

Impressum/ Haftungsausschluss

Die in diesem Booklet veröffentlichten Informationen beruhen auf Erfahrungswerten des Herausgebers und/oder sind gängige Praxis in den Branchenunternehmen und/oder sind Gegenstand der allgemeinen Betriebswirtschaft. Alle Angaben wurden auf Plausibilität geprüft. Für die Richtigkeit übernimmt der Herausgeber dennoch keine Gewähr.

Das Booklet wurde mit größtmöglicher Sorgfalt und nach bestem Wissen verfasst. Der Inhalt stellt eine Meinungsäußerung dar. Für aufgrund dieses Berichtes durch den Leser getroffene Entscheidungen wird keine Haftung übernommen.

Bildnachweis Umschlag: AscentXmedia/iStock

Der Druck des Flyers erfolgt auf Öko-Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft.

Dieses Booklet ist ausschließlich für DCHV-Mitgliedsbetriebe und DCHV-Fördermitglieder erstellt worden und vertraulich zu behandeln. Eine Weitergabe an Dritte ist untersagt.

Herausgeber

© 2026 (3. Auflage)
Deutscher Caravaning Handels-Verband e.V. (DCHV)
Große Falterstraße 3, 70597 Stuttgart



E-Mail: info@dchv.de
Internet: <https://dchv.de>
QR Code: DCHV auf YouTube



Dranbleiben lohnt sich: Gemeinsam mit der Community und kompetenter Beratung zur nachhaltigen Zukunft

Das Thema Nachhaltigkeit geht nicht wieder weg. Es wird die Unternehmenswelt mindestens so stark prägen wie die Digitalisierung. Wie das Thema Nachhaltigkeit den Caravaning-Handel verändern wird, ist noch nicht absehbar. Sicher ist aber, dass diejenigen Vorteile haben werden, die früh diesen Veränderungsprozess gestartet haben. Es ist also eine wichtige Investition in die Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens. Es geht darum, jetzt das Machbare zu identifizieren und loszulegen.

Neben einem frühzeitigen Start ist der Austausch mit DCHV-Kolleginnen und -kollegen ein wesentlicher Erfolgsfaktor. So schaffen Sie es „dran zubleiben“ und von den Erfahrungen Ihrer Kollegen zu profitieren.

Jochen Müller begleitet Unternehmen auf ihrem Weg zu nachhaltigem und regenerativem Wirtschaften. Mit über 20 Jahren Erfahrung in Strategieentwicklung, Organisationsberatung und Nachhaltigkeitsmanagement unterstützt er kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bei der Transformation hin zu zukunftsfähigen Geschäftsmodellen.



Nachhaltigkeit ist eine riesige Chance, den Caravaning-Handel neu zu denken und zu erfinden. Die Urlaubsform „Caravaning“ weist in der Regel einen geringeren CO2-Fußabdruck auf als andere Urlaubsformen. Einige Hersteller und Händler haben sich bereits auf den Weg gemacht, indem sie CO2-Emissionen messen, um sie anschließend zu reduzieren und zu kompensieren.“ (Jochen Müller)



Wie wir Nachhaltigkeit messen

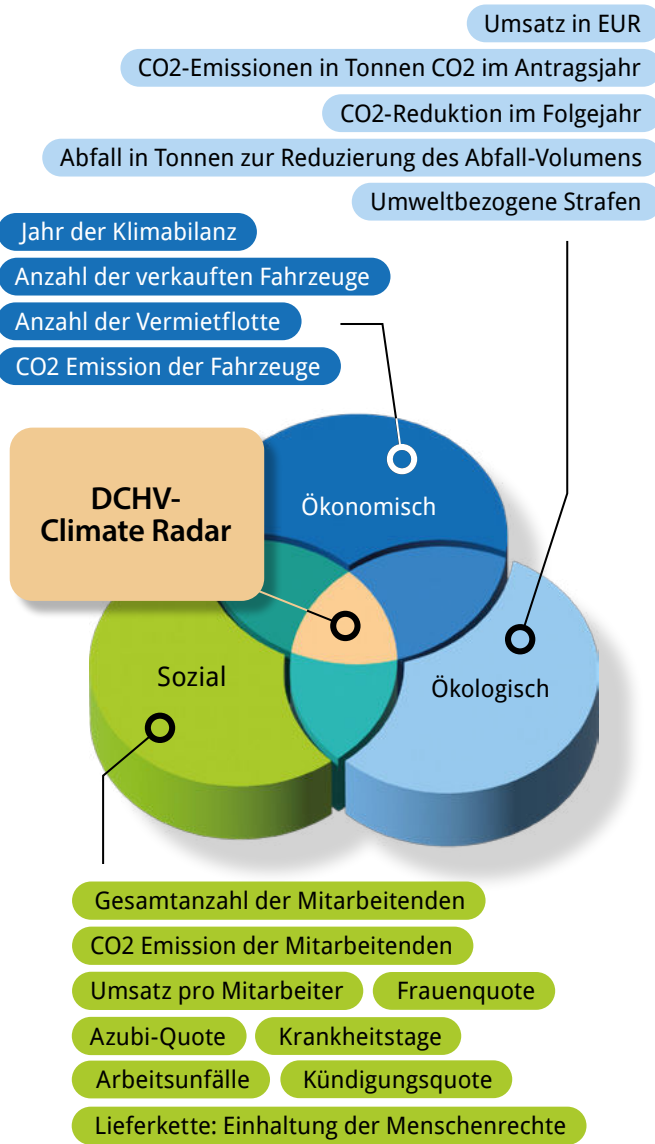


Chart 3: Der DCHV-Climate Radar

Was sollte ich heute bezüglich Berichterstattung wissen?

Immer mehr Banken, Versicherungen und Großunternehmen fragen nach Nachhaltigkeitskriterien.

VSME (Voluntary Sustainability Reporting Standard for non-listed SMEs) ist ein freiwilliger, speziell für kleine und mittlere Unternehmen entwickelter Standard zur strukturierten und verständlichen Nachhaltigkeitsberichterstattung. Er bietet einen schlanken, praxisnahen Rahmen, um

Nachhaltigkeitsleistungen transparent zu machen und damit Vertrauen, Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit zu stärken. Das DCHV-Climate Radar hat bereits einen hohen Deckungsgrad zu den VSME-Kriterien und unterstützt die teilnehmenden Händler auf dem kontinuierlichen Prozess.

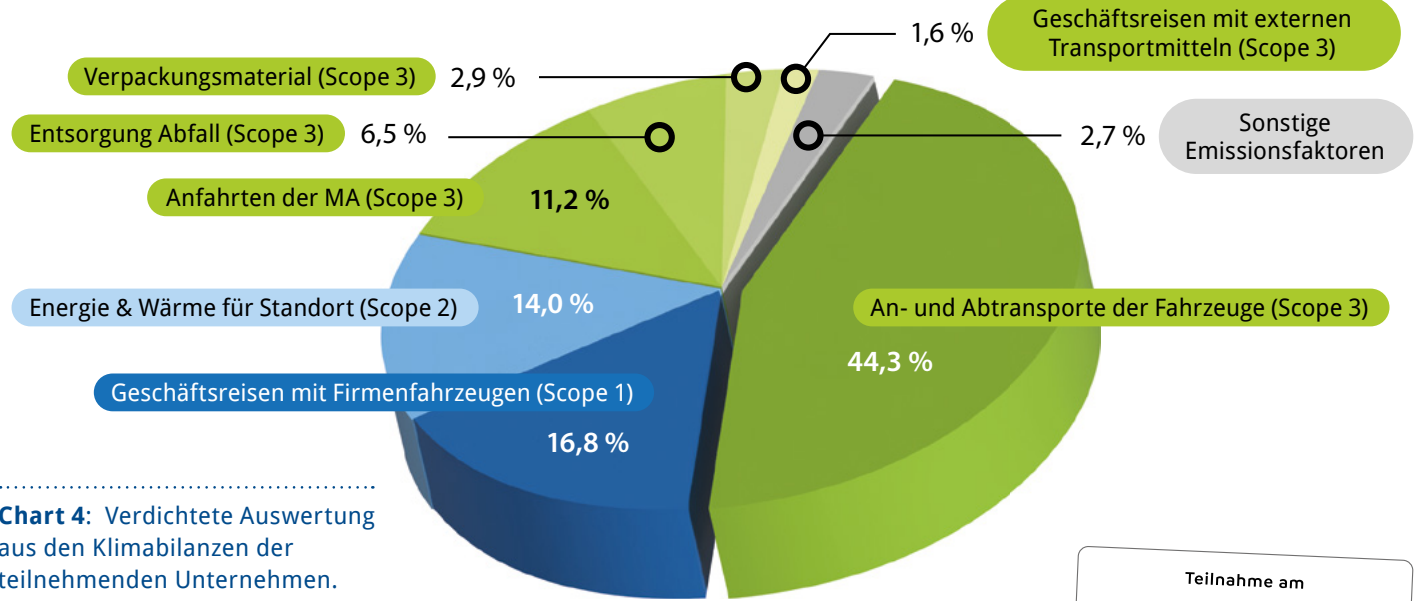


Chart 4: Verdichtete Auswertung aus den Klimabilanzen der teilnehmenden Unternehmen.

Das DCHV-Climate Radar

Das DCHV-Climate Radar ist eine Teilnahmeurkunde des Deutschen Caravaning Handels-Verbands (DCHV). Es dokumentiert die Teilnahme des Unternehmens am DCHV-Climate Radar sowie dessen Selbstverpflichtung zu einer systematischen Erfassung, Reduzierung und Weiterentwicklung betrieblicher Umwelt- und Nachhaltigkeitsmaßnahmen.

Es stellt keine staatliche oder behördliche Umweltzertifizierung dar und trifft keine pauschale Aussage über

Umwelt- oder Klimaneutralität des Unternehmens oder seiner Produkte.

Grundlage der erfolgreichen Teilnahme sind unter anderem unternehmensbezogene Angaben, interne Analysen (z. B. CO2-Bilanzierung) sowie ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess gemäß den Kriterien des DCHV unter dchv.de/nachhaltigkeits-offensive/.



Nachhaltigkeit im Caravaning- Handel

Ein Leitfaden für DCHV-Mitglieder und Fördermitglieder

Vorwort

Vielen Dank, dass Sie sich mit dem Thema Nachhaltigkeit befassen. Dieses Booklet, gemeinsam entwickelt mit unserem Experten Jochen Müller, unterstützt Sie dabei, konkrete und direkt umsetzbare Maßnahmen in Ihrem Caravaning-Unternehmen vorzubereiten und einzuführen.

Nutzen Sie die Inhalte als Einstieg: Beginnen Sie mit ersten Schritten und entwickeln Sie Ihren Betrieb systematisch weiter. Jeder Fortschritt stärkt nicht nur den Umweltschutz, sondern auch die Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens. Die Caravaning-Branche legt zunehmend mehr Wert auf Nachhaltigkeit – und genau hier liegt Ihre Chance. Mit klaren Maßnahmen wie energieeffizienten Technologien oder einer bewussten Unternehmenskultur positionieren Sie sich wettbewerbsstark. Sehen Sie die Arbeit an der Nachhaltigkeit als strategischen Vorteil. Kundinnen und Kunden erwarten heute verantwortungsvolles Handeln und honorieren Unternehmen, die aktiv zur Lösung beitragen. Setzen Sie sich realistische Ziele und bleiben Sie dran. Kontinuierliche Verbesserungen führen Schritt für Schritt zu messbaren Erfolgen – für Ihr Unternehmen, Ihre Mitarbeitenden und die Umwelt.

Tauschen Sie sich zusätzlich in der DCHV-Nachhaltigkeits-Community aus. Lernen Sie von anderen, teilen Sie Ihre Erfahrungen und treiben Sie gemeinsam die nachhaltige Entwicklung der Branche voran.

Der DCHV erstellt das Climate-Radar jährlich für interessierte Mitgliedsbetriebe. Nutzen Sie die Chance, sich frühzeitig als verantwortungsbewusstes Unternehmen zu positionieren. Starten Sie jetzt mit der Umsetzung und machen Sie Ihr Engagement sichtbar. Das Booklet unterstützt Sie dabei mit praxisnaher Orientierung. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg auf Ihrem nachhaltigen Weg.

Ihre Ariane Finzel
DCHV-Geschäftsführerin



Wie wir Nachhaltigkeit definieren

Der Begriff Nachhaltigkeit wird häufig verwendet, jedoch unterschiedlich verstanden. Ursprünglich stammt er aus der Forstwirtschaft und geht auf Hans Carl von Carlowitz (1713) zurück: Es darf nur so viel Holz geschlagen werden, wie nachwachsen kann. Übertragen auf Unternehmen bedeutet das: Ressourcen so einzusetzen, dass auch zukünftige Generationen gut leben und wirtschaften können.

Nachhaltigkeit umfasst dabei mehr als nur Umweltaspekte. Sie basiert auf drei zentralen Dimensionen:

- ➔ Ökologie: verantwortungsvoller Umgang mit natürlichen Ressourcen
- ➔ Ökonomie: langfristiger wirtschaftlicher Erfolg
- ➔ Soziales: faire und verantwortungsvolle Beziehungen zu Mitarbeitenden, Partnern und Gesellschaft

Diese Bereiche stehen teilweise im Spannungsfeld, bieten aber auch gemeinsame Schnittmengen. Nachhaltig handelt ein Unternehmen nur dann, wenn es alle drei Dimensionen berücksichtigt.



Chart 1: Die Bausteine von Nachhaltigkeit

Das bedeutet konkret: Neben wirtschaftlichen Zielen rückt auch das Gemeinwohl in den Fokus – etwa die Interessen von Mitarbeitenden, Kundinnen und Kunden, Partnern sowie der Umwelt.

Ein Unternehmen ist dann nachhaltig aufgestellt, wenn es ökologisch verantwortlich, sozial fair und wirtschaftlich stabil agiert.

Warum jetzt handeln? Nachhaltigkeit als zentralen Wettbewerbsfaktor verstehen

1. Fachkräfte gewinnen und binden
Der Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeitende wächst. Nachhaltigkeit wird dabei zum Schlüsselkriterium für Attraktivität als Arbeitgeber:

- ➔ Sinnstiftende Arbeit – besonders relevant für die Generation Z
- ➔ Faire Arbeitsbedingungen und transparente Vergütung
- ➔ Chancengleichheit und ein attraktives Umfeld für Frauen
- ➔ Internationale Offenheit (z. B. Sprache, Anerkennung von Abschlüssen)
- ➔ Flexible Arbeitsmodelle (Arbeitszeit, Teilzeit, Homeoffice)

Entscheidend sind nicht Aussagen, sondern glaubwürdige und messbare Maßnahmen.

2. Umsatzpotenziale erschließen
Nachhaltigkeit beeinflusst zunehmend Kaufentscheidungen im Caravaning wie ...

- ➔ Verkauf effizienter und emissionsarmer Fahrzeuge
- ➔ Zusatzgeschäft durch nachhaltige Ausstattung (z. B. Photovoltaik, Autarkie-Lösungen)

- ➔ Beratung zu nachhaltigem Reisen und Stellplätzen
- ➔ Neue Services wie Wartung, Lebensdauerverlängerung und Recycling

Kompetente Beratung in diesen Bereichen kann Umsatz und die Kundenbindung steigern.

3. Zukunft Ihres Betriebs sichern
Nachhaltigkeit stärkt die wirtschaftliche Stabilität und Resilienz Ihres Unternehmens:

- ➔ Bessere Chancen bei Finanzierung und Unternehmensnachfolge
- ➔ Höhere Krisenfestigkeit
- ➔ Wachsende Anforderungen von Banken und Geschäftspartnern
- ➔ Künftig zählt nicht nur die finanzielle Rendite, sondern mehr und mehr der nachweisbare Beitrag zu Umwelt und Gesellschaft
- ➔ Nachvollziehbare Ergebnisse

Ihr konkreter Nutzen

- ➔ Bessere Kreditwürdigkeit durch belastbare Nachhaltigkeitskennzahlen
- ➔ Gezielte CO2-Reduktion mit klaren, messbaren Zielen
- ➔ Effizientere Ressourcenplanung durch Fokus auf relevante Stellschrauben (z. B. Fahrleistung pro Mitarbeitenden)
- ➔ Transparenz über die eigene Leistung durch Branchenvergleiche
- ➔ Mehr Vertrauen bei Kunden, Partnern und Mitarbeitenden
- ➔ Höhere Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit durch nachvollziehbare Ergebnisse

Konkrete Maßnahmen für Nachhaltigkeit im Caravaning-Handel

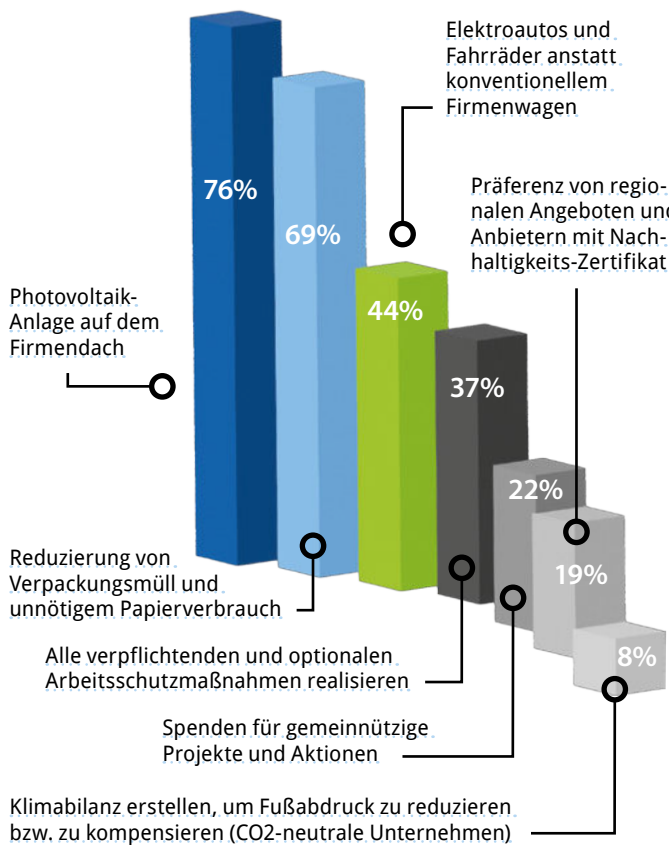


Chart 2: CaraConsult Caravaning Barometer

1. Photovoltaik-Anlage

3 von 4 Händlern gaben laut Caravaning Barometer an, sich mit dem Thema einer Photovoltaik-Anlage auseinandergesetzt zu haben. Dies ist bei den aktuellen Energiepreisen und den relativ günstigen PV-Gestehungskosten ein echter ökonomischer und ökologischer Mehrwert.

Exkurs in die Praxis:

Einige Mitgliedsbetriebe wie z.B. die Burmeister Caravan Center GmbH (480 kW/h Peak) und die GÜMA Caravan-Motorcaravan GmbH & Co. KG (400 kW/h Peak) setzen bereits seit Jahren auf die Energiegewinnung aus ihrer Photovoltaik-Anlage, die zum großen Teil auf den Überdachungen für die Fahrzeugausstellung montiert ist. Mit dieser Leistung können die Betriebe jeweils über 400 Haushalte mit Strom versorgen. Bei Burmeister werden damit 8 Elektroladesäulen für Kunden und den firmeneigenen Fuhrpark versorgt.

2. Reduzierung von Verpackungsmüll und Papierverbrauch

Knapp 70% der Händler beschäftigen sich bereits damit, die Abfallmenge zu reduzieren und auf papierlosen Betrieb umzustellen. Auch hierdurch können Kosten gesenkt und Vorteile für die Umwelt erreicht werden.

Exkurs in die Praxis:

Der DCHV e.V. selbst spart nun dank seiner digitalen Transformation jährlich Hardwarekosten, Leasinggebühren, Papier-, Lager- und Versandkosten in Höhe von rund 40.000 EUR ein. Die o.g. Betriebe Burmeister Caravan Center GmbH und die GÜMA Caravan-Motorcaravan GmbH & Co. KG berichten ebenfalls von jährlichen 5-stelligen Einsparungen durch die Reduzierung von Verpackung und Papier.

3. Nachhaltiges Bauen

Ein Großteil der Emissionen und des Abfallvolumens entsteht durch den Bau von Immobilien. Gerade bei Neubauten und in der Bauphase von Handelsstandorten kann das Thema Nachhaltigkeit umfassend berücksichtigt werden.

Exkurs in die Praxis:

Die Burmeister Caravan Center GmbH und die GÜMA Caravan-Motorcaravan GmbH & Co. KG nutzen für die Wäsche ihrer Fahrzeuge Regenwasser. GÜMA hat eine 60.000 l Zisterne, die Regenwasser in die Waschanlage pumpt und die bei Trockenheit 4-6 Monate ausreicht. Burmeister verfügt über eine 30.000 Liter Zisterne, die Regenwasser in die Waschanlage pumpt und die bei Trockenheit einen Monat ausreicht.