

# DOKUMENTATION – Zusammenfassung

## Kundenbefragung: Camping-Anbieter 2024



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv  
Hamburg, 17. April 2024

# UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT  
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: 040 27 88 91 48 11  
Fax: 040 27 88 91 48 91  
m.hamer@disq.de  
www.disq.de

**Markus Hamer**  
Geschäftsführender  
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT  
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: 040 27 88 91 48 12  
Fax: 040 27 88 91 48 91  
b.moeller@disqmedia.de  
www.disq.de

**Bianca Möller**  
Geschäftsführerin  
DISQ Media

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

<b>Sitz</b>	Hamburg
<b>Gründung</b>	Juni 2006
<b>Ziele</b>	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
<b>Status</b>	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
<b>Ausrichtung</b>	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
<b>Aufgabenfeld</b>	Durchführung von Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
<b>Mitarbeiter</b>	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
<b>Beirat</b>	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Prof. Dr. Michel Clement / Institut für Marketing der Universität Hamburg Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Judith Klose / Vice President Media & Marketing bei Civey
<b>Verantwortung</b>	Klimaschutzprojekte in Partnerschaft mit myclimate und MoorFutures

Der Beirat unterstützt die unabhängige Arbeit und die strategische Weiterentwicklung des DISQ.



**Brigitte Zypries**  
Beiratsvorsitzende  
Ex-Bundesministerin  
für Wirtschaft und  
Energie, davor lang-  
jährige Bundesjustiz-  
ministerin



**Prof. Dr. Michel Clement**  
Inhaber des Lehrstuhls für  
Marketing & Medien am  
Institut für Marketing der  
Universität Hamburg



**Jochen Dietrich**  
Journalist und Experte  
für die Wirtschaftsmagazine  
des Nachrichtensenders ntv



**Judith Klose**  
Vice President Media &  
Marketing beim digitalen  
Markt- und Meinungsforschungsunternehmen Civey

# Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

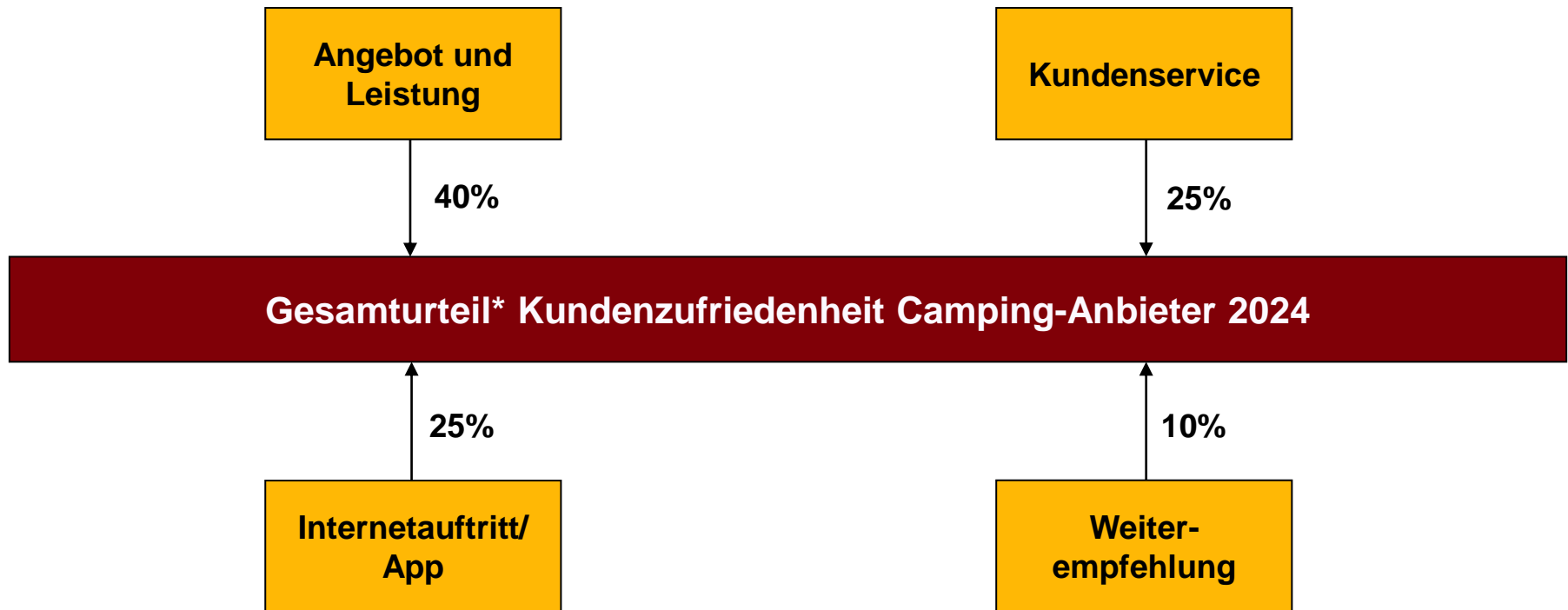
	<b>Seite</b>
<b>1. Zahlen und Fakten zur Studie</b>	<b>6</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>8</b>
<b>3. Die besten Unternehmen</b>	<b>9</b>
<b>4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit</b>	<b>11</b>
Campingplatz-Suche	11
Wohnmobil-/Camper-Sharing	14
Wohnmobil-/Camper-Vermietung	17
<b>5. Stärken und Schwächen der Branche</b>	<b>20</b>
<b>6. Methodik</b>	<b>22</b>
<b>Anhang</b>	<b>26</b>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Auftraggeber</b>	Nachrichtensender ntv
<b>Studienumfang</b>	30 Camping-Anbieter; 26 in der Einzelauswertung, die mindestens 80 Kundenmeinungen erreichten: 9 Anbieter Campingplatz-Suche, 7 Anbieter Wohnmobil-/Camper-Sharing und 10 Anbieter Wohnmobil-/Camper-Vermietung
<b>Studienzeitraum</b>	Oktober 2023 bis April 2024
<b>Befragungszeit</b>	27. November bis 19. Februar 2024
<b>Befragte</b>	Personen (18 Jahre und älter), die in den letzten zwölf Monaten Erfahrungen mit einem Camping-Anbieter gemacht haben
<b>Teilnehmerzahl</b>	n = 2.466 (Campingplatz-Suche: n = 756, Wohnmobil-/Camper-Sharing: n = 588, Wohnmobil-/Camper-Vermietung: n = 1.122)
<b>Kriterien</b>	Angebot und Leistung, Kundenservice, Internetauftritt/App sowie Weiterempfehlung
<b>Erhebung</b>	Kundenbefragung über ein Online-Access-Panel; standardisierter Fragebogen zur Kundenzufriedenheit

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen



\* In die Festlegung der Gewichtungen flossen die Ergebnisse einer linearen Regression sowie die Relevanz der einzelnen Kriterien aus Sicht der Kundinnen und Kunden ein.

# 3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
<b>Gesamturteil Kundenzufriedenheit Campingplatz-Suche</b>	Campingplatz-Suche.com	Vacansoleil	Caravaning.de
Angebot und Leistung	Vacansoleil	Campingplatz-Suche.com	Stellplatz.info
Kundenservice	Campingplatz-Suche.com	Vacanceselect	Camping.info
Internetauftritt/App	Caravaning.de	Eurocamp	Campingplatz-Suche.com, Pincamp
Weiterempfehlung	Campingplatz-Suche.com	Vacansoleil	Caravaning.de
<b>Gesamturteil Kundenzufriedenheit Wohnmobil-/Camper-Sharing</b>	Wobi (Faircamper.de)	Indie Campers	Erento
Angebot und Leistung	Indie Campers	Erento	Paul Camper
Kundenservice	Wobi (Faircamper.de)	Paul Camper	Erento
Internetauftritt/App	Wobi (Faircamper.de)	Paul Camper	Indie Campers
Weiterempfehlung	Wobi (Faircamper.de)	Indie Campers	Erento



# 3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
<b>Gesamturteil Kundenzufriedenheit Wohnmobil-/Camper-Vermietung</b>	<b>Off (Camper Boys)</b>	Roadsurfer	Rent and Travel
Angebot und Leistung	Off (Camper Boys)	Roadsurfer	Reisemobil-Portal.de, Rent and Travel
Kundenservice	Rent and Travel	DRM Deutsche Reisemobil Vermietung	Off (Camper Boys)
Internetauftritt/App	Rent and Travel	Roadsurfer	Off (Camper Boys)
Weiterempfehlung	Roadsurfer	McRent, Rent and Travel	-

# 4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Campingplatz-Suche

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Campingplatz-Suche			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Campingplatz-Suche.com	77,8	gut
2	Vacansoleil	76,5	gut
3	Caravaning.de	76,4	gut
4	Camping.info	76,3	gut
5	Campingplatz.de	76,0	gut
6	Stellplatz.info	75,8	gut
7	Vacanceselect	75,4	gut
8	Eurocamp	75,0	gut
9	Pincamp	74,8	gut
	Gesamt	76,0	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

# 4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Campingplatz-Suche

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Campingplatz-Suche 100%			Angebot und Leistung 40%		Kundenservice 25%		Internetauftritt/ App 25%		Weiter- empfehlung 10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Campingplatz-Suche.com	77,8	2	78,9	1	76,9	3	75,9	1	80,4
2	Vacansoleil	76,5	1	79,2	6	73,8	8	74,1	2	78,6
3	Caravaning.de	76,4	6	77,1	7	73,2	1	78,0	3	78,3
4	Camping.info	76,3	4	78,0	3	75,0	6	75,0	7	75,9
5	Campingplatz.de	76,0	5	77,4	4	74,7	5	75,6	8	75,3
6	Stellplatz.info	75,8	3	78,6	8	72,3	8	74,1	4	77,7
7	Vacanceselect	75,4	8	75,6	2	75,6	7	74,4	5	76,5
8	Eurocamp	75,0	9	73,5	5	74,4	2	77,4	6	76,2
9	Pincamp	74,8	7	76,8	9	70,3	3	75,9	8	75,3
	<b>Gesamt</b>	<b>76,0</b>		<b>77,2</b>		<b>74,0</b>		<b>75,6</b>		<b>77,1</b>

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

# 4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Wohnmobil-/Camper-Sharing

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Wohnmobil-/Camper-Sharing			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Wobi (Faircamper.de)	78,0	gut
2	Indie Campers	77,8	gut
3	Erento	77,4	gut
4	Paul Camper	76,8	gut
5	Campanda	75,5	gut
6	Yescapa	73,9	gut
7	Miet24	73,3	gut
	Gesamt	76,1	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

# 4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Wohnmobil-/Camper-Sharing

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Wohnmobil-/Camper-Sharing 100%			Angebot und Leistung 40%		Kundenservice 25%		Internetauftritt/ App 25%		Weiter- empfehlung 10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	<b>Wobi (Faircamper.de)</b>	<b>78,0</b>	5	76,8	1	78,6	1	78,3	1	81,0
2	<b>Indie Campers</b>	<b>77,8</b>	1	80,4	4	74,7	3	76,5	2	78,9
3	<b>Erento</b>	<b>77,4</b>	2	79,2	3	76,0	4	75,6	3	78,3
4	<b>Paul Camper</b>	<b>76,8</b>	3	77,1	2	76,0	2	77,5	5	75,6
5	<b>Campana</b>	<b>75,5</b>	4	77,1	5	73,4	5	74,4	4	77,1
6	<b>Yescapa</b>	<b>73,9</b>	6	75,6	6	73,0	6	72,0	7	73,8
7	<b>Miet24</b>	<b>73,3</b>	6	75,6	7	71,2	7	71,1	6	75,0
	<b>Gesamt</b>	<b>76,1</b>		<b>77,4</b>		<b>74,7</b>		<b>75,0</b>		<b>77,1</b>

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

# 4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Wohnmobil-/Camper-Vermietung

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Wohnmobil-/Camper-Vermietung			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Off (Camper Boys)	77,9	gut
2	Roadsurfer	77,2	gut
3	Rent and Travel	76,8	gut
4	Reisemobil-Portal.de	76,1	gut
5	Ahorn Rent	76,0	gut
6	McRent	75,4	gut
7	DRM Deutsche Reisemobil Vermietung	75,4	gut
8	Roadfans	75,3	gut
9	Vantopia	73,9	gut
10	Rent Easy	73,1	gut
	Gesamt	75,4	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

# 4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Wohnmobil-/Camper-Vermietung

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Wohnmobil-/Camper-Vermietung			Angebot und Leistung		Kundenservice		Internetauftritt/ App		Weiter- empfehlung	
100%			40%		25%		25%		10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	<b>Off (Camper Boys)</b>	<b>77,9</b>	1	80,2	3	75,3	3	77,2	4	76,9
2	<b>Roadsurfer</b>	<b>77,2</b>	2	78,6	7	74,1	2	77,4	1	79,2
3	<b>Rent and Travel</b>	<b>76,8</b>	3	76,8	1	75,9	1	77,4	2	77,4
4	<b>Reisemobil-Portal.de</b>	<b>76,1</b>	3	76,8	7	74,1	5	77,1	6	75,6
5	<b>Ahorn Rent</b>	<b>76,0</b>	5	76,5	4	74,4	6	76,5	5	76,8
6	<b>McRent</b>	<b>75,4</b>	8	74,7	9	74,0	4	77,1	2	77,4
7	<b>DRM Deutsche Reisemobil Vermietung</b>	<b>75,4</b>	6	75,9	2	75,3	8	74,7	8	75,0
8	<b>Roadfans</b>	<b>75,3</b>	7	75,6	5	74,3	7	75,6	6	75,6
9	<b>Vantopia</b>	<b>73,9</b>	9	73,5	6	74,3	9	74,1	10	74,4
10	<b>Rent Easy</b>	<b>73,1</b>	10	72,3	10	73,2	10	73,4	8	75,0
	<b>Gesamt</b>	<b>75,4</b>		<b>75,7</b>		<b>74,1</b>		<b>75,9</b>		<b>76,2</b>

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

# 6. Methodik

## Untersuchungsumfang

In der Auswertung waren folgende 26 Unternehmen, die von jeweils mindestens 80 Befragungsteilnehmern beurteilt wurden (jeweils in alphabetischer Reihenfolge):

### Campingplatz-Suche

- Camping.info
- Campingplatz.de
- Campingplatz-Suche.com
- Caravaning.de
- Eurocamp
- Pincamp
- Stellplatz.info
- Vacanceselect
- Vacansoleil

### Wohnmobil-/Camper-Sharing

- Campanda
- Erento
- Indie Campers
- Miet24
- Paul Camper
- Wobi (Faircamper.de)
- Yescapa



# 6. Methodik

## Untersuchungsumfang

### Fortsetzung

#### Wohnmobil-/Camper-Vermietung

- Ahorn Rent
- Off (Camper Boys)
- DRM Deutsche Reisemobil Vermietung
- McRent
- Reisemobil-Portal.de
- Rent and Travel
- Rent Easy
- Roadfans
- Roadsurfer
- Vantopia

Weitere Anbieter, zu denen sich weniger als 80 Befragte äußerten, wurden in der Kategorie „Sonstige“ zusammengefasst.

## Fragen

Wie zufrieden sind Sie mit ...

- **Angebot und Leistungen** bei xxx\*?  
(Qualität und Vielfalt der angebotenen Dienstleistung, attraktiver Nutzen des Portals, zum Beispiel bei Vergleichsportalen gute Ergebnisse und Vergleich vieler Anbieter)
- dem **Kundenservice** bei xxx\*?  
(Kontaktmöglichkeiten per Telefon, E-Mail, Chat oder über Social-Media-Kanäle, Reaktionen auf Kundenanfragen wie Wartezeiten am Telefon und auf E-Mails, Freundlichkeit, Beratungskompetenz)
- dem **Internetauftritt/der App** bei xxx\*?  
(Hoher Informationsgehalt der Websites/Apps, Verständlichkeit der Inhalte, einfache Navigation, effiziente Suchfunktionen, Sortier- und Filtermöglichkeiten, gute Übersichtlichkeit und Gestaltung der Seite/App)

\* xxx steht für den zu Beginn der Befragung ausgewählten Camping-Anbieter.

<b>Antwortoptionen</b>	Beurteilung auf einer Skala von „sehr unzufrieden“ (-2) bis „sehr zufrieden“ (+2) sowie die Antwortmöglichkeit „keine Angabe“	
<b>Fallzahlen*</b>	Angebot und Leistung:	n = 2.461
	Kundenservice:	n = 2.326
	Internetauftritt/App:	n = 2.454
<b>Frage</b>	Würden Sie das Unternehmen xxx** guten Gewissens weiterempfehlen?	
<b>Antwortoptionen</b>	Beurteilung auf einer Skala von „nein“ (-2) bis „ja“ (+2)	
<b>Fallzahlen*</b>	n = 2.466	

\* Basis: alle Befragten, n = 2.466. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

\*\* xxx steht für den zu Beginn der Befragung ausgewählten Camping-Anbieter.

	Seite
<b>A. Ergebnisse der Teilbereiche</b>	<b>27</b>
Angebot und Leistung	27
Kundenservice	30
Internetauftritt/App	33
Weiterempfehlung	36
<b>B. Demografie</b>	<b>39</b>
<b>C. Allgemeine Methodik</b>	<b>41</b>
<b>D. Nachhaltigkeit</b>	<b>42</b>

## B. Demografie

Geschlecht	
Männlich	47,4%
Weiblich	52,6%
Divers	0,1%

Bundesländer	
Baden-Württemberg	11,3%
Bayern	11,9%
Berlin	9,2%
Brandenburg	2,9%
Bremen	2,1%
Hamburg	4,7%
Hessen	8,2%
Mecklenburg-Vorpommern	3,3%
Niedersachsen	8,2%
Nordrhein-Westfalen	16,8%
Rheinland-Pfalz	4,3%
Saarland	1,8%
Sachsen	6,0%
Sachsen-Anhalt	2,8%
Schleswig-Holstein	3,5%
Thüringen	3,0%

Alter	
18 bis 19 Jahre	2,6%
20 bis 29 Jahre	17,8%
30 bis 39 Jahre	34,1%
40 bis 49 Jahre	18,8%
50 bis 59 Jahre	15,2%
60 Jahre und älter	11,5%

## B. Demografie

Bildungsabschluss	
(Noch) kein Schulabschluss / noch Schülerin/Schüler an allgemeinbildender Schule	0,9%
Volks-/Grund-/Hauptschule ohne abgeschlossene Lehre/Berufsausbildung	3,8%
Volks-/Grund-/Hauptschule mit abgeschlossener Lehre/Berufsausbildung	14,2%
Mittlere Reife / weiterführende Schule ohne Abitur	23,4%
Abitur / Hochschulreife ohne Studium	24,7%
Studium (Universität, Hochschule, Fachhochschule, Akademie, Polytechnikum)	32,9%

Erwerbsstatus	
Nicht erwerbstätig / arbeitslos	3,9%
Angestellt (Vollzeit)	65,3%
Angestellt (Teilzeit)	11,9%
Selbstständig	8,1%
Schulpflichtig / studierend	3,7%
Pensioniert / in Rente	7,1%

Anzahl im Haushalt lebender Personen	
Eine Person	19,6%
Zwei Personen	34,7%
Drei Personen	20,4%
Vier oder mehr Personen	25,3%

# C. Allgemeine Methodik

## Kundenbefragung

- **Verfahren:** Internetgestütztes Verfahren des Computer Assisted Web Interviewing (CAWI). Die Interviewten füllen die Fragebögen direkt online aus.
- **Analyse:** In der Befragung kommt ein standardisiertes Befragungsinstrument zum Einsatz. Die Zufriedenheitswerte werden branchenübergreifend auf einer Likert-Skala mit fünf Ausprägungen erhoben, die in ein Punktesystem von 0 bis 100 überführt wird.
- **Rekrutierung:** Allgemeine Verbraucherbefragungen basieren auf einem Online-Access-Panel. Spezielle Personengruppen werden dagegen über verschiedene Kontaktwege durch gezielte Ansprache für eine Teilnahme gewonnen.
- **Untersuchungssample:** Das offene Design der Fragebögen gewährleistet, dass jedes Unternehmen/jede Marke der betrachteten Branche in die Untersuchung eingehen kann.
- **Stichprobengröße:** Der Stichprobenumfang einer Kundenbefragung richtet sich nach dem Untersuchungsziel und der Branche. Unternehmen/Marken, welche mindestens 100 bzw. 80 Kundenmeinungen erreichen, werden einzeln ausgewertet.
- **Qualitätskontrolle:** Kontrollfragen und rotierende Elemente im Design des Fragebogens, ausreichende Stichproben, die Prüfung von IP-Adressen und eine sorgfältige Datenbereinigung stellen die Qualität der Ergebnisse sicher.
- **Gesamtergebnis:** In die Festlegung der Gewichtungen fließen die Ergebnisse einer linearen Regression und die Relevanz der Kriterien aus Sicht der Kundinnen und Kunden ein.

# D. Nachhaltigkeit

## Klimaschutz mit myclimate und MoorFutures

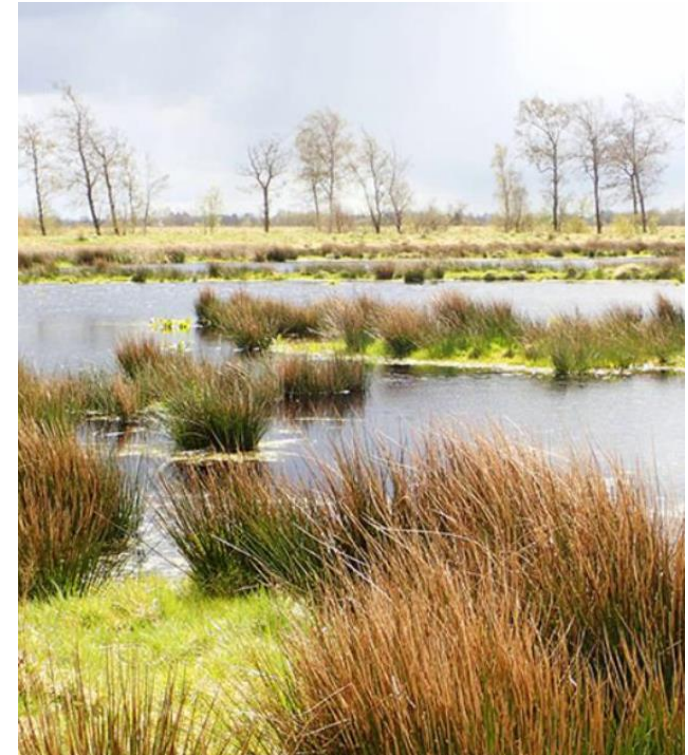


myclimate.org/07-23-221508



# Moor Futures

- Jährliche Berechnung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks des DISQ durch Umweltexperten von myclimate
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung weiterer CO<sub>2</sub>-Reduktionsmaßnahmen
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO<sub>2</sub>-Emissionen in myclimate-Klimaschutzprojekte
- Weiterer Klimaschutzbeitrag zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein (MoorFutures)
- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Klimapositiv durch Klimaschutzprojekte
- Mehr dazu online unter: [disq.de/klima](https://disq.de/klima)



Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein

Fotoquelle: myclimate