

**Landtag Mecklenburg-Vorpommern**

8. Wahlperiode

Wirtschaftsausschuss

## **Stellungnahme**

des Ferienparks Rostocker Heide

zur

öffentlichen Anhörung des Wirtschaftsausschusses  
am 3. November 2022

zum Thema

**„Perspektiven und Herausforderungen für den Campingtourismus  
in Mecklenburg-Vorpommern“**

hierzu: ADrs. 8/145

## **„Perspektiven und Herausforderungen für den Campingtourismus in Mecklenburg-Vorpommern“ - Antworten zum Fragenkatalog**

**Dipl. Kfm. Oliver Behrens, Inhaber Ostseecamp & Ferienpark Rostocker Heide, Graal-Müritz**

1.

Mitarbeitergewinnung... Ohne gut ausgebildete und motivierte Mitarbeiter\*innen gibt es keine Dienstleistungsqualität!

Die regionalen Arbeitsmärkte für den Dienstleistungssektor sind im Land Mecklenburg – Vorpommern im Wesentlichen „beräumt“. Neue Mitarbeiter\*innen können regelmäßig nur noch aus anderen Bundesländern bzw. aus Osteuropa akquiriert werden. Zentral ist die Frage der Unterbringung von Mitarbeiter\*innen. Wichtig wäre es grundsätzlich, dass (nicht nur!) Campingplatzbetreiber\*innen die baurechtliche Möglichkeit erhalten, auf ihrem Gelände im Bedarfsfall Mitarbeiter - Wohnungen errichten zu können.

Gerade im saisonalen Beschäftigungsbereich zeigt sich, dass die Mitarbeiter\*innen aus den unterschiedlichsten Herkunftsregionen Unterkunftsmöglichkeiten direkt am Arbeitsort bevorzugen! Wohnungen, die einigen Kilometer von der Arbeitsstätte entfernt sind, stellen bereits einen Wettbewerbsnachteil auf dem Arbeitsmarkt dar.

Campingplätze haben in der Vergangenheit bereits viele Maßnahmen ergriffen, um die Dienstleistungsqualität und ihr Gesamtangebot für ihre ganz speziellen Gästegruppen zu verbessern.

Dort, wo es hakt, liegt es meist an fehlenden Genehmigungsmöglichkeiten oder extrem langen behördlichen Verfahren. Ursächlich ist, dass Campingplätze meist in besonders sensiblen Räumen gelegen sind. In vielen Bereichen würde es schon helfen, wenn es eine zentrale Anlaufstelle für problembehaftete Genehmigungsverfahren geben würde, die proaktiv die unterschiedlichen Belange der Träger öffentlicher Belange koordiniert, mögliche Lösungsansätze zur Konfliktbeseitigung aufzeigt und somit Genehmigungsverfahren in zeitlicher Hinsicht deutlich strafft.

Campingplätze, die regelmäßig etwas abseits der touristischen Zentren liegen, verfügen aufgrund des eingeschränkten Umsatzvolumens nur über eine beschränkte Innenfinanzierungskraft, um Investitionen in die Qualitätssicherung und/ oder -steigerung zu finanzieren. Finanzielle Unterstützungen zur Modernisierung und zur Qualitätssicherung sind daher in diesen Fällen notwendig.

2.

In den touristischen Zentren sind die Kapazitätsgrenzen des Tourismus erreicht. Die Arbeitsmärkte sind geräumt. Daher macht die zusätzliche Schaffung von Kapazitäten im Tourismus- und auch im Campingbereich keinen Sinn.

Allerdings ist in den Tourismusregionen festzustellen, dass eine Begrenzung auf den Bestand fälschlicherweise mit „es soll alles bleiben, wie es ist“ und „weitere (bauliche) Entwicklungen werden grundsätzlich nicht mehr zugelassen“ gleichgesetzt wird.

Stillstand ist Rückgang! Tatsächlich bedarf es im Tourismus auch zukünftig der qualitativen Weiterentwicklung des bestehenden Angebotes. Dazu gehört auch, dass ganz allgemein ältere Anlage ggfs. umfassend erneuert oder sogar vollständig ersetzt werden müssen, um den steigendem Anforderungsprofil der unterschiedlichen Zielgruppen entsprechen zu können. Auch Fragen zur Optimierung von Geschäftsprozessen und der klimaneutralen Entwicklung des touristischen Wertschöpfungsprozesses werden zukünftig vielfältige Veränderungen in den Unternehmen erfordern. Für touristische Beherbergungsunternehmen bildet der eigene Immobilienbestand die wesentliche „Produktionsgrundlage“. Daher bedarf es auf allen Ebenen „Offenheit“ und Unterstützung für notwendige bauliche Entwicklungen im Bestand!

Wenn wir leistungsfähige Betriebe wollen, die einerseits dem Gast ein zielgruppengerechtes Angebot bieten sollen und auf der anderen Seite als attraktive Arbeitgeber am Arbeitsmarkt auftreten und ihren Mitarbeitern ein auskömmliches Auskommen garantieren können, so muss bei der weiteren Entwicklung insbesondere auf die Entwicklung wirtschaftlicher Betriebseinheiten geachtet werden. Es macht keinen Sinn, z.B. im Campingbereich im Zuge von notwendigen Umstrukturierungen Campingplätzen bestehende Flächen zu nehmen, wenn dadurch notwendige betriebliche Mindestgrößen nicht mehr erreicht werden. Bestehende Unternehmen müssen nachhaltig gestärkt werden, um diesen enormen Transformationsprozess überhaupt finanziell stemmen zu können.

3.

Grundsätzlich bietet das Land MV mit seinen rd. 108.000 Betten auf Stellplätzen (Stand Juli 2022) in der Hauptsaison schon jetzt ein enormes und vielschichtiges Angebot. Dieses Angebot ist zwar gerade in der Hauptsaison Juli und August in den touristischen Kernregionen auch voll ausgebucht, es zeigt sich aber, dass bereits wenige Kilometer von den Hotspots entfernt auch in der Hauptsaison noch freie Kapazitäten zu finden sind. Aufgrund der erheblichen Investitionen in die Infrastruktur, die mittlerweile beim Neubau von Campingplätzen notwendig sind, halte ich es für wirtschaftlich nicht sinnvoll, weitere Campingplätze in MV in nennenswerter Anzahl zu genehmigen.

Wenn man im Einzelfall zu dem Ergebnis kommt, dass eine Kapazitätserweiterung im regionalen Kontext doch sinnvoll erscheint, so sollte mit Bezug auf die Antwort zur Frage 2. im ersten Schritt geprüft werden, ob eine Erweiterung von bestehenden Campingplätzen in der Region möglich ist, um die Wirtschaftlichkeit und Innenfinanzierungskraft bestehender Anlagen zu stärken.

4.

Im Rahmen der Änderung werden lediglich bestehende Campingflächen mit z.B. Mobilheimen belegt anstatt z.B. mit Zelten. Da üblicherweise der Platzbedarf für die Aufstellung eines Mobilheims mindestens 50% über dem für die Nutzung mit einem Zelt liegt, so wird eine Umnutzung der Flächen eher zu einer leichten Reduzierung der Bettenkapazitäten im Land führen als zu einer Zunahme, während gleichzeitig die durchschnittliche Auslastung der Betten entsprechend leicht steigen sollte.

Mobilheime und Campinghütten richten sich dabei an Zielgruppen, die gerade das freie Leben auf einem Campingplatz genießen wollen, jedoch aus unterschiedlichsten Gründen nicht auf dem Komfort eines festen Bettes oder eigenes Bades verzichten wollen. Diese Zielgruppen buchen

bewusst „Urlaub auf einem Campingplatz“ und suchen keine „Ferienwohnung“ in einem eng bebauten Mehrfamilienhaus! Es wird über dieses Angebot genau eine Zielgruppe bedient, für die das neue Markenimage des TMV als Land der vielen Freiräume steht.

5.

Unbeantwortet

6.

Sicherlich ist es gut, wenn zusammenfassend die wichtigsten Eckpfeiler zur Genehmigungsfähigkeit von Vorhaben auf Campingplätzen im Bestand aufgezeigt werden.

Wichtiger wäre es jedoch, den Genehmigungsbehörden und unterschiedlichen Trägern öffentlicher Belange in einem Kriterienkatalog aufzuzeigen, welche Anforderungen mittlerweile Campingplätze gegenüber ihren Gästen zu erfüllen haben und welche Mindestanforderungen in baulicher und räumlicher Hinsicht an einen zukunftsfähigen Campingplatz gestellt werden. Hier herrschen meist noch alte traditionsgeprägte Bilder und Vorstellungen von einem Campingplatzbetrieb vor.

7.

Die sich ständig professionalisierenden Anforderungen an Campingplätzen machen es notwendig, dass sich Campingplätze auch zukünftig weiter entwickeln können und dürfen. Dabei wird es nicht reichen, die Entwicklung auf Bestandsgebäude zu beschränken. Schon energetische Anforderungen werden es notwendig machen, dass Gebäude ggfs. vollständig beseitigt und erneuert werden müssen. In diesem Zuge wäre auch die Möglichkeit einer Ortsverlagerung zur Optimierung des Betriebsablaufs oder Verbesserung der Gästebedürfnisse positiv zu prüfen; im weitesten Sinne wäre ein aktiver Bestandschutz für Gebäude innerhalb der bestandsgeschützten baulichen Anlage „Campingplatz“ sinnvoll. Mindestens wäre jedoch zu sichern, dass ein bestehendes Gebäude im geringen Umfang erweitert oder auch an gleicher Stelle wieder errichtet werden darf.

8.

Die Regelungen des Waldabstandes sind für Campingplätze oftmals nicht sinnvoll anwendbar. Die Besonderheit eines Campingplatzes besteht darin, dass er meist in landschaftlich geschützten Bereichen liegt oder an sie angrenzt. Auch liegen Campingplätze in MV häufiger in mitten von Wald- oder Schutzgebieten. Der übliche Sinn der Schutzabstände wird hier teilweise ad absurdum geführt, wenn Gebäude auf einem mit waldähnlichen Baumbestand bestückten Campingplatz dann noch Abstand vom eigenen Waldbestand einhalten sollen, nur um der Form zu genügen....

Zumindest für Nichtwohn - Gebäude wie Sanitär-, Freizeit- und Betriebsgebäude auf Campingplätzen, die an einem Wald oder in einem Wald liegen, sollte es die Möglichkeit zur Befreiung von den Waldabständen geben. § 2 der Waldabstandsverordnung könnte hier relativ einfach ergänzt werden.

9.

Campingplätze, die innerhalb eines Waldes liegen, sind meist selber noch relativ dicht mit einem vorhandenen Baumbestand bestückt. Sofern sie dann auch noch an einem Gewässer liegen, ist es meist nicht möglich, eine freie Fläche zu finden, die sämtliche Wald- und Gewässerabstände einhält.

10.

Mit Verweis auf die Antwort zu Nr. 6 würde es die Zusammenarbeit zwischen Campingplätzen und der Verwaltung erheblich vereinfachen, wenn entsprechende Leitlinien für das Verwaltungshandeln erarbeitet werden, in die insbesondere auch die Kriterien, die Campingplätze gegenüber ihren Gästen erfüllen müssen und die im nationalen und internationalen Kontext als Standard definiert sind, mit einfließen.

11.

- Zulässigkeit von festen Mietobjekten (Mobilheimen, Camping Pods, Schlaffässern und ähnlichen Freizeitunterkünften) auf Campingplätzen ermöglichen
- Zulässigkeit von Mietbädern in Gebäuden mit bis zu 15 qm Grundfläche auf den Stellplätzen von Campingplätzen ermöglichen.
- Anpassung der Grundfläche von Wochenendhäusern und Mobilheimen auf Wochenendplätzen auf 50 qm Grundfläche zzgl. eines überdachten Freisitzes von 10 qm.
- Bauliche Entwicklungsmöglichkeiten von bestandsgeschützten Campingplätzen ermöglichen.

12.

Tiny Houses sind bei richtiger Auslegung des Begriffs straßenzulassungsfähige „Anhänger mit Sonderaufbau“ oder auch „Wohnwagen“. Die Abnahme erfolgt meist per Einzelzulassung. Je nach Typ sind sie mit Wohnwagenzulassung bereits jetzt in den üblichen Größen auf Campingplätzen zulässig. Sofern das Tiny House keine Wohnwagenzulassung hat, wäre es ggfs. auf Aufstellplätzen von Wochenendplätzen mit einer maximalen Größe von 40 qm Grundfläche und einer Höhe von 3,50m zulässig. Die begrenzte Höhe wirkt hier als Restriktion, ohne jedoch eine vollständige Nutzung zu verhindern.

13.

Die Unterkunftsformen auf Campingplätzen sind mittlerweile durch eine Vielzahl von sehr individuellen und zahlenmäßig meist begrenzten Anzahl von Mietunterkünften wie Campingfässer, Camping Pods, Campinghütten, Zirkus- und Schäferwagen, Baumhäusern, festen Glampingzelten und letztlich auch Tiny Houses geprägt. Für sich stehend bedarf es daher für Tiny

Houses keiner zusätzlichen Regelung in der Landesverordnung, da sie bereits jetzt im Rahmen der Landesverordnung grundsätzlich aufgestellt werden können (siehe Antwort 12.).

Jedoch stehen Tiny Houses gerade für eine längerfristige und dauerhafte (Wohn-) Nutzung, die auf Camping- und Wochenendplätzen regelmäßig nicht gewollt und auch nicht zulässig ist. Es besteht somit durchaus die Gefahr, dass Camping- und Wochenendplätze durch ein unkontrolliertes Wachstum von festen Unterkünften umkippen könnten. Konsequenz wäre es daher, wenn die Zulässigkeit von Mobilheimen, Tiny Houses und anderen Unterkunftsformen prozentual z.B. auf ein Maximum von 30% bis 40% der gesamten Stellplätze oder eine absolute Höchstanzahl von solchen Mietunterkünften auf einem Campingplatz beschränkt wird.

14.

Tiny Houses haben für sich stehend keine wirtschaftliche Bedeutung für die Campingbranche und werden auch zukünftig nur eine untergeordnete Bedeutung spielen. Allerdings haben Mietunterkünfte insgesamt, und Tiny Houses können durchaus als ein Teil eines vielschichtigen Gesamtangebotes an Mietunterkünften betrachtet werden, eine zunehmend wachsende Bedeutung für die Campingwirtschaft. Sie werden einerseits als insgesamt wichtig für eine notwendige Saisonverlängerung betrachtet, um zukünftig noch besser eine möglichst ganzjährige Beschäftigung von Mitarbeiter\*innen abzusichern. Gleichzeitig wirken für viele Campingplätze Mietobjekte zum Ausgleich von üblichen wetterbedingten Auslastungsschwankungen. Sprich, bei einem schlechten und regenreichen Sommer brechen die Einnahmen nicht vollständig ein, da die Mieter von Mietunterkünften erfahrungsgemäß frühzeitig und wetterunabhängig buchen.

15.

Die Campingbranche befindet sich im stetigen Wandel und kann sich allgemeinen gesellschaftlichen Trends und ständig wachsenden Ansprüchen der Gäste letztlich auch nicht entziehen. Dabei wird die Erwartungshaltung an die Ausstattungsqualität der Campingplätze überwiegend multimedial durch die Besten der Branche geprägt. Eine zunehmende Angebotsqualität hat jedoch ihren Preis und muss letztlich vom Gast bezahlt werden. Daher widerspricht das in Teilen noch vorhandene Bild des gewachsenen Campingkonzept als besonders günstige Urlaubsform für Zeltler der individuellen Erwartungshaltung der Gäste nach einem möglichst hohen Ausstattungsstandard. Auch lassen die stetig steigenden Betriebskosten einen professionellen Betrieb einer Campinganlage, die sich ausschließlich auf die Gruppe der „Zeltler“ mit entsprechend geringen Vollbelegungstagen meist im Juli und August konzentriert, nicht mehr zu.

Da ein Campingplatz-Unternehmen regelmäßig eine Mischkalkulation für sich aufbaut und oftmals über Flächen verfügt, die aufgrund ihrer Lage, ihres Bewuchs oder ihrer baurechtlichen Widmung lediglich als Stellplatz für Zelte genutzt werden können, sichert ein guter Mix aus Flächenanteilen für feste Mietunterkünfte, Wohnwagenstandplätze und Wohnmobilstellplätze nicht nur den langfristigen Bestand dieser Zeltplätze; er garantiert gerade Gästen, die mit Zelt anreisen und ein begrenztes Urlaubsbudget aufweisen, trotzdem einen vergleichsweise hohen Anlagenstandard, da sie vom Standard, der den übrigen Nutzern auf Campingplätzen geboten werden muss, ebenfalls profitieren.

16.

- a. Bereits heute haben viele Campingplätze Stellplätze für Wohnmobile geschaffen. Ich rechne damit, dass es eine weitere Spezialisierung geben wird, d.h. je nach Lage wird es Campingplätze geben, die die Stellplatzanzahl für Wohnmobile weiter erhöhen und sich zunehmend auf diese Kundensegment spezialisieren werden. Da jedoch die Nachfrage nach Wohnmobilstellplätzen aktuell auf hohem Niveau stagniert, gehe ich nicht von einer weiteren nachhaltigen Umwandlungsentwicklung aus.
- b. Grundsätzlich gibt es lediglich in touristisch hoch frequentierten Bereichen in den Spitzenzeiten einen zusätzlichen Bedarf an Wohnmobilstellplätzen. Jedoch gibt es bereits unweit z.B. der Küstenregionen auch in der Hauptsaison freie Stellplatz Kapazitäten. Da es aufgrund der touristischen Ballung und der wachsenden Gefahr des Verlusts der Tourismusakzeptanz in den Zentren nicht zielführend ist, dort weitere Kapazitäten zu schaffen, muss Gewicht auf die Steuerung der Nachfrage gelegt werden, um z.B. freie Kapazitäten im Hinterland besser auslasten zu können. Zusätzlicher Bedarf für neue Wohnmobil Stellplätze besteht nicht.
- c. Kapazitive Obergrenzen sind nur in den touristischen Kernzentren notwendig. Die Grenze sollte sich am aktuellen Bestand orientieren. Tatsächlich werden von Wohnmobilsten zusätzlich öffentliche Parkplätze als Stellplatz genutzt. Hier müssten die örtlichen Ordnungsämter grundsätzlich strikter vorgehen und Bußgelder verhängen, die grundsätzlich über dem liegen, was ein Aufenthalt auf einem zugelassenen und genehmigten Wohnmobilstandplatz kostet.
- d. Da die Nachfrage nach Zeltstandplätzen in den letzten Jahren vielfach stagniert, gab es bereits entsprechende Umwandlungsprozesse. Allerdings verfügen Campingplätze vielfach über Flächen, die aufgrund ihrer Lage, ihres Bewuchs oder ihrer baurechtlichen Widmung lediglich als Stellplatz für Zelte genutzt werden können. Insgesamt besteht daher keine Gefahr, dass letztlich Campingplätze keine Zeltplätze mehr im notwendigen Umfang anbieten werden.

17.

Unbeantwortet

18.

Stellplätze für Wohnmobile verfügen im Sinne des Baurechts - unabhängig von der Frage, ob die Betreiber kommunal oder privat sind - grundsätzlich über die gleichen baurechtlichen Standards. Tatsächlich gehen jedoch kommunale Stellplatzanbieter davon aus, dass diese von ihnen aufgrund ihrer kommunalen Widmung nicht im gleichen Umfang zu erfüllen sind. Insoweit kommt es regelmäßig zu einer Ungleichbehandlung, die gesetzlich nicht haltbar ist.

19.

Es gibt natürlich erhebliche Preisunterschiede! Ursächlich ist dabei, dass kommunale Anbieter regelmäßig die notwendige Mindestinfrastruktur wie Müll- und Abwasserentsorgung, Brandschutz und Aufsichtspflichten zur Erfüllung üblicher melderechtlicher Vorgaben oder auch

abgaberechtlicher Verpflichtungen (Einzahlung von Kurabgaben) nicht zur Verfügung stellen und z.B. nur einen unbeaufsichtigten Parkscheinautomaten aufstellen.

20.

Unbeantwortet

21.

Unbeantwortet

22.

Der Trend, dass immer mehr Standplätze auf Campingplätzen als „Komfortplätze“ einen direkten Wasser- und Abwasseranschluss bieten, ist zu begrüßen, da hierdurch die Frage der umweltgerechten Abwasserentsorgung regelmäßig geklärt ist.

23.

Tatsächlich wird durch die Aufstellung von Campinghütten, Mobilheimen und Tiny Houses die Anzahl der Betten im Land regelmäßig nicht erhöht. Auf Campingplätzen werden bestehende Flächen durch „Umwandlung“ für solche Mietunterkünfte zur Verfügung gestellt. Diese Flächen wurden bereits vorher als Standplätze genutzt und sind dadurch bereits in die Statistik eingeflossen. Da üblicherweise der Flächenbedarf eines Stellplatzes für ein Tiny House oder ein Mobilheim deutlich höher liegt, kommt es statistisch eher zu einer leichten Reduzierung der Bettenanzahl, jedoch aufgrund der höheren Belegungstage zu einer Steigerung der durchschnittlichen Auslastung.

Der Ausbau bzw. die Erneuerung der aktuell bereits in Teilen desolaten touristischen Infrastruktur bedarf letztlich sowie einerseits einem erheblichen zusätzlichen Förderbedarf. Auf der anderen Seite bedarf es auch einer möglichst guten Abstimmung der jeweiligen Träger öffentlichen Belange, um z.B. den Ausbau bzw. die Sanierung bestehender Radwege konsequent und zeitnah überhaupt erst zu ermöglichen.

24.

Da das vorhandene Potential an Saisonarbeitskräften stetig sinkt, gibt es auch im Bereich der Campingwirtschaft den zunehmenden Druck, Mitarbeiter\*innen ganzjährig einen Arbeitsplatz zur Verfügung zu stellen, um sie langfristig an die Unternehmen zu binden. Diese Entwicklung macht es letztlich notwendig, über saisonverlängernde Maßnahmen in der Vor- und Nachsaison die zusätzlich induzierten Lohnkosten zu decken.

Im Gegensatz zu vielen anderen Branchen ist die Campingwirtschaft überwiegend durch Inhaber geführte Familienbetriebe geprägt. Größere Unternehmen wie die Regenbogen AG sind eher die Ausnahme. Tatsächlich ist jedoch ein Trend spürbar, dass aus anderen europäischen Ländern

Camping – Großunternehmen auf den Markt drängen. Dieser Konkurrenz sind die kleinen Familienunternehmen nur gewachsen, wenn ihnen die Möglichkeit gegeben wird, sich zukunftsgerecht und nachhaltig entwickeln und aufstellen zu können.

Campingplätze sind stark vor Ort und bilden oftmals mit ihren vielschichtigen Angeboten das kulturelle Zentrum in den Sommermonaten in kleineren örtlichen und ländlich geprägten Strukturen. Durch eine relativ hohe Anzahl von Übernachtungen tragen sie erheblich zur Finanzierung der örtlichen Finanzhaushalte bei und bilden dort meist das Rückrad der touristischen Nachfrage.

25.

Glamping als „Modetrend“ spielt für die Branche insgesamt betrachtet keine wesentliche Rolle. Jedoch ist diese Urlaubsform geeignet, um Gästen, die einerseits den Spirit eines Campingurlaubs erleben wollen und andererseits einen gewissen Mindestkomfort nicht missen möchten, nachhaltig Camping als Urlaubsform näher zu bringen.

Entwicklungen in Neuhaus mit dem Glamping Angebot „Frei wie der Wind“ und in Groß Kordshagen zeigen jedoch auf, dass die Anzahl solcher Angebote auch zukünftig weiter wachsen wird und die Angebotslücke zwischen „Camping“ und „Ferienhäusern“ bedienen könnte.

Aufgrund des erheblichen Flächenbedarfs und der notwendigen Lage in landschaftlichen reizvollen Region ist jedoch nicht erkennbar, dass diese Angebotsform über ein Nischenangebot hinaus wachsen wird.

Auch für bestehende Campingplätze sind „Glamping“ Angebote denkbar und werden bereits im kleineren Umfang angeboten. „Glamping“ spielt daher zwar für sich betrachtet für die Branche keine wichtige Rolle, ist jedoch ein interessanter Baustein für eine breite Angebotspalette, die potentielle Gäste aus allen soziodemographischen Schichten von heutigen Campingplätzen erwarten.

26.

Unbeantwortet