

Luzerner lancieren «Airbnb» für Camper

Camping boomt, auch dank Corona. Stellplätze sind heiss begehrt, jedoch nicht immer einfach zu finden. Eine App will nun Abhilfe schaffen.

Andreas Lorenz-Meyer

Einfach losfahren und das Freiheitsgefühl geniessen – das ist vielen nach all den Beschränkungen der letzten Monate ein Bedürfnis. Wenig überraschend gehört daher der Wohnmobiltourismus zu den Wirtschaftszweigen, die von Corona profitiert haben. So sind etwa die Logiernächte des Touring Clubs Schweiz gegenüber dem Vor-Pandemiejahr 2019 um rund 200 Prozent gestiegen.

Nur ist nicht genug Platz für alle da. Fahren Camper ein Gebiet ohne Reservierung an, treffen sie oft auf volle Campingplätze und finden auch ausserhalb keinen legalen Stellplatz. In der Folge parkieren und übernachten nicht wenige irgendwo ohne Erlaubnis. Das Wildcampen ist für viele Gemeinden zum Problem geworden, aber nun gibt es eine digitale Lösung: die Luzerner Web-App Parkn'Sleep, eine Art «Airbnb» für Camper. Wohnmobilsten können damit bei einem offiziellen Stellplatz ausserhalb von Campingplätzen spontan ein- und auschecken. Die Verfügbarkeiten werden live angezeigt. Für die Camper ist alles gratis, sie bezahlen nur Übernachtungspreis und Kurtaxe.

«Grosser Zulauf» nach nur wenigen Wochen

Die Anbieter, private Stellplatzbetreiber oder Gemeinden, geben 15 Prozent des Übernachtungspreises an das Start-up. Dafür bekommen sie aber auch viel zurück, findet Parkn'Sleep-Mitgründer Lukas Imhof. «Der elementare Bestandteil unserer App ist ein Tourismuskonzept, das Camper, Anbieter und Gemeinden zusammenbringt.» Die Anbieter hätten erstmals die Möglichkeit, unkompliziert und ohne Buchungsaufwand die Übernachtungsgebühren und Kurtaxen von Wohnmobilsten einzuziehen. Die Kurtaxe fliesst dabei direkt von der Plattform an die Gemeinden, egal ob der Stellplatz von der Gemeinde selbst oder von einem privaten Anbieter



Kennen das Problem fehlender Übernachtungsmöglichkeiten als Camper gut: Parkn'Sleep-Gründer Daniel Jäger und Lukas Imhof.

Bild: PD

betrieben wird. Vergleichbar ist das Konzept mit jenem der Onlineplattform Nomady aus Einsiedeln (wir berichteten).

Die App von Parkn'Sleep ist seit Anfang Juni in Betrieb, und Imhof freut sich über den «grossen Zulauf». Nach drei Wochen waren bereits 38 Stellplätze angeschaltet. Acht von Gemeinden, der Rest von privaten Anbietern. Es gab über 300 Buchungen.

Im Einsatz ist Parkn'Sleep unter anderem in Schattdorf, Kanton Uri. Die Gemeinde hat einen zentral gelegenen Stellplatz für Wohnmobile eingerichtet, der sich gut als Zwischenstopp vor dem Gotthard eignet. «Die App ist ein Glücksfall», sagt Sara Fedier-Göldi von der Tourismuskommission. «Sie ermöglicht uns, den Stellplatz nur für Fahrzeuge freizuschalten, die eine Toilette an Bord haben.» Schattdorf könne so ohne

zusätzliche Infrastruktur mitten im Dorf Felder für Wohnmobile anbieten – und zudem den Problemen des Wildcampens entgegenwirken. Letztes Jahr mussten «zur Prävention von unliebsamen Hinterlassenschaften in der Natur» überall mobile Toi-

«Für die Camper bedeutet das mehr Sicherheit in der Ferienplanung.»

Sarah Wahlen
TCS-Sprecherin

letten hingestellt werden, was mit Mietkosten und Personalaufwand verbunden war.

Die Digitalisierung des hiesigen Camping-Marktes sorgt also für mehr Ordnung. Doch nicht nur das, denn Stellplätze ausserhalb von Campingplätzen bieten auch erhebliche Wertschöpfungschancen. In Deutschland etwa gingen gemäss einer Studie im Jahr 2019 umgerechnet 1,85 Milliarden Franken Umsatz allein auf Wohnmobilsten zurück, die ausserhalb von Campingplätzen parkierten.

Potenzial der Camper wurde bisher unterschätzt

Ähnliches schwebt Lukas Imhof für die Schweiz vor: «Camper fahren Ski, gehen wandern oder machen Wellness. Sie gehören zur selben kaufkräftigen Zielgruppe wie Hotelgäste. Das wird hierzulande bislang unter-

schätzt.» Parkn'Sleep könne die Touristen trotz überfüllter Campingplätze in ein Zielgebiet holen, indem es sie zu freien Stellplätzen ausserhalb lenkt.

Sara Fedier-Göldi sieht ebenfalls genug Potenzial. Sie leitet das Urner Projekt TempCamp, bei dem zu den fünf Campingplätzen im Kanton zwölf temporäre Stellplätze dazukommen. Diese sind bei gocamping.ch angeschaltet. Das Projekt zeige, dass Stellplätze ein nennenswerter Wirtschaftsfaktor sind. «Wir haben damit in der Region eine Wertschöpfung im sechsstelligen Bereich erwirtschaftet», sagt Fedier-Göldi. Die Digitalisierung spiele beim Fitmachen des Camping-Marktes in jedem Fall eine Rolle. «Wir können davon in vielerlei Hinsicht profitieren. Einerseits dank einer Minimierung des Aufwands durch Apps wie Parkn'Sleep, andererseits durch

die gute Vernetzung der Wohnmobilsten via soziale Medien. Es gilt für uns, diese Kanäle ebenfalls aktiv zu nützen.»

Der Touring Club Schweiz, Betreiber von 24 Campingplätzen, ist bei der neuen Stellplatz-App aus Luzern als Partner mit dabei. Mediensprecherin Sarah Wahlen sieht Parkn'Sleep als Ergänzung zum eigenen Angebot: «Wir wollen unsere Mitglieder und Camper auch ausserhalb unserer Plätze begleiten, das Touring vereinfachen und klare Spielregeln für alle schaffen.»

2200 Campingplätze in Europa online buchbar

Bei vielen TCS-Plätzen gibt es bezüglich Onlinebuchungsmöglichkeiten noch Luft nach oben, bisher sind nur wenige über soziale Medien oder Onlineportale buchbar. Die App Parkn'Sleep bringt für Wahlen zwei Hauptvorteile: «Sie nimmt den Platzbetreibern Arbeit ab, sodass sie mehr Zeit in die qualitative Gästebetreuung und die Platzbewirtschaftung investieren können. Und für Camper schafft sie mehr Sicherheit in der Ferienplanung.» Als wichtiges Digitalisierungsziel hat sich der TCS die Verfügbarkeitsprüfung von Stellplätzen auf Campingplätzen und in Gemeinden in der Schweiz sowie im Ausland gesetzt. Auf pincamp.ch sind derzeit über 2200 Campingplätze in Europa online buchbar, davon knapp 30 in der Schweiz.

Lukas Imhof sieht den Nutzen der Digitalisierung für den Camping-Markt so: «Sie schafft die Grundsatzsubstanz für Plattformen, Reiseinformationen und Transaktionen, aber auch für Sicherheit und Verlässlichkeit.» Überschätzt werden dürfe die Technik aber nicht. «Wir können damit Camper auf Plätze bringen, Zahlungen ausführen, eine Community aufbauen und Gastgebern eine Einkommensquelle verschaffen. Aber ob auf dem Stellplatz schlussendlich der Stromanschluss funktioniert oder die Gastgeber nett sind, können wir nicht beeinflussen.»

Emmer IT-Konzern profitiert vom Homeoffice-Aufschwung

Also Die IT-Branche kann insgesamt auf ein erfolgreiches erstes Halbjahr 2021 zurückblicken. Auch der Emmer IT-Logistikkonzern Also gehört zu den Gewinnern. Dank des coronabedingten Homeoffice- und Homeschooling-Booms konnte der Grosshändler von IT-Technologie erneut ein Ergebnis über Marktniveau erzielen – und überraschte damit selbst Analysten.

Den Umsatz steigerte Also in der Berichtsperiode um 9,7 Prozent auf 5,9 Milliarden Euro. Der Konzerngewinn wuchs gar um 45,1 Prozent auf 65 Millionen Euro. Dabei freute sich CEO Möller-Hergt vor allem über die Tatsache, dass Also «in allen drei Geschäftsbereichen Marktanteile» gewinnen konnte. Im ange-

stammten Logistikgeschäft (Supply), also als Intermediär zwischen globalen IT-Herstellern wie Apple und lokalen Händlern wie Media Markt, legte Also um 9,9 Prozent zu. Der marginreichere Bereich Solutions verbesserte sich um 6,9 Prozent. Besonders erfreulich entwickelte sich aus Konzernsicht das Servicesegment mit einem Plus von 24,1 Prozent; darin enthalten ist das Cloudgeschäft, in dem Also auch ausserhalb des europäischen Stammmarktes Rechen- und Speicherkapazitäten sowie Softwaredienste vermittelt.

Für das laufende Jahr bestätigt der Emmer Konzern seine Ziele mit einem Betriebsergebnis auf Ebitda-Stufe zwischen 240 und 255 Millionen Euro. (gr)

Altpapier und Kunststoff knapp

Perlen Die gestiegenen Rohstoffpreise setzen auch der Luzerner Industriegruppe CPH Chemie+Papier Holding zu. Zwar ist der Umsatz im ersten Halbjahr 2021 um 5,1 Prozent auf 243,7 Millionen Franken gestiegen. Das Betriebsergebnis (Ebit) aber sank auf 5,7 Millionen Franken, was einem Rückgang von 67,8 Prozent entspricht.

Von den drei Geschäftsbereichen konnte einzig die Chemie-sparte einen deutlichen Zuwachs auf allen Ebenen verzeichnen. Diese profitierte von Nachholeffekten und verbuchte hohe Auftragseingänge bei zahlreichen Produktlinien, allen voran bei Molekularsieben für die Aufkonzentration von Sauerstoff.

Die beiden anderen Geschäftsbereiche – Papier sowie

Verpackungen – konnten dagegen nicht im gleichen Umfang von der Wirtschaftserholung in den vergangenen Monaten profitieren. Die zum Teil sprunghaft gestiegene Nachfrage führte bei einigen Rohmaterialien zu Lieferengpässen und enormen Preissteigerungen.

In der Verpackungssparte waren viele der eingesetzten Kunststoffe knapp. In der Folge zogen die Preise sehr stark an. Diese konnten wiederum nur mit Verzögerung an den Markt weitergegeben werden, woraufhin die Marge unter Druck geriet, wie CPH mitteilte.

In der Papiersparte bildet Altpapier den wichtigsten Rohstoff. Mit der rückläufigen Produktionsmenge von grafischen Druckpapieren während der Co-

ronapandemie wurde auch weniger Altpapier gesammelt. Dieses niedrige Altpapierangebot traf im Frühjahr 2021 auf eine anziehende Nachfrage nach Zeitungsdruck- und Magazinpapieren (wir berichteten). Die Situation wurde zusätzlich verschärft durch die hohe Nachfrage nach Mischpapier, welches die Kartonindustrie zu Verpackungen für den boomenden Onlinehandel verarbeitet. Als Folge stiegen die Altpapierpreise und das Ergebnis der Papiersparte fiel negativ aus – wie die Geschäftsleitung dies bereits im Februar prognostiziert hatte.

Im weiteren Jahresverlauf erwartet CPH vorerst keine Verbesserung. Das Nettoergebnis fürs ganze 2021 dürfte daher nur «knapp positiv» ausfallen. (gr)

Sika setzt auf grüne Dächer

Baar Der Industriekonzern Sika übernimmt die US-Firma Hydrotech sowie deren kanadische Tochter. Hydrotech ist laut Communiqué ein Hersteller von Flüssigmembranen und bietet umfassende Lösungen für die Dach- und Bauwerksabdichtung an. Insbesondere im schnell wachsenden Segment der Dachbegrünung sei das Unternehmen, das 2020 einen Umsatz von 83 Millionen Franken generierte, klarer Marktführer in Nordamerika.

Mit der Akquisition steigt Sika sogleich zur Nummer eins im Bereich von Dachbegrünungen in Nordamerika auf. «Das stärkt unsere Position in Grossstädten, wo begrünte Dächer immer wichtiger werden», sagte Christoph Ganz, Regionalleiter Americas bei Sika. (gr)