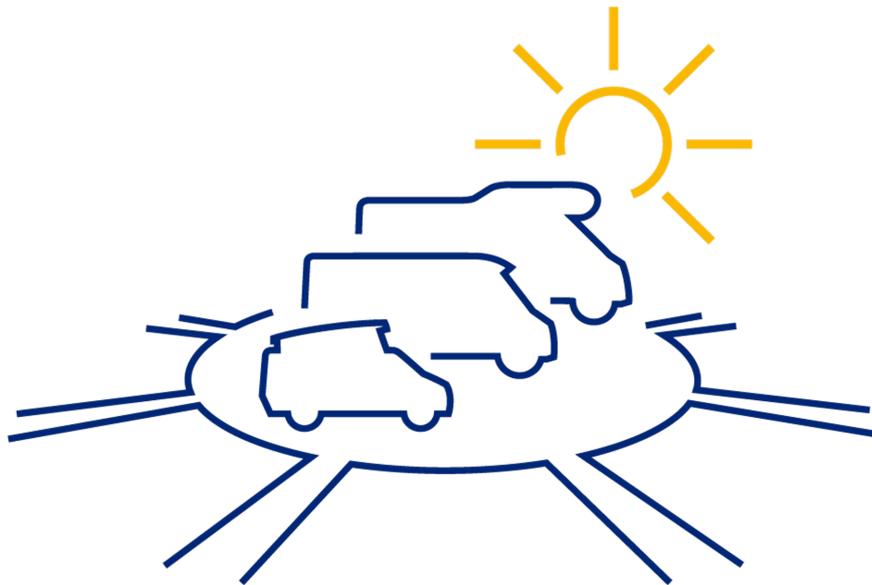


LEITFADEN FÜR EINE POTENZIAL- UND BEDARFSANALYSE



Projektförderung:



Projektbearbeitung:



mit ideeller Unterstützung des Vorhabens durch den



dwif-Consulting GmbH, Sonnenstr. 27,
80331 München, Tel.: 089 / 237 028 9-0
www.dwif.de

Projektteam:

Heiko Rainer, Geschäftsfeldleiter
Betriebswirtschaftliche Beratung, h.rainer@dwif.de
Diana Pinnow, Consultant Betriebswirtschaftliche Beratung, d.pinnow@dwif.de

Ein Leitfaden für die Bedarfs- und Potenzialermittlung von Reisemobilstellplatzanlagen in Deutschland

Der vorliegende Leitfaden wurde vom Caravaning Industrie Verband e.V. (CIVD) in Zusammenarbeit mit der dwif-Consulting GmbH erstellt. Ziel des Leitfadens ist es, Ihnen als kommunale oder private Anbieter

zielführende Empfehlungen und verlässliche Rahmendaten zur Bedarfs- und Potenzialermittlung von Reisemobilstellplätzen in Deutschland zu liefern.

1. Die Grundlagen: Was man zum Reisemobil-Tourismus wissen muss

1.1 Aktuelle Entwicklungen im Reisemobiltourismus

Reisemobile sind beliebter als jemals zuvor: Das zeigt sowohl die **rasant steigende Zahl an Neuzulassungen** als auch die Entwicklung der Stellplätze. Gegenüber dem „klassischen“ Camping mit Wohnwagen oder Zelt haben Reisemobile eindeutig die Nase vorn. Reisemobilreisende reisen meistens autark. Sie sind auf die Infrastruktur eines Campingplatzes nicht zwingend angewiesen und können auch Stellplätze ohne Versorgung in der Nähe von Ortszentren oder touristischen Attraktionen nutzen.

Seit 2009 wächst der Bestand an Reisemobilen in Deutschland stetig. Im Jahr 2020 wurden mehr als 78.000 Reisemobile neu zugelassen.¹ Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies ein Plus von weiteren 45 Prozent. Somit ist der Bestand im letzten Jahr auf rund 675.000 Reisemobile gewachsen. Insgesamt stieg die Anzahl der Stellplatzbetriebe 2021 im Vergleich zum Vorjahr um fast 470 Unternehmen und die Standplatzanzahl legte um mehr als fünf Prozent zu.²

Welche Fahrzeugkategorien gibt es?

Was genau ist ein Alkoven und wie autark ist man in einem Campervan? Und warum ist das wichtig für die Planung zukünftiger Stellplätze? Insbesondere die Ausmaße der Fahrzeuge sowie die damit verbunden häufig unterschiedlichen Zielgruppen sind für die Platzaufteilung und Ausstattung relevant. So beanspruchen kompakte Kastenwägen deutlich weniger Platz, jedoch benötigen die

Reisenden häufig sanitäre Ausstattung vor Ort. Für komfortable Liner muss deutlich mehr Fläche eingeplant werden. Die Übersicht der Reisemobiltypen stellt die gängigen Modellkategorien kurz vor.³ Nahezu alle Reisemobilisten nutzen eine dieser Fahrzeugkategorien. In kleiner Anzahl sind auch Expeditionsfahrzeuge oder Pick-Ups auf Stellplätzen anzutreffen.

¹ www.civd.de/artikel/aktuelle-neuzulassungszahlen/
² dwif 2021: Wirtschaftsfaktor Reisemobiltourismus

³ Bildquelle jeweils CIVD

CAMPINGBUSSE / KASTENWAGEN OHNE NASSZELLE

Sie stellen inzwischen fast die Hälfte der Reisemobil-Neuzulassungen. Häufig fühlen sich „Neueinsteiger“ mit handlicheren und wendigeren Fahrzeugen (Länge < 6,5 m) wohler. Weitere Pluspunkte: Sie sind günstiger, alltagstauglich und haben im Komfortbereich in den letzten Jahren weit aufgeholt. Da gerade Camping-Busse und auch manche Kastenwagen keine Nasszelle an Board haben, sind sie häufig auf Stellplätze mit Sanitäreinrichtungen angewiesen.



VOLL-, TEILINTEGRIERTE ODER ALKOVEN-REISEMOBILE

Von der Länge unterscheidet sich diese Gruppe oft kaum (ca. 6-7,50 m), Vollintegrierte sind allerdings oft schwerer (bis 6,5t) und höher (> 3 m) als Teilintegrierte oder Alkoven-Modelle. Das Alkoven-Mobil hat über der Fahrerkabine zusätzlich Platz für zwei Übernachtende und spricht somit eher Familien an. Nutzer von teil- und vollintegrierten Fahrzeugen weisen in der Regel eine höhere Aufenthaltsdauer und Kaufkraft auf, weshalb die Ansprache dieser Zielgruppe attraktiv für Städte bzw. deren Stellplätze ist.

LUXUSREISEMOBILE ODER LINER

Sie sind länger als die anderen Fahrzeugklassen (8- 10 m) und der Inbegriff der Oberklasse im Reisemobiltourismus. Da diese Fahrzeuge exklusiv und in hohem Maße autark ausgestattet sind, benötigen sie zwar nicht unbedingt eine Infrastruktur auf dem Stellplatz, jedoch deutlich mehr Stellfläche und großzügigere Zufahrtswege.



1.2 Stellplatzarten und -konzepte

Unterscheidung Campingplatz und Reisemobilstellplatz

Campingplätze und Reisemobilstellplätze richten sich tendenziell an verschiedene Zielgruppen, jedoch ist eine trennungsscharfe Unterscheidung oft kaum möglich, da Reisemobilisten je nach Lage und gewünschter Ausstattung Standplätze auswählen, die unter Umständen auch auf einem Campingplatz

liegen können. Generell ist die Länge des Aufenthalts eine gute Richtlinie zur Unterscheidung. Zum besseren Verständnis erfolgt hier eine kurze definitorische Abgrenzung von Campingplätzen und Reisemobilstellplätzen.

Als **Campingplätze** werden meist abgegrenzte Anlagen bezeichnet, die Standplätze für Touristik- und Dauercamping vorhalten. Die Parzellen können von Zelten, Reisemobilen oder Wohnwagen genutzt werden. Campingplätze bieten häufig ein umfangreiches Angebot aus Versorgungs- und Freizeiteinrichtungen bspw. Shops, Restaurants, Badestellen, Spielplätze. Kennzeichnend für Campingplätze ist das Vorhandensein sanitärer Anlagen. Campingplätze werden häufig für den längeren Familien-Urlaub genutzt und haben eine größere Verweildauer als Stellplatz-Besucher.

Ein **Reisemobilstellplatz** kennzeichnet sich durch eine ereignisnahe und ereignisorientierte Lage (bspw. Stadt, Therme, Restaurant) aus. Durch den hohen Mobilitätsgrad seiner Besucher sind Stellplätze für Reisemobile vorgehalten. Im Gegensatz zu Campingplätzen ist ein Reisemobilstellplatz häufig öffentlich zugänglich und hat keine Rezeption, so dass eine An- oder Abreise jederzeit möglich ist. Stellplätze werden häufig für Kurzurlaube genutzt. Hinsichtlich ihrer Lage und des Versorgungsangebots lassen sich verschiedene Typen von Stellplätzen voneinander differenzieren, die folgend vorgestellt werden.

Verschiedene Stellplatzarten

Bei Reisemobilstellplätzen gibt es keine offizielle Typisierung. In der Praxis findet man drei Kategorien von Reisemobilstellplätzen am

häufigsten. Wichtiges Unterscheidungsmerkmal ist der jeweilige Ausstattungsgrad sowie die Anzahl der Standplätze:

BASIC- ODER TRANSIT-STELLPLATZ

Ein verkehrsgünstig gelegener Stellplatz, der auf Durchreisende ausgelegt ist, meist ohne Stromanschluss und Frischwasserentnahmestelle und ohne weiteren Komfort, ca. 1-50 Standplätze.



STANDARD- ODER KURZREISE-PLATZ

Ein Stellplatz mit grundlegenden Ver- und Entsorgungseinrichtungen sowie Stromanschlüssen und Müllentsorgungsanlagen. Die Standplätze sind teilweise parzelliert, ca. 5-15 Standplätze.



PREMIUM-PLATZ ODER REISEMOBILHAFEN

Professionell geführte, parzellierte Anlage mit attraktiver Lage und zusätzlichen Serviceleistungen (z. B. Sanitäranlagen, WLAN, Brötchenservice, Mini-Shop, etc.); ca. 40-100 Standplätze.





Weitere, vertiefende Informationen zu den Stellplatztypen sind in der CIVD-Planungshilfe für Reisemobilstellplätze auf S. 3-4 sowie auf der Webseite des Infoportals für Reisemobil-Stellplätze (<https://www.reisemobil-stellplatz.info/>) vom Caravaning Industrie Verband nachzulesen.

Camping- und Reisemobiltourismus stehen nicht nur voll im Trend, sie haben sich in den letzten Jahren auch zu einer relevanten Säule im Deutschland-Tourismus entwickelt. Dies zeigt die Studie zum Wirtschaftsfaktor Camping- und Reisemobiltourismus in

Deutschland 2021: Die Ergebnisse verdeutlichen die wirtschaftliche Relevanz des Camping- und Reisemobiltourismus in Deutschland. Das Standplatzangebot stieg im Vergleich zum Vorjahr um fünf Prozent auf mehr als 71.000 Stellplätze.

EXKURS: REISEMOBILTOURISMUS ALS WERTSCHÖPFUNGSFAKTOR

Urlaubsreisen mit Reisemobil, Caravan oder Zelt bescherten der deutschen Wirtschaft im Jahr 2020 über 14 Mrd. Euro Umsatz. Das sind trotz Corona-Pandemie 13% mehr als im Jahr 2016. Haupttreiber ist der Reisemobiltourismus. Insgesamt werden durch Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen rund 15,6 Mio. Übernachtungen generiert. Hinzu kommen noch 15,0 Mio. Tagesreisen. Daraus entstehen in Deutschland rund 1,3 Mrd. Euro Umsatz durch Reisemobilisten außerhalb der Campingplätze. Das entspricht einem Anteil von 29% an den Ausgaben in den Zielgebieten (inkl. Touristik- und Dauercamping).

Weitere Informationen und Einschätzungen unter dwif.de.

2. Wie wird der Bedarf an Reisemobilstellplätzen ermittelt?

Bevor es in die Detailplanung eines Reisemobilstellplatzes geht, sollte eine Bedarfs- und Potentialanalyse erstellt werden.

Die Ergebnisse der Analyse beeinflussen nicht nur die Größe und Ausstattung des Reisemobilstellplatzes, sondern auch die grundlegende konzeptionelle Ausgestaltung. So ist zum Beispiel vom Standort abhängig ist, welche Art von Stellplatz dort überhaupt sinnvoll ist. Und das Konzept für den Stellplatz kann erst im Detail ausgearbeitet werden, wenn

ein geeigneter Standort gefunden wurde. Im Idealfall gehen Konzeptentwicklung und Standortsuche Hand in Hand.

Die folgenden sechs Einstiegsfragen bieten einen guten Überblick über die Inhalte der kommenden Analyseschritte. Wenn diese Fragen bereits näherungsweise beantwortet werden können oder bereits Ideen dazu bestehen, sind die Grundvoraussetzungen für die anstehende Potenzialanalyse bereits geschaffen.

Abb. 1: Sechs Einstiegsfragen für die Potenzialermittlung

-  Welchen **BESUCHSGRUND/INFRASTRUKTUR** bietet die Region?
-  Für welche **ZIELGRUPPE(N)** soll ein Angebot geschaffen werden?
-  Wie hat sich der **WETTBEWERB** vor Ort in den letzten Jahren entwickelt?
-  Gibt es bereits einen konkreten **STANDORT**?
-  Welches **ALLEINSTELLUNGSMERKMAL** soll der Stellplatz haben?
-  Welche **VERNETZUNGSMÖGLICHKEITEN** bietet der Standort?

Quelle: dwif-Consulting GmbH 2021

2.1 Warum die Marktanalyse wichtig ist

Eine Marktbetrachtung sollte immer vor Etablierung möglicher neuer Beherbergungsangebote durchgeführt werden. Dabei wird überprüft, welche touristischen Strategien vor Ort verfolgt werden, an welche Zielgruppen sich das Angebot vorrangig richtet und wie sich Angebot und Nachfrage vor Ort in den letzten Jahren entwickelt haben.

Diese Fragen sollten im Rahmen der Marktanalyse beantwortet werden:

- Welche touristischen Zielsetzungen und Strategien bestehen vor Ort und welche Zielgruppen sollen primär angesprochen werden?
- Woher kommen die Gäste im Ort und wie ist das Verhältnis von Tages- zu Übernachtungsgästen?
- Wie ist die Beherbergungsstruktur im Ort geprägt (Hotellerie, Parahotellerie)?
- Wie viele Betriebe bzw. wie viele Kapazitäten sind in den letzten fünf Jahren hinzugekommen oder geschlossen worden? Daraus ableitend: Wie ist der Angebotstrend in der Beherbergung vor Ort?
- Wie haben sich die Ankunfts- und Übernachtungszahlen und die Auslastung vor Ort in den letzten fünf Jahren allgemein entwickelt im Vergleich zur Region / zum Reisegebiet / zum Bundesland?
- Welche Bedeutung haben Camping- und Reisemobilstellplätze in der Region? Welchen Anteil an Übernachtungen stellen sie am Gesamtmarkt? Wächst der Markt oder schrumpft er?

Vorgehensweise

Informationen zur **Tourismusstrategie** und zu den **Zielgruppen** sind in der Regel im regionalen Tourismuskonzept enthalten. Falls es kein Tourismuskonzept gibt, ist es ratsam, hierzu den zuständigen Tourismusverband zu kontaktieren. Dieser hat üblicherweise die wichtigsten Zielsetzungen für den regionalen Tourismus dokumentiert. Sind das angedachte Konzept und die Zielgruppen thematisch im Einklang mit in der lokalen Strategie? Falls nicht, muss dies kein Hindernis sein; dann ist es jedoch umso wichtiger, sich mit einer entsprechenden Nischenstrategie zielgerichtet zu positionieren und zu vermarkten.

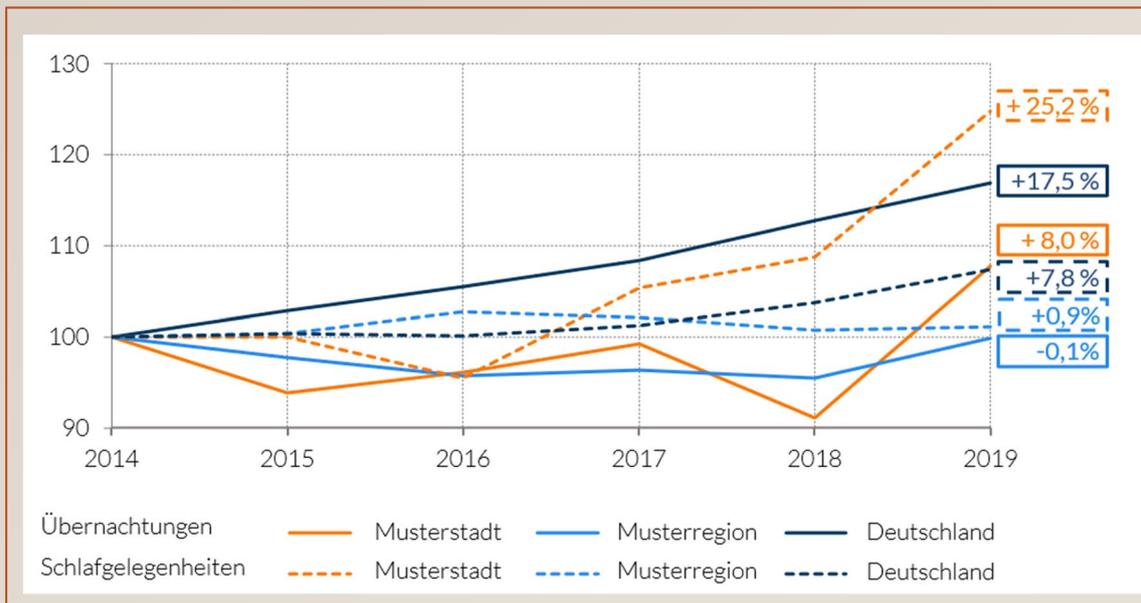
Zur Soziodemografie und dem Reiseverhalten von Reisemobilisten liegen nur wenige Studien vor. Diesen zufolge liegt das Alter der Reisenden mehrheitlich bei über 50 Jahren. Vier von fünf Reisemobilisten reisen zu zweit, 10 % mit einem Kind. Die Zielgruppe der über 50jährigen und zu zweit Reisenden bringt in der Regel eine hohe Kaufkraft mit. Aus diesem Grund sollte sowohl bei der konzeptionellen Ausgestaltung als auch bei der Planung der An- und Abfahrtswege auf die

unterschiedlichen Zielgruppen Rücksicht genommen werden.

Die Daten zu **Angebot** und **Nachfrage** sind auf Gemeinde-Ebene beim jeweiligen Landesamt für Statistik abrufbar. Häufig haben die regionalen Tourismusverbände auch hier vertiefende Informationen, die für die Analyse hilfreich sein können. Die Daten werden tabellarisch oder grafisch in Diagrammen dargestellt, um Entwicklungen und Tendenzen abzulesen.

Zusätzlich ist es sinnvoll, die Auslastungen zu betrachten. Hier muss berücksichtigt werden, dass Camping- und Reisemobilstellplätze, sofern sie denn in der amtlichen Statistik abgebildet sind, pro Standplatz mit vier Schlafgelegenheiten gezählt werden. Daher liegen Auslastungsquoten – über das gesamte Jahr betrachtet – im Durchschnitt bei 20 Prozent. Bei saisonaler Betrachtung der tatsächlichen Öffnungszeiten (bspw. April bis Oktober) im Schnitt mit 36 Prozent jedoch wesentlich höher.

Abb. 2: Beispiel für eine grafische Darstellung der Übernachtungsentwicklung
Entwicklung von Übernachtungen und Schlafgelegenheiten im Camping-Segment im Vergleich
(2014-2019, Index 2014=100)



Quelle: dwif-Consulting GmbH 2021



Vertiefende Informationen zur Marktanalyse im Campingsegment:

- Das Thema **Zielgruppen** wird in der [CIVD-Planungshilfe](#) für Wohnmobilstellplätze auf S. 4, auf der Webseite des [Caravaning Industrie Verbands](#) sowie in der GfK-Studie [GfK-Caravaning-Studie](#) aus dem Jahr 2019 ausführlich behandelt.
- Das [Statistische Bundesamt](#) bietet zu **Angebot** und **Nachfrage** regelmäßig aktuelle Strukturdaten mit vielfältigen Auswertungsmöglichkeiten – auch für das Campingsegment!
- Ein Beispiel zur Berechnung der **Auslastung** liefert die [CIVD-Planungshilfe](#) auf S.6.
- Der **Aufbau** einer **Marktanalyse** wird anschaulich auf der [Gründerplattform](#) beschrieben.

2.2 Was bei der Wettbewerbsanalyse zu beachten ist

Mit der Recherche von Stellplätzen und auch Campingplätzen im engeren und weiteren Umfeld können Konkurrenzbetriebe mit samt ihrem Angebot, ihrer Positionierung und ihrem Preisgefüge identifiziert werden. Dieses Wissen hilft, vorhandene Angebotslücken zu erkennen und ein eigenes Profil zu entwickeln.

Diese Fragen sollten im Rahmen der Wettbewerbsanalyse beantwortet werden:

- Wie viele relevante Wettbewerber mit welchen Kapazitäten (Anzahl Standplätze) befinden sich im Umfeld?
- Welche Stellplatzarten und Infrastruktur werden angeboten und wo liegt der Schwerpunkt?

- Welche Zielgruppen werden mit deren Angebot angesprochen? Wo sind strukturelle Lücken, die zukünftig besetzt werden könnten?
- Welche Preisstruktur herrscht vor?
- Was bedeuten die Daten für mein Vorhaben? Welche Positionierung bietet sich an? Mit welchem Angebot kann ich mich von den bestehenden Wettbewerbern abheben?

Vorgehensweise

Der CIVD empfiehlt in seiner Planungshilfe für Reisemobilstellplätze die Wettbewerbssituation in einem Radius von 50 Kilometern, um den potenziellen Standort zu analysieren. Empfehlenswert ist eine Aufteilung von Wettbewerbern, die direkt vor Ort sind (bis 5 km Umfeld) und Wettbewerbern in der Region bis zu 50 km Umfeld. Für einen besseren Überblick ist es sinnvoll, eine Karte mit den Standorten der Wettbewerber zu erstellen.

Mit der strukturellen Analyse wird geprüft, wie breit das vorhandene Angebot gestreut ist. Konzentriert es sich auf eine Zielgruppe oder entspricht es in der Bandbreite den Gästerwartungen verschiedener Zielgruppen? Hieraus werden eventuelle Angebotslücken identifiziert und das zukünftige Alleinstellungsmerkmal definiert, mit dem auch bisher nicht angesprochene Zielgruppen gewonnen werden können.

Für die Analyse sollten folgende Kriterien der Stellplätze erfasst werden:

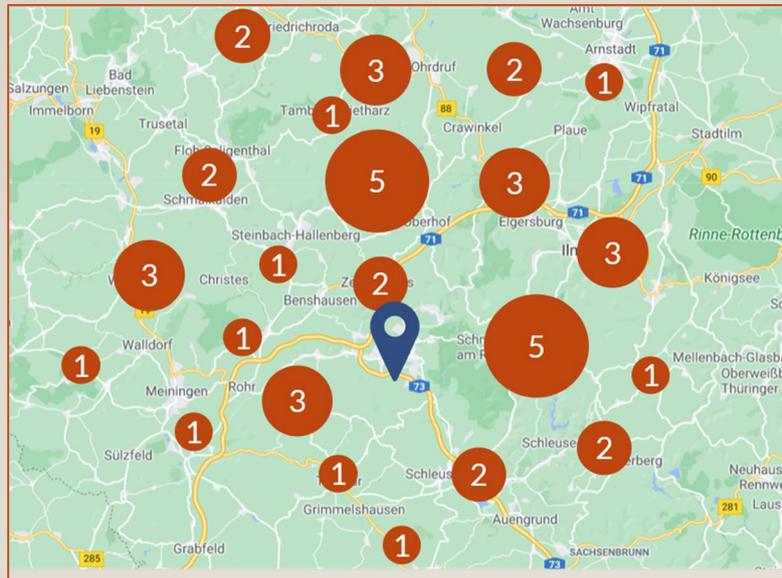
- Typ und Lage
- Größe und Kapazität
- Infrastruktur und Komplementärangebot
- Preis und Bezahlmodelle
- Öffnungszeiten und mögliche Einschränkungen

Die Informationen zur Lage und zum Angebot der Reisemobilstellplätze sind auf den diversen Stellplatzportalen abrufbar, weiterhin über die Webseiten der betreibenden Gemeinden und über die Webseiten der privat geführten Reisemobilstellplätze. Die beiden folgenden Darstellungen zeigen, wie schematisch bei der Wettbewerbsanalyse vorgegangen werden kann.

Beispiel für eine Wettbewerbsanalyse

Abb. 3: Beispiel für eine Wettbewerbskarte

Reisemobilstellplätze im Umkreis von ca. 50 km vom geplanten Standort



Quelle: dwif-Consulting GmbH 2021, Kartengrundlage Google Maps

Tabelle 1: Beispiele für eine Wettbewerbsanalyse für Reisemobilstellplätze im Detail

Stellplatz	Typ/Lage	Infrastruktur	Preis & Bezahlmodell	Einschränkungen
Stellplatz A	Transitplatz, 3 Standplätze ausgewiesener Parkplatz	Versorgung, WLAN, Toiletten	kostenlos	k. A.
Stellplatz B	Kurzreiseplatz, 15 Standplätze eigenständiger Stellplatz	Ver- und Entsorgung, Toiletten, WLAN nur um die Rezeption, Gaststätte, Bowlingbahn	9 € Rezeption Gaststätte	k. A.
Campingplatz und Bungalowdorf C	30 Standplätze auf Campingplatz	Ver- und Entsorgung, WLAN, Sanitärgebäude, Bungalows, Gaststätte, Brötchenservice	14 € Rezeption	April bis Oktober
Stellplatz D	Premiumplatz, 45 Standplätze eigenständiger Stellplatz	Ver- und Entsorgung, WLAN, Sanitärgebäude	15 € k. A.	Februar bis Dezember, Länge max. 10 m

Quelle: dwif-Consulting GmbH, 2021



Weiterführende Informationen zur Wettbewerbsanalyse im Campingssegment:

- Der Aufbau einer Wettbewerbsanalyse wird anschaulich auf der [Gründerplattform](#) beschrieben.
- Die Stellplatz-Suche des Magazins [promobil](#) sowie das Infoportal [stellplatz.info](#) bieten einen guten Markt- und Stellplatzüberblick.

2.3 Was für Standortsuche und Standorteignungsprüfung wichtig ist

Egal, ob bereits ein bestimmter Standort feststeht oder erst noch einen Standort gesucht werden muss: Mit der Entscheidung für einen Standort werden viele Rahmendaten für den zukünftigen Stellplatz festgelegt. Daher ist die Standortanalyse unerlässlich.

Diese Fragen sollten im Rahmen der Standortanalyse beantwortet werden:

- Ist die Fläche grundsätzlich als Stellplatz geeignet?
- Wie groß ist der Flächenbedarf für den zukünftigen Stellplatz?
- Welche angrenzenden Nutzungen liegen vor und welche Einschränkungen bzw. mögliche Synergieeffekte ergeben sich hieraus?
- Gibt es in der Nähe bereits bestehende Anbieter wie z. B. Erlebnis-Bäder, Thermen, Museen etc., welche für die Auswahl des Standorts vielleicht vorteilhafte Bedingungen vorhalten?
- Wie muss der Boden / die Tragfähigkeit des Untergrunds beschaffen sein?

Methodik und Vorgehensweise

Sollte noch kein Standort vorhanden sein, ist es ratsam, bei der örtlichen Bauaufsichtsbehörde nachzufragen. Grundsätzlich geeignet sind Flächen, die im Flächennutzungsplan als Sondernutzungsflächen oder Naherholungsflächen ausgewiesen sind. Nicht geeignet sind Gewerbegebiete, Wald oder

landwirtschaftliche Nutzfläche. Wenn bereits konkrete Standorte vorliegen, sollten die Flächen unbedingt besichtigt werden, um weitere, standortbezogene Informationen zu erhalten. Mit Hilfe einer Nutzwertanalyse wird die Eignung der Standorte hinsichtlich der relevanten Kriterien bewertet:

Relevante Kriterien zur Standortbewertung

- Lage und Topografie der Fläche
- Anbindung und Zuwegung
- Größe der Fläche und sich daraus ergebende Standplatzgröße und -kapazitäten
- Erschließung außerhalb und innerhalb für Ver- und Entsorgung sowie Internet
- Bodenbeschaffenheit und Bodentragfähigkeit
- angrenzende Nutzungen (Lärm, Licht, Geruch von umliegenden Nutzungen)
- Vorhandensein von (und mögliche Vernetzung mit) touristischen Attraktionen
- Nähe zu Gastronomie und Einkaufsmöglichkeiten
- mögliches Zusatzkriterium: Anschluss an den Öffentlichen Nahverkehr
- mögliches Zusatzkriterium: Einrichtung der Barrierefreiheit

Im Folgenden werden die Kriterien vorhabenbezogen bewertet und gewichtet. So sollten auch mögliche Einschränkungen des Standorts für das Stellplatz-Konzept unbedingt entsprechend berücksichtigt werden.

In einer Nutzwertanalyse beispielsweise für einen Premium-Stellplatz sollte einer Mindest-Standplatzgröße (10 x 6 Meter) und der großzügigen Zuwegung eine hohe Gewichtung zugesprochen werden. Wenn die in Betracht kommende Fläche keine maximale Reisemobil-Größe erlaubt, werden hierfür wenig

bis keine Punkte vergeben. Wie viel Fläche für den Reisemobilstellplatz benötigt wird, kommt auf die individuelle und konzeptionelle Ausrichtung an. Die eingangs beschriebenen Stellplatztypen geben hier eine Orientierung.

Bei der Flächenbewertung werden je Kriterium mindestens 1 (schlechte Bewertung) bis höchstens 5 Punkte vergeben (sehr gute Bewertung) und jeweils mit dem Gewichtungsfaktor multipliziert. Somit sind mindestens 20 und maximal 100 Punkte erreichbar.

Beispiel für eine Standortanalyse

Tabelle 2: Beispiel einer Nutzwertanalyse für mögliche Stellplatzstandorte

Stellplatz	Entfernung zum Ort (Faktor 2)	Verkehrsanbindung und Zuwegung (Faktor 3)	Beeinträchtigungen durch Lärm, Licht, Geruch (Faktor 3)	Naturräumliche Lage (z.B. See, Berg) (Faktor 2)	Größe des Areals und Platzbeschaffenheit (Faktor 1)
Fläche A	4 x 2 = 8	4 x 3 = 12	3 x 3 = 9	2 x 2 = 4	4 x 1 = 4
Fläche B	5 x 2 = 10	5 x 3 = 15	2 x 3 = 6	3 x 2 = 6	5 x 1 = 5
Fläche C	2 x 2 = 4	2 x 3 = 6	5 x 3 = 15	4 x 2 = 8	4 x 1 = 4
	Mögliche Parzellierung, Platzaufteilung (Faktor 3)	Anschlüsse Ver- und Entsorgung (Faktor 1)	Planungsrechtliche Situation (Faktor 2)	Konkurrenzsituation im näheren Umfeld (Faktor 1)	Komplementärangebote Versorgung/Freizeit (Faktor 2)
Fläche A	4 x 3 = 12	3 x 1 = 3	2 x 2 = 4	5 x 1 = 5	3 x 2 = 6
Fläche B	5 x 3 = 15	4 x 1 = 4	4 x 2 = 8	5 x 1 = 5	5 x 2 = 10
Fläche C	5 x 3 = 15	1 x 1 = 1	4 x 2 = 8	5 x 1 = 5	1 x 2 = 2

Quelle: dwif-Consulting GmbH, 2021

In dieser Beispiel-Nutzwertanalyse hätte Fläche B mit 84 von 100 möglichen Punkten das beste Ergebnis erzielt und würde für weitergehende Planungen in Betracht kommen.



Weiterführende Informationen zur Standortanalyse im Campingsegment:

- Vertiefende Informationen zur Standortanalyse und den planungsrechtlichen Voraussetzungen sind in der [CIVD-Planungshilfe](#) für Wohnmobilstellplätze ab S. 6 nachzulesen.
- Auf [Top-Platz](#) werden u. a. mögliche Bewertungskriterien für die Lage und den Freizeitwert eines Stellplatzes aufgezeigt.

2.4 Was für Konzept und Ausrichtung wichtig ist

Ob ein Serviceangebot für Durchreisende oder ein Urlaubsangebot für mehrere Tage geschaffen wird, hängt im Wesentlichen von den Erkenntnissen der Markt- und Wettbewerbsanalyse, der gewünschten Positionierung und von den Standortvoraussetzungen ab. In der Grobkonzeption werden Ausrichtung, Angebot und Ausstattung verfeinert und vertieft.

Diese Fragen sollten im Rahmen der Konzeptentwicklung beantwortet werden:

- Was für ein Angebot soll geschaffen werden? Welcher Stellplatztyp für welche Zielgruppen soll errichtet werden?
- Welche Ausstattung soll auf welchem Qualitätsniveau angeboten werden?
- Welches Preisniveau soll durchgesetzt werden?
- Welche Öffnungszeiten soll der Stellplatz anbieten?
- Welche Komplementärangebote sind im Ort bzw. unmittelbarem Umfeld vorhanden und welche kann bzw. muss der Stellplatz liefern?

Methodik und Vorgehensweise

Nach der Entscheidung für einen Stellplatztypen und für einen Standort steht die Entwicklung des Betreiberkonzepts an. Hierin werden alle zukünftigen Rahmendaten beschrieben, die aus den aus Ergebnissen der vorangegangenen Markt-, Wettbewerbs- und Standortanalyse resultieren. Wenn es beispielsweise bereits zwei Premium-Plätze in der näheren Umgebung gibt, kann es sinnvoll sein, ein Angebot für Durchreisende und/oder Kurzurlauber zu schaffen. Dementsprechend sollte und darf das Preis- und Qualitätsniveau etwas niedriger liegen als bei der Premium-Konkurrenz. Die erzielbaren Preise schwanken je nach Standort, regionalen Wettbewerbsverhältnissen und vor allem auch in Abhängigkeit vom Ausstattungsniveau des Stellplatzes.

Für den Flächenbedarf gilt die Regel: Je hochwertiger der Stellplatz, desto mehr Standplätze sind erforderlich. So benötigt ein Transitstellplatz weniger Fläche als ein Premium-Stellplatz. Der Gesamtflächenbedarf pro Stellplatz setzt sich aus der Standplatzfläche (mindestens 5x10 Meter), den Rangierflächen (auch für Ver- und Entsorgungsanlagen) und Zusatzflächen für weitere Angebote zusammen. Hier kommt es darauf an, mit welchen Fahrzeugen die Zielgruppe unterwegs ist. Wenn auch Luxus-Liner willkommen sind, muss dementsprechend mit größeren Dimensionen geplant werden. Ob der Stellplatz ganzjährig oder nur saisonal betrieben wird, hängt sehr von den Komplementärangeboten vor Ort ab. Ist die Destination ganzjährig attraktiv und Kultur- und Freizeiteinrichtungen sowie Gastronomie durchgehend geöffnet, so kann auch der Reisemobilstellplatz ganzjährig eine gute Auslastung erzielen.

2.5 Wichtige Erfolgsfaktoren für die Planung

An dieser Stelle wird kurz und knapp dargestellt, welche Faktoren bei der Planung eines Reisemobilstellplatzes positiv oder hemmend für eine schnelle Umsetzung wirken können.

EXKURS: ERFOLGSFAKTOREN BEI DER PLANUNG

Welche Faktoren begünstigen die Umsetzung des Reisemobilstellplatzes?

- *vorhandene Kennzeichnung als Sondernutzungs- oder Naherholungsfläche im Flächennutzungsplan; gegebenenfalls kann eine Änderung des Flächennutzungsplans auch beantragt werden*
- *bereits vorhandene Infrastruktur - vor allem auf kommunaler Ebene wesentlicher Vorteil, wenn damit eine mögliche Betreiberschaft verbunden ist*

Welche Hemmfaktoren treten häufig auf bzw. wie können diese vermieden werden?

- *Maßnahmen, die sich aus dem Flächennutzungsplan oder eventuell vorhandenem Bebauungsplan ergeben, z.B. einzuholende Umweltverträglichkeitsgutachten im Falle angrenzender Schutzgebiete*
- *Widerstand von direkten Anwohnern und Einwohnern: Häufig wird befürchtet, dass sich das Verkehrsaufkommen durch den Stellplatz erhöht. Tatsächlich hängt dies von der Art des Stellplatzes und der erwünschten Aufenthaltsdauer ab. So wird eine Ausrichtung auf Mehrtagesgäste das Verkehrsaufkommen nur unwesentlich erhöhen.*
- *Widerstand von bestehenden Beherbergungsbetrieben*

Welche weiteren Fragen sollten bereits bei der Potenzialanalyse zumindest mitgedacht werden?

- *planungsrechtliche Aspekte sollten spätestens bei der Standortanalyse mitgedacht werden, die Unterstützung der kommunalen Politikvertreter ist hierbei häufig hilfreich*
- *sinnvolle Verkehrsführung, um Verkehrsbelastungen vor Ort durch Reisemobile gering zu halten*

3. Nächste Schritte

Spätestens, wenn der Standort und das Grobkonzept feststehen, sollte auch eine externe Stellplatzplanung konsultiert werden, welche zumindest die Plausibilität der bisherigen Planung überprüft und wichtige rechtliche, technische und gestalterische Elemente ergänzt. Dann folgt der Geschäftsplan. Dieser ist hilfreich und teilweise sogar erforderlich, um beteiligte Investoren, Politikern, Banken sowie Kredit- und Fördermittelinstitute von Sinnhaftigkeit und Erfolg des Vorhabens zu überzeugen. Im Business Plan werden Konzept und Positionierung weiter vertieft und für das gewählte Konzept erfolgreiche Praxisbeispiele aufgeführt. Folgende Aspekte sollte der Business Plan grundsätzlich enthalten:

- Angebotsdarstellung und Produkte sowie Alleinstellungsmerkmale
- Standortwahl
- Personalplanung
- Umsatzvorschaurechnung und Wirtschaftlichkeitshochrechnung
- Investitionskosten sowie Finanzierungsplan
- Wahl des Betriebsmodells und der Rechtsform

Der Business Plan endet mit einer abschließenden Bewertung der Machbarkeit und Umsetzbarkeit.

Unabhängig davon, ob ein Kreditantrag bei einer Bank gestellt wird, lohnt es sich zu recherchieren, welche Fördertöpfe in Frage kommen, um die Investitionskosten des Reisemobilstellplatzes teil zu finanzieren. Besonders in strukturschwachen Regionen können finanzielle Mittel zur Förderung von touristischer Infrastruktur im ländlichen Raum beantragt werden (z.B. GRW, EFRE).

Mit dem Business Plan kann gegebenenfalls der Kreditantrag bei der Bank gestellt werden. Wenn die Finanzierung gesichert ist, kann der Bauantrag bei örtlicher Bauaufsichtsbehörde gestellt werden, um eine finale Baugenehmigung zu erhalten – auch hierbei ist die Beratung durch ein Stellplatzplanungsbüro häufig unumgänglich.



Weitere Informationen zur konkreten Planung von Camping- und Reisemobilstellplätzen:

- Nützliche Hinweise zu den Themen Finanzierung, Kosten, rechtliche Bestimmungen bieten auch die Beiträge der [Gründerplattform](#) des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie sowie der Camping-Buchungsplattform [Pitchup](#).
- Zur Wahl der Rechtsform informiert ebenfalls umfangreich die [Gründerplattform](#).
- Wie ein Stellplatz von der Förderung durch EU-Mittel profitieren kann, wird in dieser [Pressemitteilung](#) des hessischen Wirtschaftsministeriums beschrieben.

4. Erfolgreiche Beispiele aus der Stellplatzbetreiber-Praxis

4.1 Angermünde

Abb. 4: Basic-Platz: Stellplatz am Oberwall

Betreiber: Stadt Angermünde, 16278 Angermünde, Brandenburg
Webseite: www.angermuende-tourismus.de



Bildquelle: Stellplatz am Oberwall

Transit-Platz vor den Toren der historischen Altstadt

Der ganzjährig nutzbare Stellplatz am Oberwall mit seinen 10 Standplätzen hat sich über die Jahre hinweg zu einem beliebten und teilweise häufig frequentierten Bereich entwickelt. Der Stellplatz ist ein separater Bereich eines Parkplatzes direkt an der Stadtmauer, die unmittelbar an die historische Altstadt angrenzt. „In der Saison sind teilweise schon über 30 Reisemobile an einem Tag gezählt worden“, freut sich Bürgermeister Bewer. Neben der attraktiven Lage - ruhig und trotzdem zentrumsnah - war auch die bislang kostenfreie Nutzung ein Argument für die Beliebtheit, obwohl die Entsorgung sehr begrenzt möglich ist. Wegen der anfangs fehlenden Entsorgung kam es bei regem Besuch vereinzelt immer wieder zur Verschmutzung der umliegenden Bereiche und die Entsorgung von Restmüll in Mülltonnen und Papierkörbe der Umgebung, resümiert der Bürgermeister.

Seit der Versorgung mit Frischwasser und Strom konnte der Oberwall seine Attraktivität steigern, was auch nach Einführung einer Übernachtungsgebühr von 10 Euro so geblieben ist. Zudem amortisiert sich so die Investition. Und es soll weiter ausgebaut werden. Die Einfahrt ist noch recht eng gerade für größere Reisemobile und soll vergrößert werden. Das war uns am Anfang bei der Freigabe für den separaten Reisemobilbereich nicht ganz klar, so Bewer. Das sollte man bei der Umwandlung

von Pkw-Bereichen schon frühzeitig bedenken, meint Bewer. Weitere Pkw-Parkplätze sollen in Standplätze für Reisemobile umgewandelt werden. Auch eine Entsorgungsmöglichkeit für Grauwasser und Fäkalien soll folgen.

Bürgermeister Frederik Bewer ist mit der Entwicklung sehr zufrieden: „Der Stellplatz ist aus der Angermünder Altstadt nicht mehr wegzudenken und sehr beliebt. Die Gäste schätzen den liebenswerten Charme der einstigen Ackerbürgerstadt mit der Franziskaner-Klosterkirche, der Stankt Marienkirche mit der wertvollen Wagnerorgel, dem barocken Rathaus, den vielen kleinen engen Gassen, liebevoll restaurierten Fachwerkhäusern und romantischen Höfen. Die kurze, fußläufige Verbindung zur Altstadt und die dortigen Einkaufsmöglichkeiten wie auch die Restaurants ist ein weiteres Plus. Eine Win-win-Situation für alle. Einige Nutzer des Stellplatzes wollten nur zwischenübernachten und hätten sonst Angermünde gar nicht angefahren. Nachdem Sie bei uns waren, blieben sie oder kamen auf alle Fälle noch mal wieder. Der Stellplatz ist damit eine laufende Marketingmaßnahme für unsere Stadt und die gesamte Region.“

4.2 Bad Königshofen

Abb. 5: Premium-Platz: Stellplatz an der FrankenTherme

Betreiber: Franken Therme, 97631 Bad Königshofen, Bayern

Webseite: www.frankentherme.de



Bildquelle: Stellplatz an der FrankenTherme

Gelungene Kombination: Reisemobilhafen direkt an der Therme

Eine fränkische Erfolgsstory, die auf der Idee gründete, Reisemobil und Wellness zu verbinden, machte Schule für ganz Deutschland. Initiator ist Werner Angermüller, Kurdirektor in Bad Königshofen. Sein Reisemobilstellplatz liegt nur ein paar Meter entfernt der Franken Therme und ist so wunderbar abgeschirmt, dass Gäste im Bademantel von ihrem Reisemobil aus in die Therme schlendern können.

Angermüller hat den Stellplatz an der FrankenTherme seit dessen Gründung 1990 mehrfach erweitert und modernisiert. Heute besteht die Anlage, Mitglied bei TopPlatz, aus mehreren gärtnerisch gestalteten Geländebereichen mit insgesamt 100 Parzellen, nur ein paar Hundert Meter vom

Marktplatz Bad Königshofen entfernt: angrenzend Kurpark, Gradierpavillon, Wiesen und Felder mit Blick auf die romantische Wallfahrtskirche Ipthausen.

Angermüllers Motto für den Aufenthalt seiner Gäste: Natur pur, Komfort und einmal am Tag ein herzliches Servus beim Platzrundgang des Thermenchefs. Reisemobilisten stehen Stromanschlüsse an jedem Stellplatz, WLAN-Hot-Spot fürs Surfen, ein Bäcker, Getränke- und Gasservice sowie ein sehr modernes und barrierefreies Sanitärgebäude zur Verfügung. Sauber geht's zu dank Waschmaschine, Trockner sowie Spülmöglichkeiten, und die Kassettoilette reinigt die CamperClean automatisch. Hilfreich war es auch, die Pauschalangebote der FrankenTherme mit der Buchung eines Stellplatzes zu kombinieren. Viele Wellnessangebote, Thermenlandschaft, Saunadort und Deutschlands 1. Natur-Heilwassersee – vollbiologisch und chlorfrei – locken Gäste aus Nah und Fern.

18.000 Fahrzeuge mit 36.000 Personenübernachtungen (vor Corona) bestätigen den Erfolg. Die Stellplatzauslastung beträgt im Gesamtjahr über 50 Prozent, bezogen auf die Hauptsaison von April bis Oktober sogar bei etwa 85 Prozent: Spitzenwerte in ganz Deutschland.

Fragt man den Chef der FrankenTherme nach dem Erfolgsrezept, antwortet Angermüller: „Man nehme einen großzügig und hochwertig ausgestatteten Reisemobilstellplatz und bietet dort mit regionalem Charme einen besonderen Service sowie professionelle Gästebetreuung an, kombiniert das mit den Vorzügen einer Therme, mit Kuren für die Gesundheit, mit Wellness zum Wohlfühlen und mit Entspannen oder einfach nur Baden und Saunieren in der FrankenTherme.“ In der Summe ergibt das nach Angermüller: Urlaub bei Freunden.

4.3 Elten

Abb. 6: Reisemobilstellplatz Erholungsort Elten

Betreiber: Wirtschaftsförderungs- und Stadtmarketing Emmerich, 46446 Emmerich am Rhein, NRW
Webseite: www.emmerich.de



Bildquelle: Reisemobilstellplatz Erholungsort Elten

Kleinerer Ganzjahresplatz für Erholung, Kultur- und Naturerlebnisse

Hoch über der niederrheinischen Tiefebene mitten im Erholungsort Hoch Elten bietet der Reisemobilstellplatz an der Tourist-Information ein walddreiches Gebiet mit Rad- und Wanderwegen, Nordic-Walking-Park und Barfußpfad, Aussichtspunkte und Gaststätten für Gäste mit dem Reisemobil.

Mit 15 Parzellen handelt es sich um einen kleineren, aber bestens ausgestatteten und vor allem ruhigen Stellplatz, eingebettet in die malerische Ortschaft. Die Nutzungsgebühr beträgt 15 Euro pro Nacht (24 Stunden) inklusive Grauwasser- und Müllentsorgung, Zugang zum WC sowie W-LAN. Die Frischwasserversorgung erfolgt an einer speziellen Wassersäule, 100 Liter Wasser kosten 1 Euro. Eine Stromversorgung ist auf dem Stellplatz ebenfalls gegeben, diese erfolgt an den Mehrfachstromsäulen direkt an den Plätzen und kostet 0,80 Euro für eine Kilowattstunde.

Reisemobilfahrer schätzen den Blick auf die historische, sanft emporragende St. Vitus-Kirche ebenso wie den kurzen Fußweg zu den drei Aussichtspunkten mit Blick ins Rheintal. Der Erholungsort Elten weist zudem seinen ganz eigenen deutsch-niederländischen Charme auf, den man bis heute noch sehen, schmecken, hören und auch fühlen kann, denn Elten stand einst 14 Jahre unter niederländischer Verwaltung. Es gibt viele erlebnisreiche Wanderrouten, die dazu einladen, das grenzüberschreitende Waldgebiet Eltenberg-Bergherbos zu erkunden oder eine schöne Verschnaufpause in dem Naturparadies rund um das zahme Flüsschen „die Wild“ einzulegen.

Der 365 Tage geöffnete Stellplatz richtet sich an Gäste aus dem In- und Ausland. Frau Peters, Pressereferentin Niederrheintourismus: „Die meisten unserer Gäste kommen aufgrund der

geographischen Nähe aus den Niederlanden und aus einem Umkreis von circa 150 Kilometer, was uns eine relativ gute Auslastung das ganze Jahr über beschert.“ Wegen seiner Lage, der guten Ausstattung sowie seines Freizeitangebotes wurde Elten als TopPlatz-Schätzchen ausgezeichnet. Insofern sind die 490.000 Euro für den Stellplatz sowie die Parkplätze gut investiert.

Direkt neben dem im Sommer 2021 eröffneten Stellplatz befinden sich die neue Tourist-Information Hochelten, der Minigolfplatz und das Pfannkuchenhaus. Die Tourist Information hält interessante Informationen zum Erholungsort Elten und dem benachbarten niederländischen Bergherbos parat. Viele Fahrrad- und auch Wanderrouen laden ein, die landschaftlich wunderschöne Umgebung kennen zu lernen.

4.4 Tennsee

Abb. 7: Premium-Platz: Alpen-Caravanpark Tennsee Wohnmobilstellplatz

Betreiber: Alpen-Caravanpark, 82494 Krün bei Garmisch-Partenkirchen, Bayern

Webseite: www.camping-tennsee.de



Bildquelle: Alpen-Caravanpark Tennsee Wohnmobilstellplatz

Campingplatz mit Reisemobilstellplatz: gelungene Symbiose

Der Reisemobilhafen ebenso wie der gleichnamige Campingplatz Alpengaravanpark Tennsee liegt zwischen Garmisch und Mittenwald am schönen Tennsee. Er ist ganzjährig geöffnet mit Ausnahme der Zeit vom 8. November bis 15. Dezember. Naturliebhaber schätzen dort das Panorama des Naturparks Karwendel. Neben der schönen Lage beeindruckt auch der Komfort des Reisemobilhafens und die bayerischen Schmankerl des Campingplatzrestaurants.

Alle wichtigen Versorgungsleitungen sind direkt an der Parzelle und in der Platzmitte befindet sich die Kassettenentleerungsanlage STOI, die der Platzchef selber entwickelt hat. Komfort war das Leitmotto des heutigen Seniorchefs Armin Zick. Heute führt Sohn Andreas Zick beide Betriebe. Er

erklärt: „Ausgangspunkt für die Investition in den Reisemobilhafen waren die Veränderungen am Markt. Die Reisemobile haben stark zugenommen und wir haben auf unserem Hauptplatz vermehrt die Situation gehabt, dass sich die Feriengäste, die 14 Tage bei uns sind, durch den ständigen Wechsel der Nachbarn, die als Reisemobilisten nach ein, zwei Tagen weitergefahren sind, gestört wurden. Da wir auf der Reiseroute nach Italien liegen, hat die Nachfrage stetig zugenommen.“ Glücklicherweise konnten die Zicks ein Gelände dazu erwerben, das im Flächennutzungsplan als Campingareal ausgewiesen war und somit grundsätzlich nutzbar war.

„Auch während der Coronazeit können wir alle Stellplätze nutzen, da genügend Abstand zwischen den Fahrzeugen gewährleistet ist und auch die Personenanzahl überschaubar war“, so Andreas Zick und bietet weitere interessante Details: „Unser Reisemobilstellplatz hat 37 Einheiten und ist ohne Schranke auf die Bedürfnisse der Reisemobilisten zugeschnitten. Nach dem Erwerb haben wir circa 650.000,- Euro investiert, um die Versorgungsleitungen und die Anbindung an das Campinggelände entsprechend zu bewerkstelligen. Eine große Hürde bei der Errichtung des Stellplatzes war das Genehmigungsverfahren. Es hat lange gedauert und wir mussten sogar noch eine Ausgleichsfläche herichten, die 20 Jahre lang gepflegt werden muss. Nach Eröffnung haben wir im Jahr mit circa 12.000 Übernachtungen gestartet und liegen jetzt bei circa 15.000 Übernachtungen im Coronajahr 2020.

Für das Jahr 2021 sind wir bis Oktober weitgehend ausgebucht, das betrifft sowohl den Campingplatz als auch den Reisemobilhafen. Während in normalen Jahren der Reisemobilhafen sich erst in den Sommermonaten durch Buchungen und Reiseverkehr gefüllt hat, sind wir in diesem Jahr bereits seit Monaten ausgebucht. Es haben sich viele im Vorfeld ein Plätzchen in Deutschland gesichert, so Andreas Zick.

Der Winter ist geprägt von Weihnachten und Sylvester. Zu dieser Zeit ist der Reisemobilhafen ebenfalls ausgebucht. Allerdings in den weiteren Monaten bis April wird der Platz nur sporadisch von Langläufern und Winterwanderern genutzt. Wenn der Reisemobilplatz voll ist, weichen Reisemobilfahrer meist auf den Campingplatz aus und sorgen dort für mehr Auslastung.