen Übernachtungen durch den Campingbetrieb in Fröndenberg zu rechnen sein. Laut einer Untersuchung des Bundeswirtschaftsministeriums, durchgeführt durch DWIF 2010, betragen die durchschnittlichen Tagesausgaben von Touristcampingern einschließlich der Entgelte im Campingbetrieb € 45,80 brutto. Schreibt man diese Zahlen aus 2009 linear mit 1% pro Jahr (ohne Zinseszins) fort, so ergibt sich im Jahr 2018 eine Bruttoausgabe pro Touristcampingübernachtung von rund € 50,50. Im Überblick ergibt sich folgendes:



Wertschöpfung aus Campingtourismus in Fröndenberg 2018 / 2019

15.384 Übernachtungen x € 50,50 Bruttoumsatz pro Übernachtung ergibt Zusatzumsatz brutto in Fröndenberg	€	776.892,--
./.. durchschnittlicher Mehrwertsteuersatz, ca. 12%	- €	83.238,--
Zusatzumsatz netto in Fröndenberg	€	693.654,--
Durchschnittliche Wertschöpfungsquote in erster Umsatzstufe 40%	€	277.461,--
Zusätzliche direkte Wertschöpfung, Einkommen, Gehälter, Gewinne in Fröndenberg, gerundet	€	275.000,--

entsprechend Vollarbeitskräfte, ca.		7
entsprechend Volkseinkommen für ca.		12 Einwohner

Diese Überlegungen können natürlich nur sehr überschlägig sein und auch qualitative Aspekte nicht berücksichtigen, nämlich, dass insbesondere die Gastronomie, aber auch der Einzelhandel, deutlicher gestärkt wird als dies die reinen Zahlen ausdrücken können.



8. Investition, Betrieb und weiteres Vorgehen

Sollte die Diskussion in den Gremien und in der Verwaltung positiv verlaufen, erscheint es sinnvoll, zunächst die planungsrechtlichen Grundlagen zu schaffen bzw. deren Schaffung einzuleiten. Empfehlenswert ist es noch vor Einleitung von Maßnahmen der äußeren Erschließung, nach einem Investor oder Betreiber Ausschau zu halten.

Zwar sind etwas über 1.000 Campingbetriebe in Deutschland in kommunaler Hand; es dürfte sich jedoch kaum anbieten, dass die Stadt Fröndenberg oder eines ihrer Tochterunternehmen oder Eigenbetriebe oder Betriebe gewerblicher Art hier tätig wird. Möglicherweise gibt es jedoch im Kreis Entwicklungsgesellschaften oder Initiativen, die sich eines solchen Objekts annehmen könnten. Hier könnte auch an einen Integrationsbetrieb mit Behinderten gedacht werden, womit auch kirchliche Träger denkbar sind (z.B. Caritas).

Denkbar sind natürlich auch PPP-Modelle, die jedoch einen privaten Interessenten oder Investor benötigen.

Ein solcher lässt sich sicherlich nicht für einen Standort dieser Größe aus dem Kreis der Campingkettenbetreiber finden, wohl aber häufig im sogar engeren Umfeld. Gerade Landwirte, aber auch Gastronomen, Hoteliers und Handwerksbetriebe, insbesondere Bauunternehmen, sind häufig auf der Suche einem zweiten Standbein. Es wird deshalb empfohlen, nach grundsätzlicher Aussprache für einen Campingstandort an der diskutierten Stelle und Feststellen des Zeithorizonts für die notwendig werdenden äußeren Erschließungsmaßnahmen über Allgemein- und Fachpresse und später auch über Ausschreibungen Interessenten für dieses Vorhaben zu gewinnen.

Natürlich wäre es sinnvoll, auch die räumlichen Vorstellungen zur Entwicklung des Campingbetriebes besser grafisch darzustellen, um beispielsweise über Planskizzen nicht nur die Vorstellungskraft zu fördern, sondern auch die Baukostenschätzung zu erleichtern. Bei Bedarf kann dies in Zusammenarbeit mit einem in Campingplatzbau versierten Planungsbüro angeboten werden.