



branden  
burg

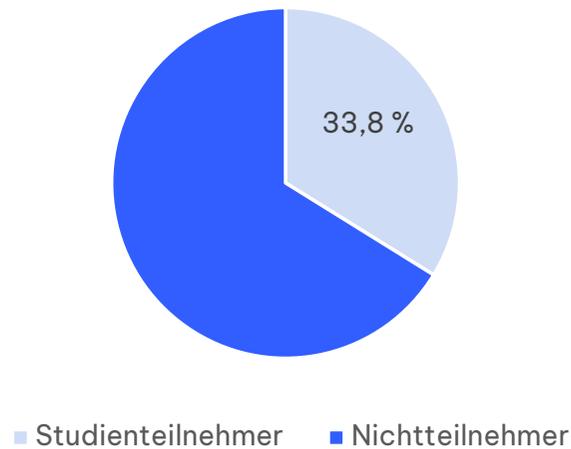
# Betriebswirtschaftliche Situation der Campingwirtschaft Brandenburg

Grundlagenuntersuchung 2024

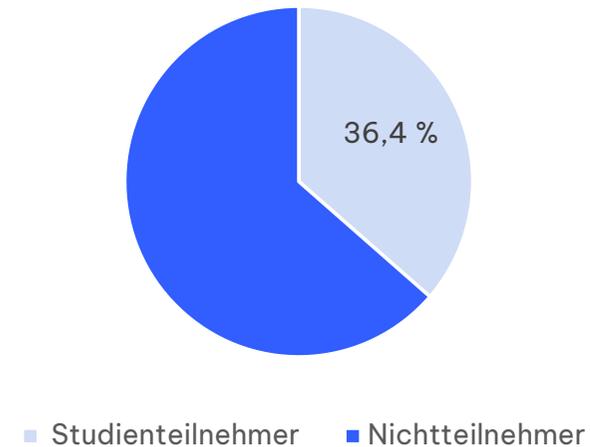
# Datenbasis der Studie

- 51 Unternehmen (38 Verbandsunternehmen)
- Viele Mischbetriebe wie Ferienparks & Marinas

Teilnehmende Betriebe



Touristische Stellplätze



# Akteure der Studie

branden  
burg

## Herausgeber:

Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland Land  
Brandenburg e. V.  
(BVCD/BB e. V.)

  
LAND BRANDENBURG

## gefördert durch:

Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Energie Brandenburg

  
LAND  
BRANDENBURG

## Verfasserin:

Büro QM3 Potsdam; Dipl.- Kffr. Kerstin Schulze M.sc.



## Unterstützer:

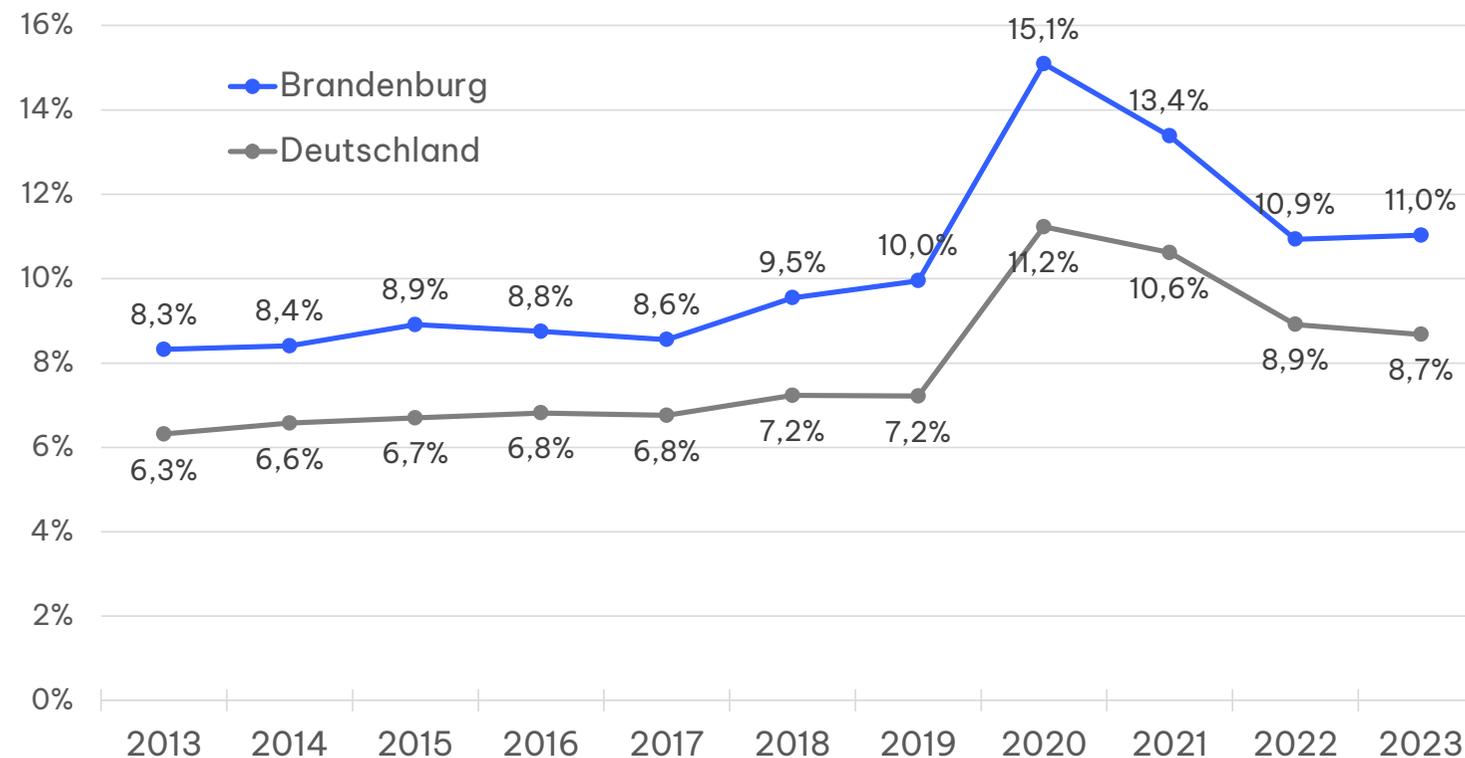
Tourismus Marketing Brandenburg (TMB), Campingunternehmen

## Durchführungszeitraum:

August 2023 bis Februar 2024

# Anteil der Campingübernachtungen

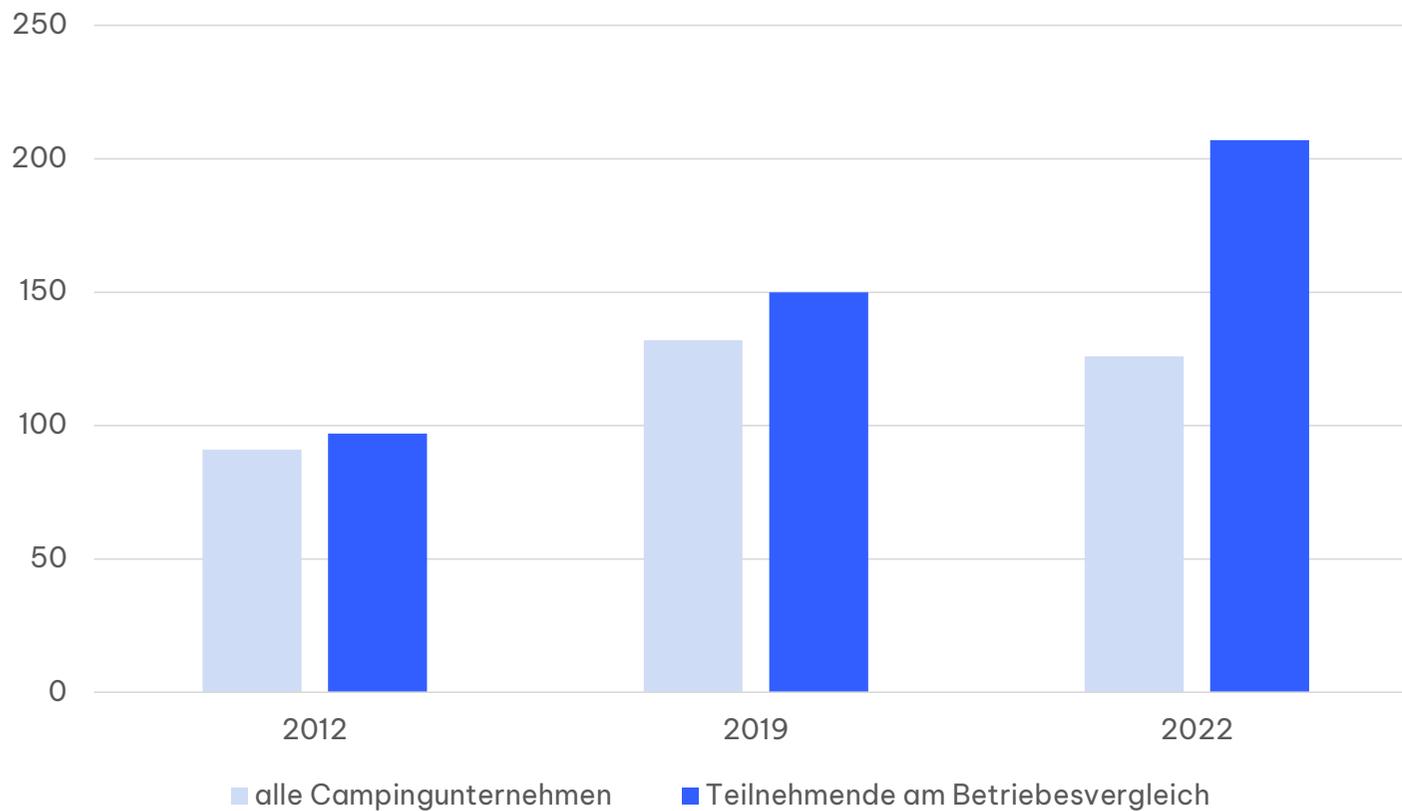
... an den Gesamtübernachtungen (in %)



In Brandenburg trägt Camping überdurchschnittlich zu den Gesamtübernachtungen bei (ohne Dauercamping).

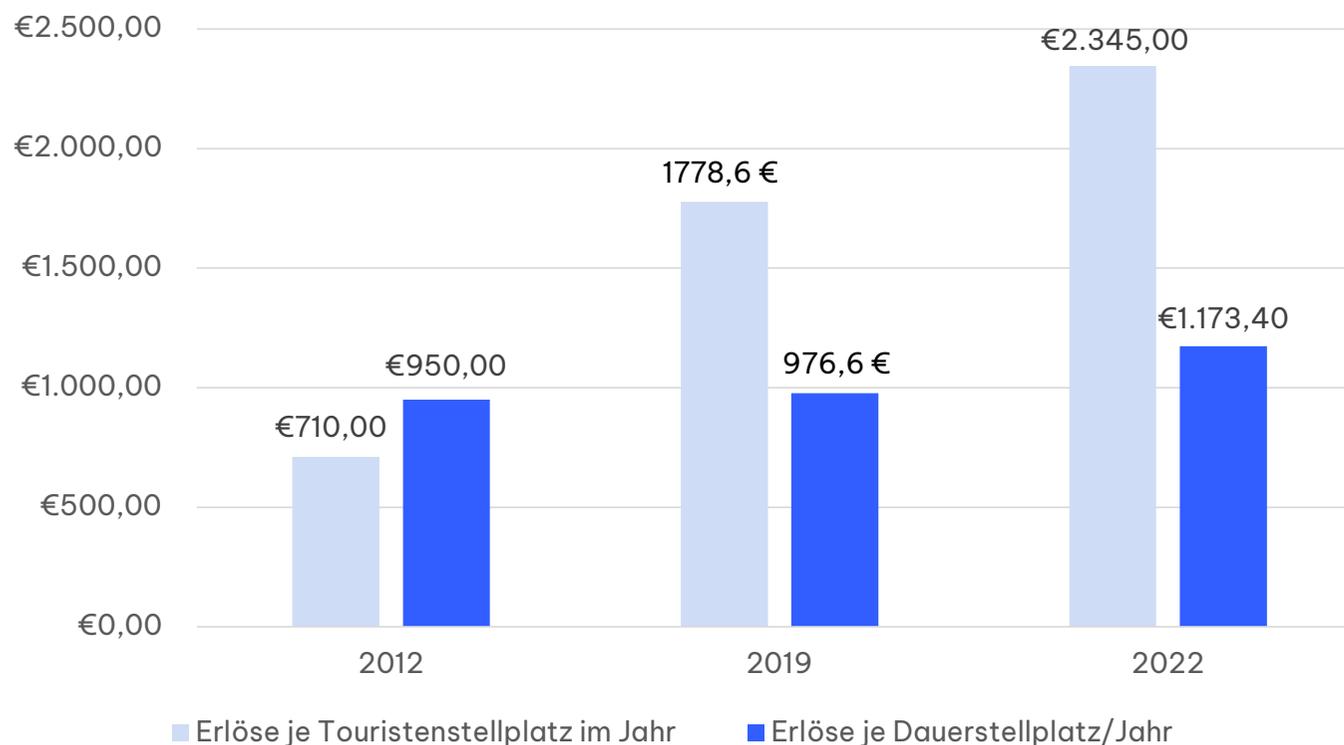
Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Übernachtungen in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping in Brandenburg | bei Campingplätzen Schlafgelegenheiten (1 Stellplatz = 4 Schlafplätze)

# Personenübernachtungen je Touristenstellplatz



Wichtige Kennzahl:  
Verbandsmitglieder  
haben eine deutlich  
höhere Auslastung.

# Erlöse der Stellplätze im Vergleich



Touristische Erlöse je Stellplatz sind stark gestiegen.

Dauercamping bleibt als Naherholungsfunktion wichtig, aber: Wirtschaftlichkeit muss gegeben sein.

Quelle: Eigene Erhebung

# Branchenkritik

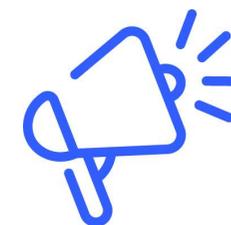
- Bisher keine einheitlichen Rechnungslegungsstandards und Sonderkontenrahmen (w. z. B. *Hotellerie USALI\**; *SKR 70*)
- erschweren die Vergleichbarkeit der Unternehmen
- und beeinflussen die positive Wirkung der Digitalisierung des Rechnungswesens für Reportingzwecke negativ.



- Es werden häufig Äpfel mit Birnen verglichen.
- Nur auf Bundesebene lösbar.

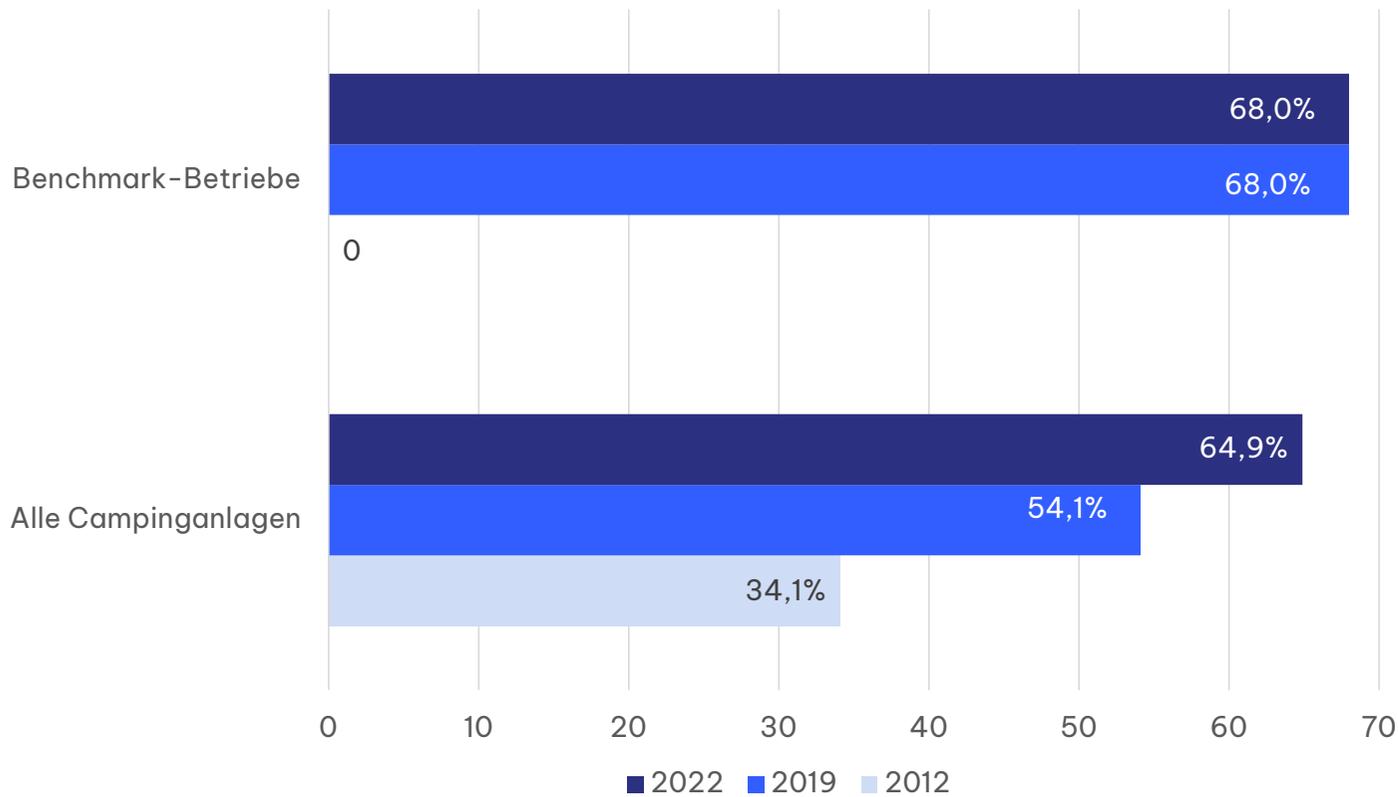
# Identifikation der Benchmarkbetriebe

<b>Benchmark-Betriebe (8)</b>	<b>Mindestkriterien 2022</b>
Cashflow-Rate	35 %
Cashflows absolut	250,0 TEUR
Personenübernachtungen je Stellplatz	220
Erlöse je Touristenstellplatz und Jahr	4,0 TEUR
Auslastung Dauerstellplätze	100 %



Erfolgsfaktoren identifizieren.

# Eigenkapitalquote in %

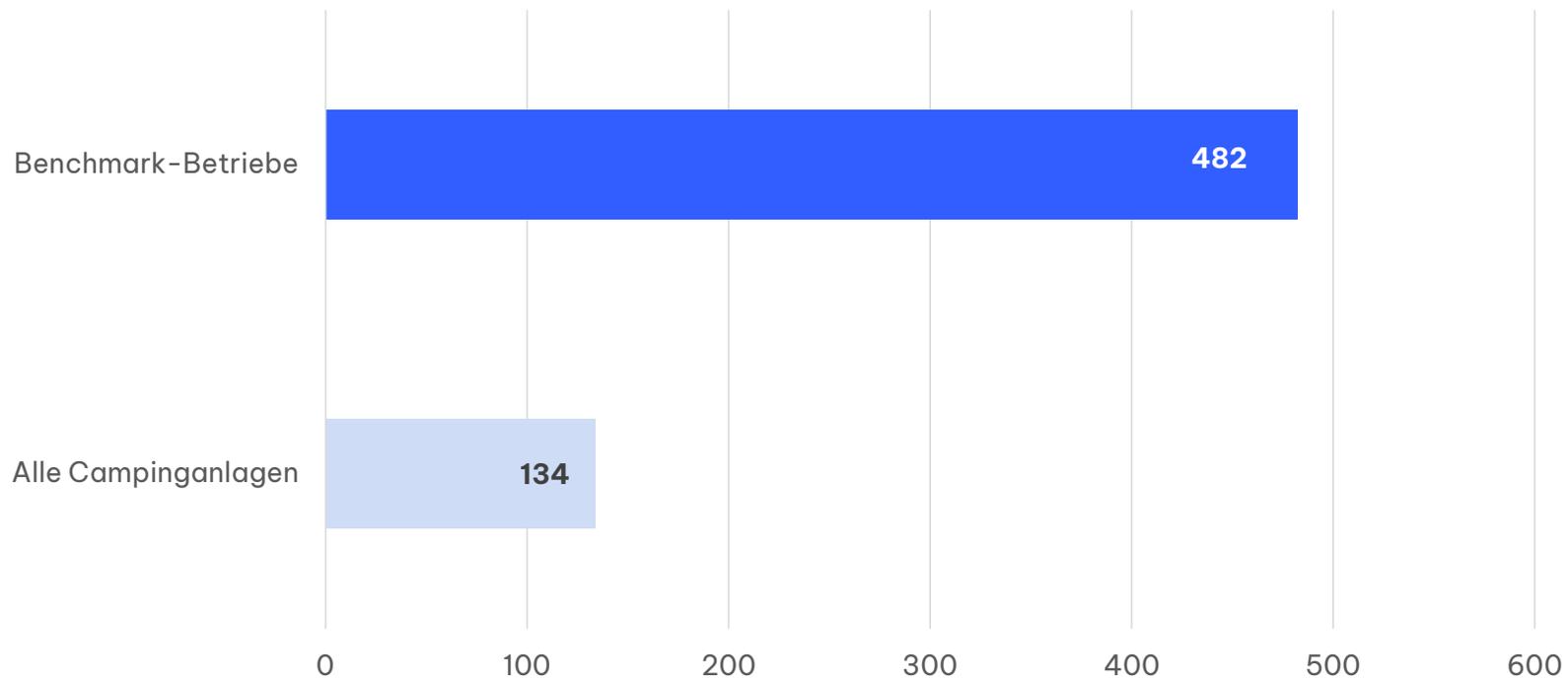


Campingunternehmen sind solide finanziert.

Quelle: Eigene Erhebung

# Innenfinanzierungskraft

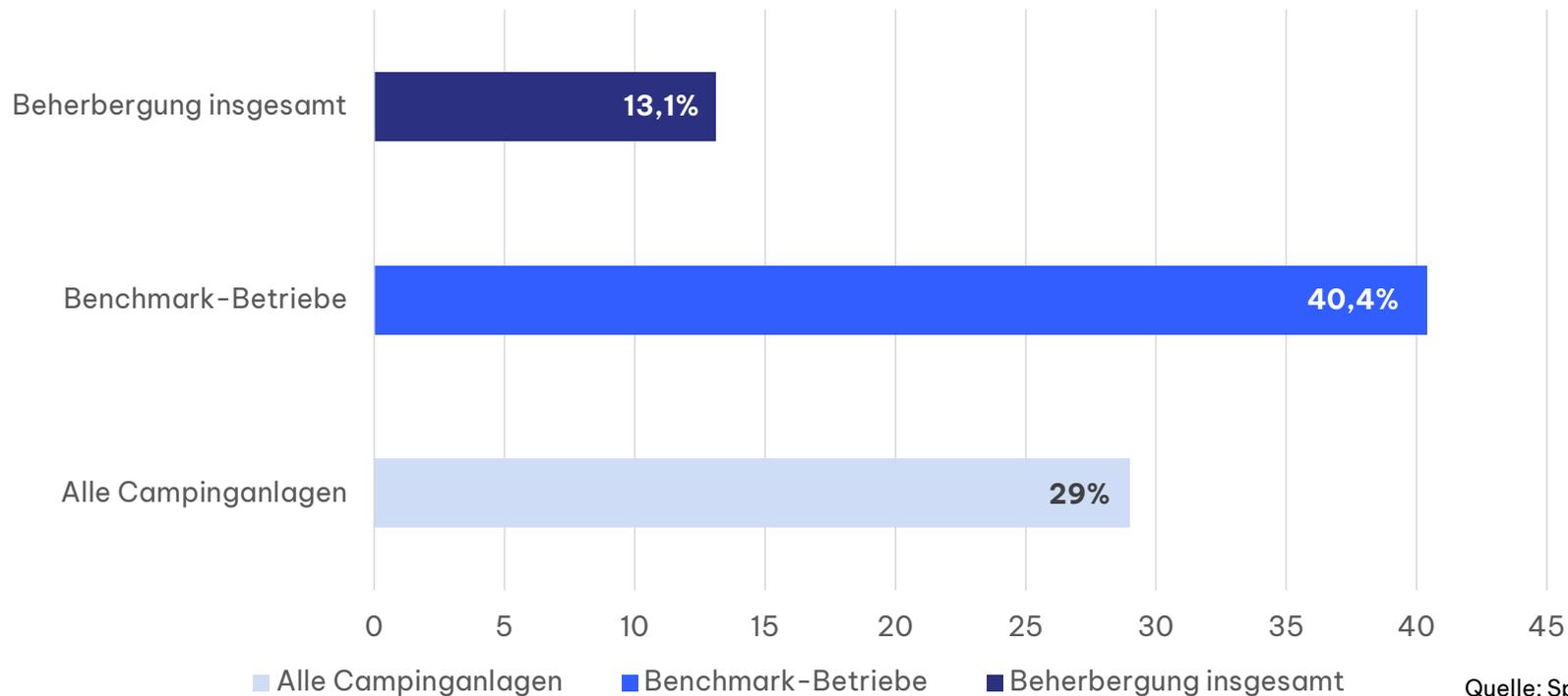
Cashflows absolut in TEUR



Quelle: dwif Gastgewerbestudie Brandenburg 2019; eigene Erhebung

# Innenfinanzierungskraft im Vergleich

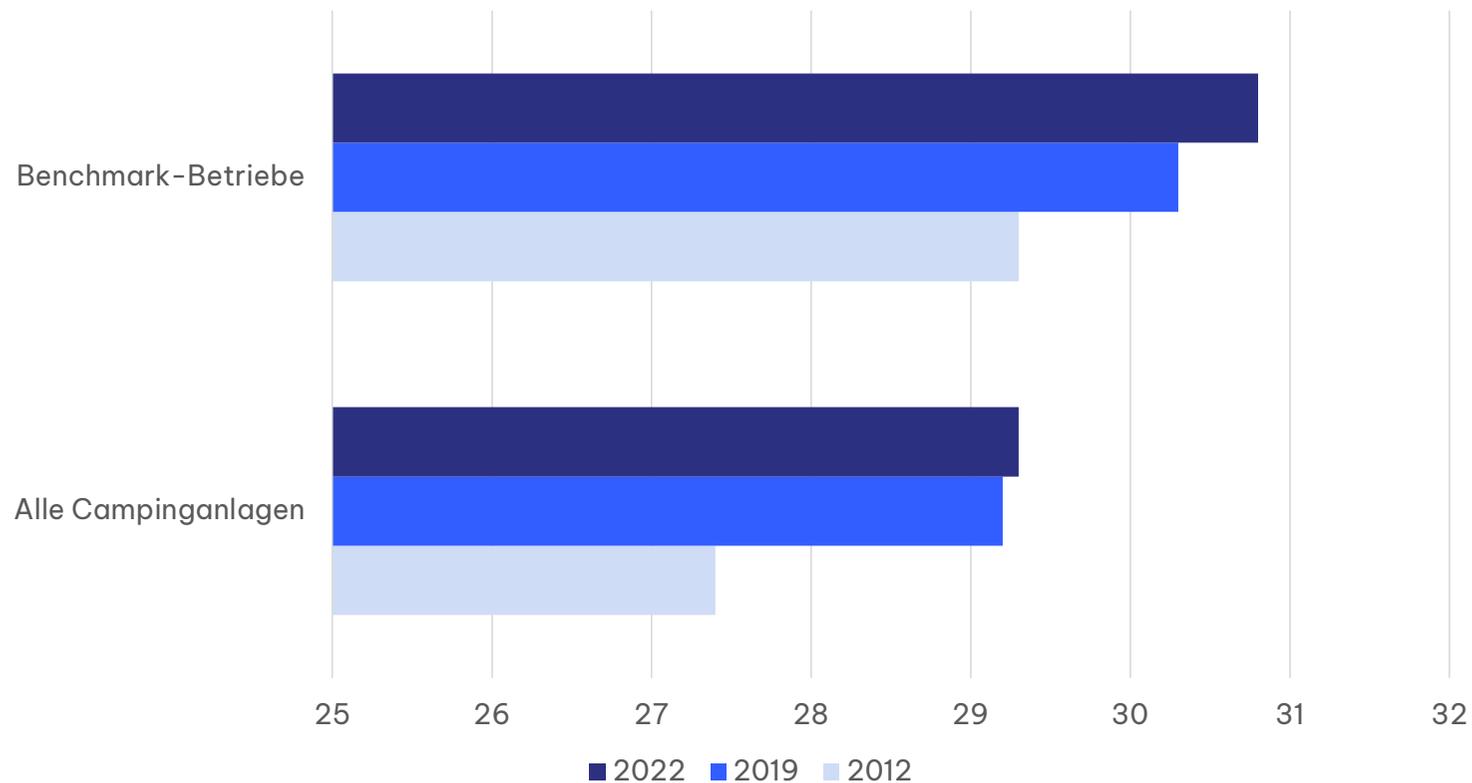
Cashflow-Raten in %



Deutlich höhere Innenfinanzierungskraft der Campingunternehmen.

Quelle: Sparkassen Tourismusbarometer 2023; eigene Erhebung

# Personalkosten-Quoten in %

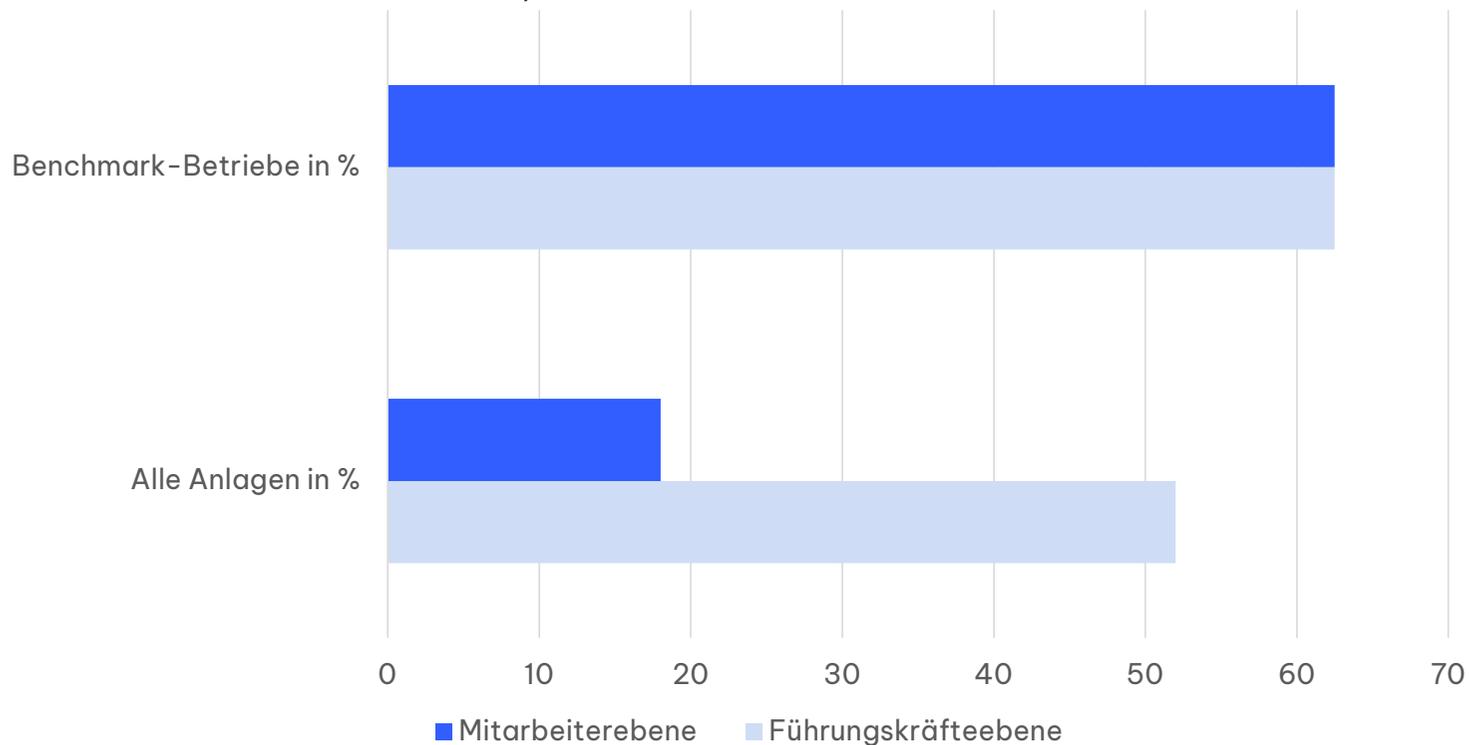


Die Mehrzahl aller Mitarbeitenden ist ganzjährig beschäftigt.

Quelle: Eigene Erhebung

# Tourismusspezifische Qualifikationen

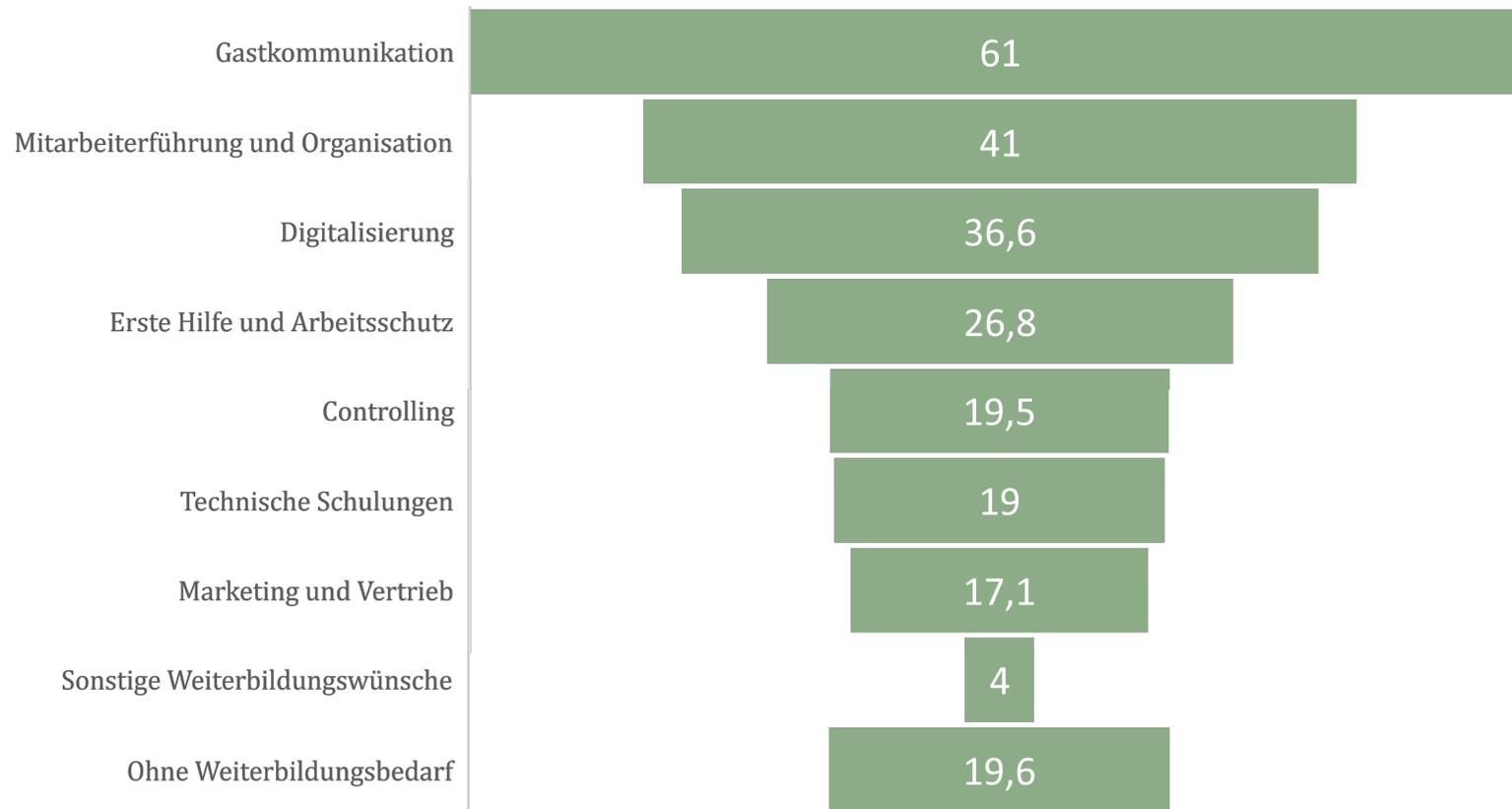
In den teilnehmenden Betrieben 2022/2023



Quelle: Eigene Erhebung

# Weiterbildungsbedarf

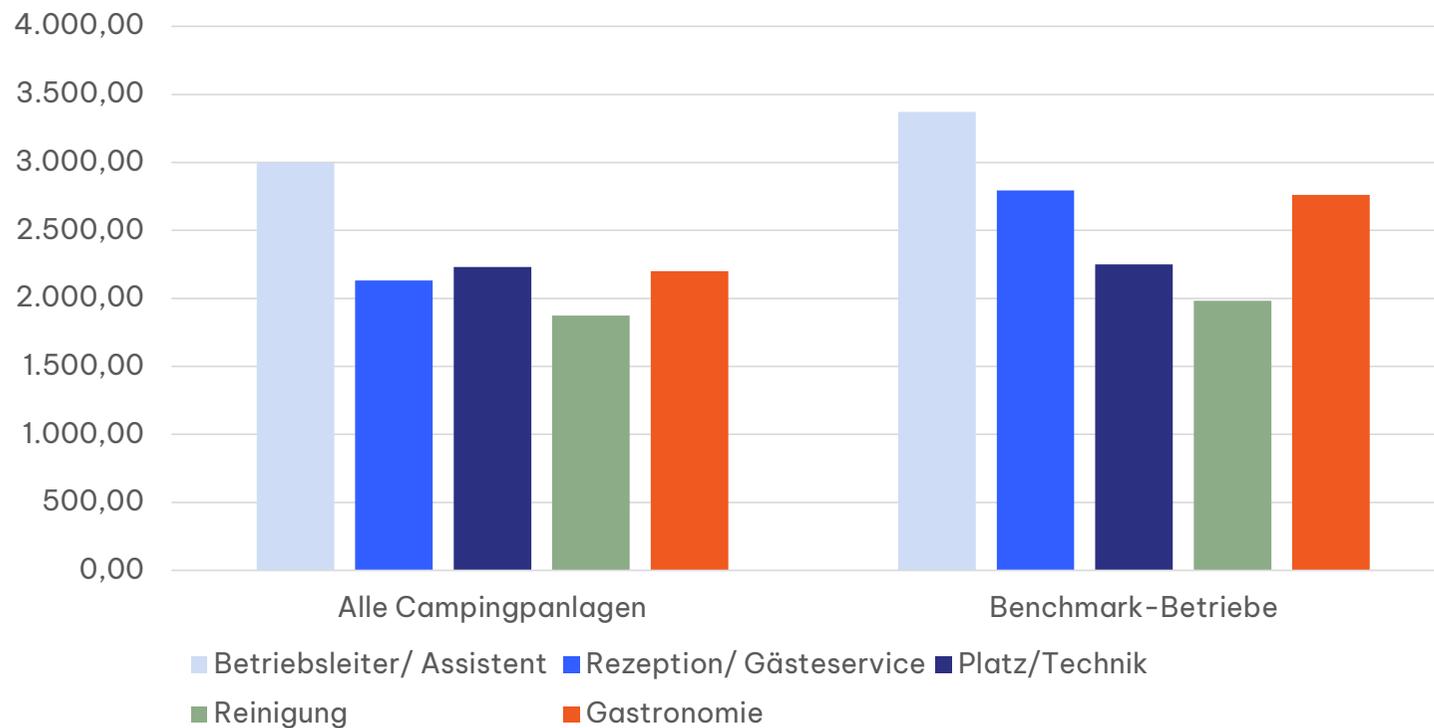
in % der teilnehmenden Betriebe 2023



Quelle: Eigene Erhebung

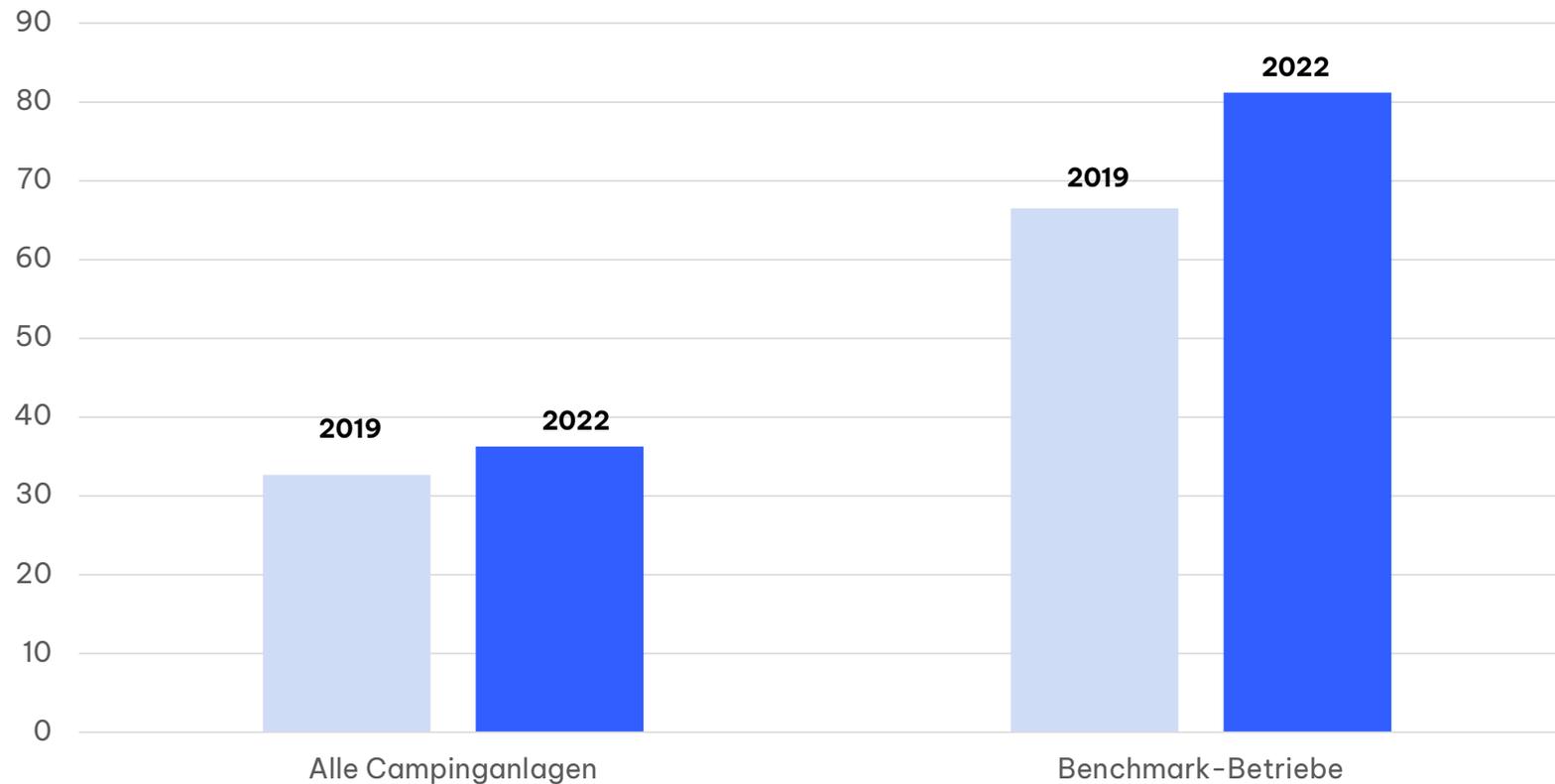
# Entlohnung der Mitarbeitenden

Monatsbrutto 2022 in EUR



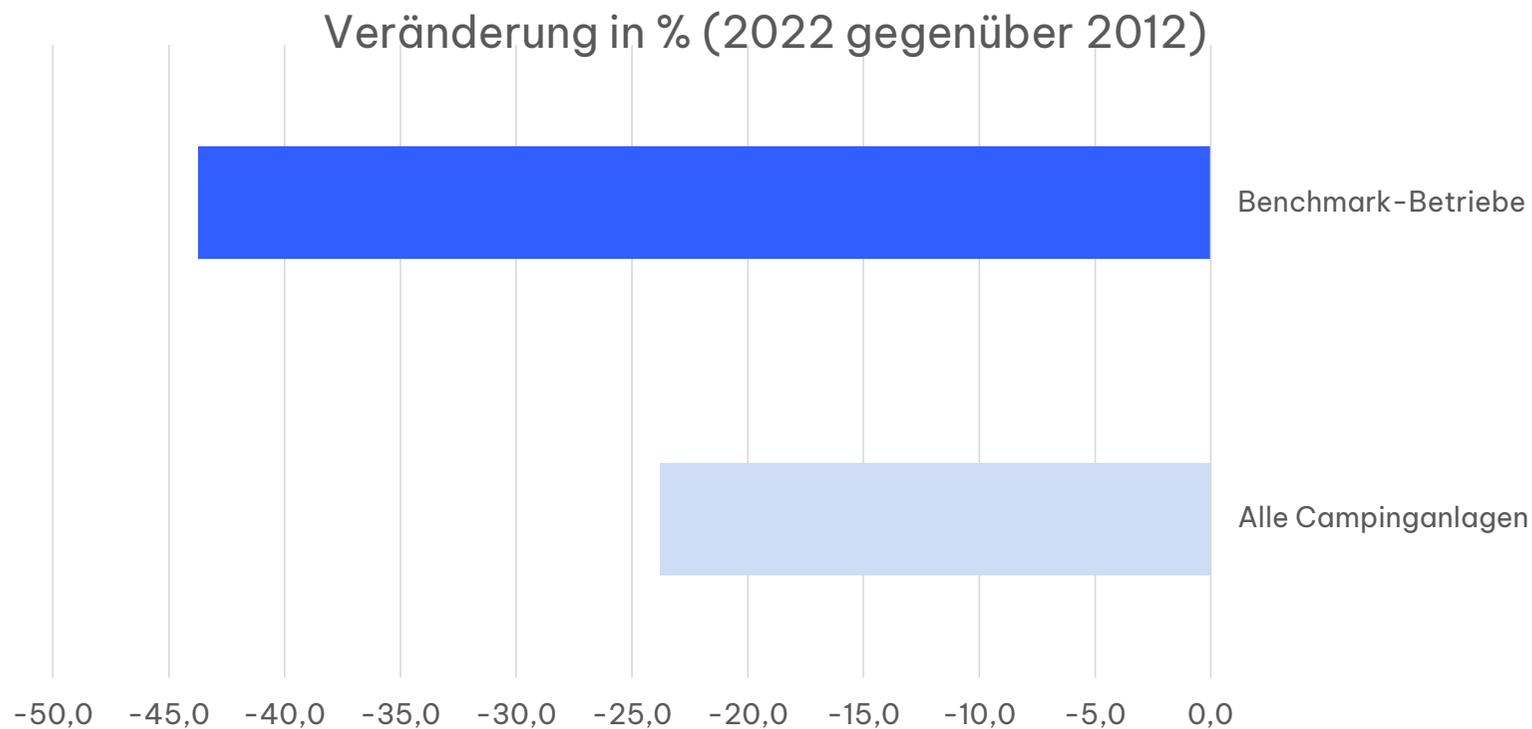
Quelle: Eigene Erhebung

# Energiekosten absolut in TEUR



Quelle: Eigene Erhebung

# Entwicklung der Energiekosten-Quoten

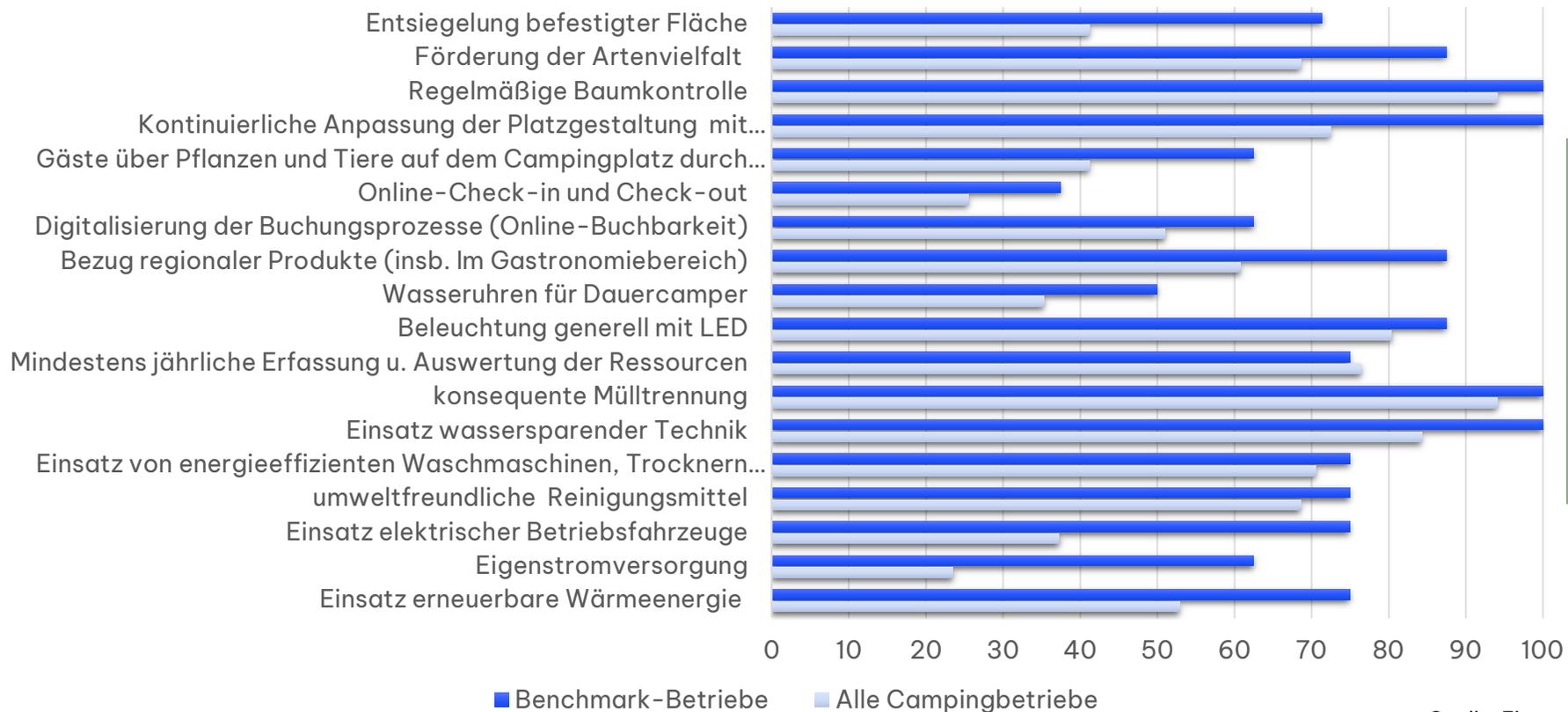


Signifikante Senkung der Energiekosten-Quoten.

Quelle: Eigene Erhebung

# Klimaschutz & Klimafolgenanpassung

Umsetzung in % der teilnehmenden Betriebe 2023 (ausgewählte Maßnahmen)



Verbindung zum Gutachten Klimafolgenanpassung der TMB.

Quelle: Eigene Erhebung

# Konzepte – Der Name ist Programm

brandenburg



WILDE  
HEIMAT



Königlicher  
Campingpark  
Sanssouci  
Potsdam/Berlin



# Erfolgsfaktoren (Benchmarks)

- Innovative, kreative, zielgruppenorientierte Konzepte
- Gut ausgebildete MitarbeiterInnen
- Höherer Digitalisierungsgrad
- Höherer Umsetzungsgrad von Maßnahmen zum Klimaschutz und Klimafolgenanpassung
- Effizienteres Energiemanagement
- Ausgewogene Finanzierung der Investitionen

Die Größe des Unternehmens ist nicht erfolgsentscheidend.

## Resümee

- Die Campingwirtschaft steht dem gesamten Beherbergungsgewerbe in der Ertragskraft in nichts nach.
- Die Campingwirtschaft hat ein hohes Qualitäts- und Umweltbewusstsein gehört zu den Vorreitern im Tourismus.
- Hohe Innovationsbereitschaft.
- Fach- und Arbeitskräftemangel trifft die Campingwirtschaft ebenso.
- Digitalisierung ist ein wichtiger Wettbewerbs- und Erfolgsfaktor.
- In der Campingwirtschaft lässt sich Geld verdienen.



Quelle: Paloma-Verlag

# Verfasserin der Studie

Kerstin Schulze

- Hotel-Betriebswirtin
- Diplom-Kauffrau
- Master of science (International Management)
- seit 1996 für die Campingwirtschaft in Dtl. und Luxemburg tätig
- seit 1998 Mitentwicklung der Ausbildungen Fachkraft für die Tourismuswirtschaft
- seit 1999 für den BVCD BB e.V. (vormals VCB) beratend tätig
- Verfasserin mehrerer Grundlagenuntersuchungen, Sachverständigen-Gutachten,
- Machbarkeitsstudien für die Camping- und Freizeitwirtschaft

**Kontakt:**

Büro QM3

Kerstin Schulze

Helene-Lange-Straße 10

14469 Potsdam

Telefon: 0331 2009384

E-Mail: [buero@qm3-potsdam.de](mailto:buero@qm3-potsdam.de)

[www.qm3-potsdam.de](http://www.qm3-potsdam.de)