

# Der Zukunft voraus

Bayrischer Campingtag 2011  
Zeit für Zukunft, denn diese hat unsere Chancen



J. Gerdum  
07.11.2011



Freude auf die Zukunft



| 3

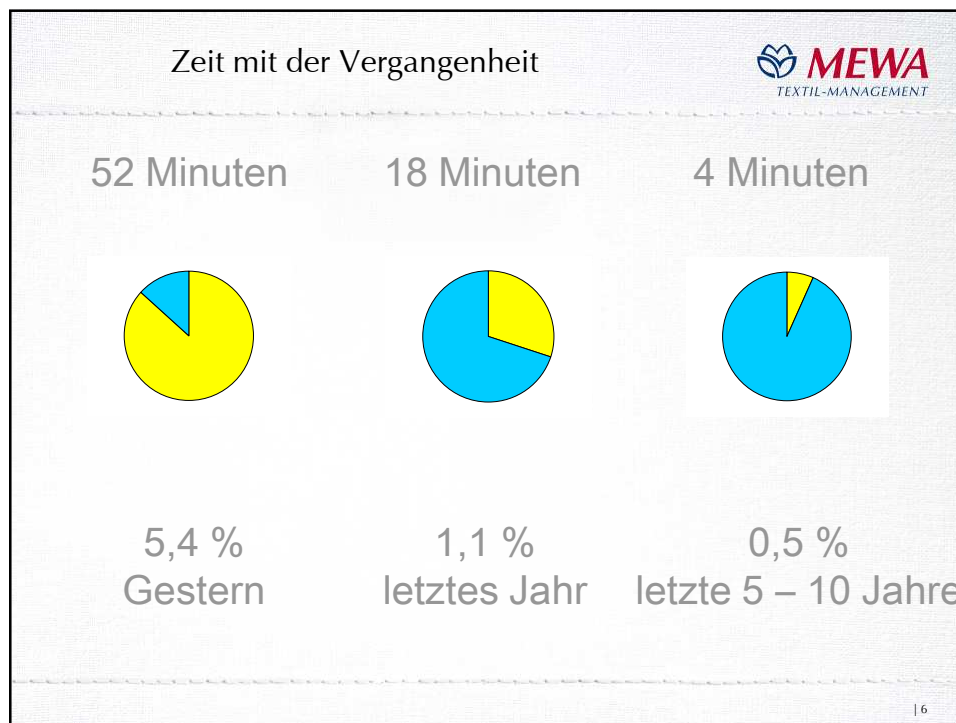
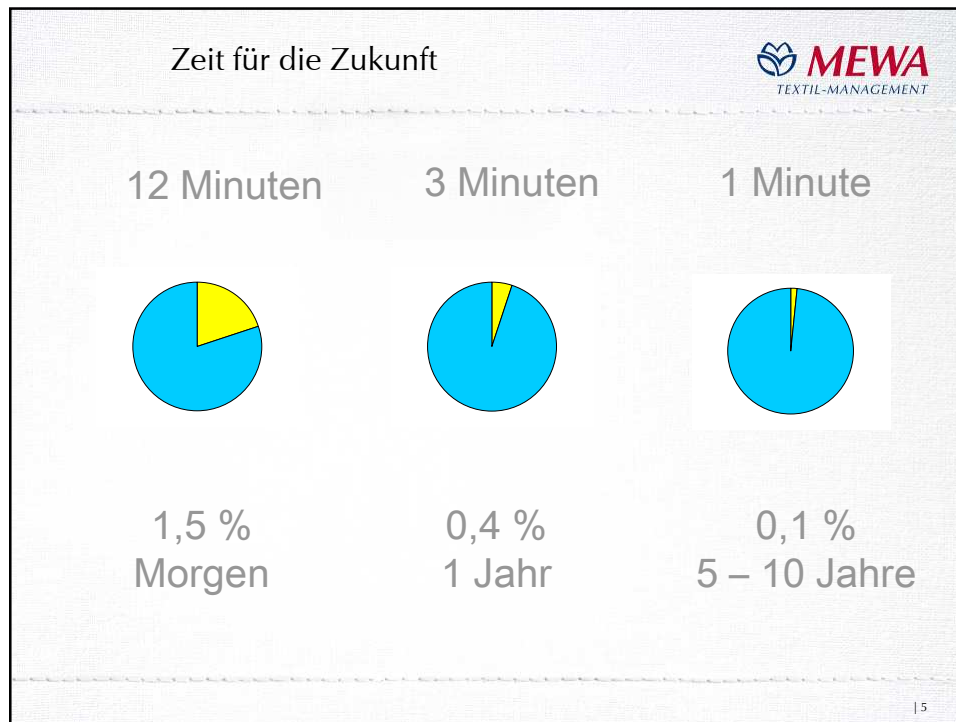
Zeit für die Zukunft

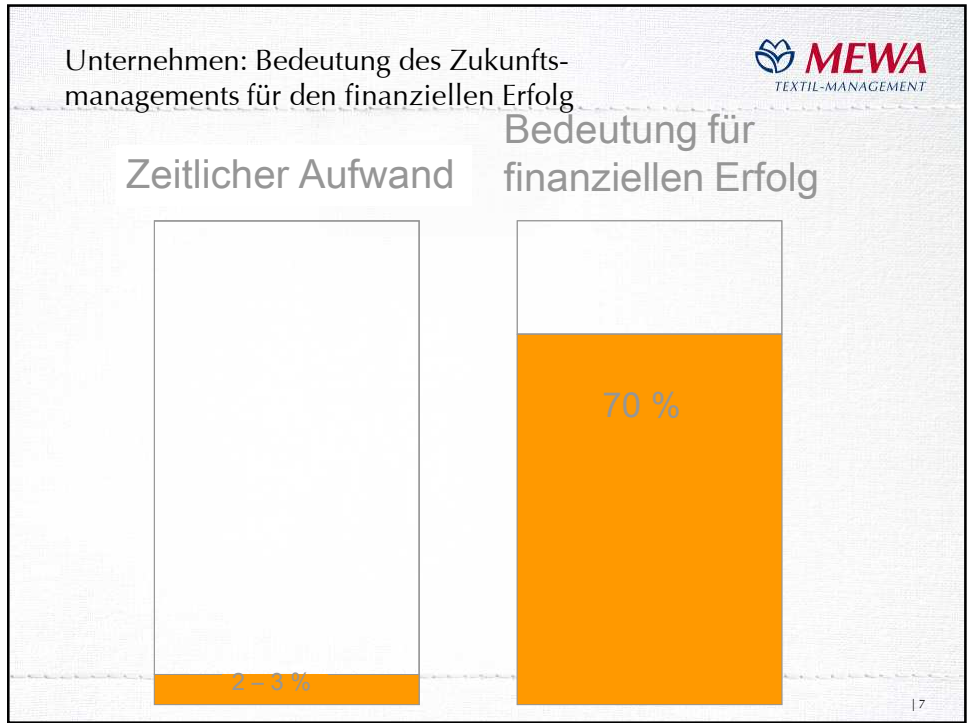


Wie viel Zeit  
am Tag  
beschäftigen  
Sie sich mit  
der Zukunft?




| 4





10 Entwicklungen



1. Zeitalter der ständigen Erreichbarkeit
2. Neue Berufe / Lernen / Zukunft
3. Veränderte Berufsstrukturen
4. Alternde Gesellschaft / Downaging
5. Die Welt wird asiatisch
6. Wachsende Megastädte / Urbanisierung
7. Zeitmangel / Hektik
8. Suche nach sozialer Bindung / Kommunikation / Digitalisiertes Leben
9. Erholungs- und Unterhaltungsbedürfnis
10. Arbeitskräftemangel

| 9

B. Lupe 2020





[ ...zukunft... ]

**2020**

| 10

Gute Nachricht



## Die Branche der Campingplatz- industrie boomt!!



| 11

Arbeitsplatz / Berufe der Zukunft



## Es gibt in 2020 Berufe, an die in 2010 noch niemand gedacht hat!

| 12

Arbeitszeit

MEWA  
TEXTIL-MANAGEMENT

Über Arbeitszeit  
– so wie in 2011 –  
wird nicht mehr  
diskutiert!

- \* Lebensarbeitszeit
- \* Wochenarbeitszeit



| 13

Arbeitende Rentner

MEWA  
TEXTIL-MANAGEMENT

Die Rente ist zwar sicher,  
aber betragsmäßig  
verhältnismäßig gering, d.h.  
die Menschen müssen  
verzichten oder arbeiten.

| 14

## Rentner auf Rasenmäher



Es wird typische Seniorenjobs geben, um die wenigen Vollzeitarbeitenden zu unterstützen.



| 15

## Veränderte Technologien



| 16

Strom

MEWA  
TEXTIL-MANAGEMENT

Experten rechnen mit einer Verdoppelung der weltweiten Stromproduktion bis 2030.



| 17

C - Campingplatz 2020

MEWA  
TEXTIL-MANAGEMENT

Und wie sieht die Branche in 10 Jahren aus?



| 18

1. Markt
2. Wettbewerb zum Campingplatz:  
Hotel, Restaurant, Jugendherbergen,  
Freizeitparks und viele weitere
3. Mehrwert Camping – Wo ist der Mehrwert?

| 19

## Kunden-Zielgruppen

4. Kunden-Zielgruppen  
Zielgruppen zu finden wird noch einfach sein!
  - Jung und/oder alt
  - Kurzzeit und/oder Dauercamper
  - Singles, Paare und/oder Familien mit Kindern
  - Kunden für einfaches „Campen“ bis „Luxuscampingplätze“
  - Deutsche Camper oder internationale Camper
  - Erholungssuchende oder Abenteuerlustige
  - ....
  - ....
  - ....

| 20

## 5. Konzepte

Es werden Konzepte benötigt, die auf die Zielgruppen zugeschnitten sind:

- Wellnesscampingparks
- gemeinsamer Freizeitpark und Campingplatz
- Kindercampingplatz
- Vermietung von festen Campingwagen
- Seniorencampingpark/ -residenz
- Camping als Marke

| 21

## 6. Zusatzangebote

... drehen sich alle um den Bereich Unterhaltung und/oder Anbieten von besonderer Erholung. Es muss etwas Besonderes geboten werden! Die Betreiber von Campingplatzbetrieben müssen deutlich näher an ihren Kunden sein:

- von Disco und Tanz bis Theater und Kabarett
- Abenteuer und / oder Erholung
- Kletterpark und Strand
- Restaurants von einfach bis gehoben
- Gemütliche Lokale zum Entspannen und Genießen
- Massage und Spa
- Räumlichkeiten für Feiern, Seminare, ...
- Einkaufsgelegenheit – vom frischen Salat bis zum Eis
- Einkaufsmöglichkeit „Die fahrende Boutique“
- Bankdienstleistungen
- Anbieten von Kurztrips in Städte und Regionen
- Reinigen der Campingwagen innen und außen
- Bettenservice
- Frühstücksservice
- Kleidungsreinigung

| 22

## 7. Dienstleistungsmentalität / Arbeitsweise

- ... wird sich ändern
- Der Kunde erwartet zunehmend Kundenbetreuung. Er will sich auch beim Camping um nichts mehr kümmern (z.B. Bettenservice, Reinigungsdienste, Frühstücks-, Brötchenservice)

| 23

## 8. Ganzjährigkeit



| 24

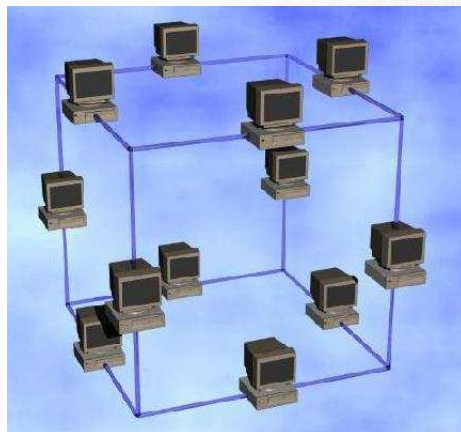
## 9. Soziale Welten

- Der Campingplatz als Treffpunkt sozialer Welten
- Gefunden im Internet und getroffen auf dem Campingplatz - Stellen Sie die Plattform!
- Kunden suchen den sozialen Kontakt.
- Der Campingplatz hat gerade hier eine einmalige Chance, der Einsamkeit der Menschen entgegenzuwirken. Aus der Masse herauszukommen und seine Individualität auszuleben.

| 25

## 11. Vernetzung

Campingplatzunternehmen, Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten werden auf das Engste vernetzt sein.



| 26

## Erscheinungsbild



Sie müssen sich auch optisch besser als der Wettbewerb darstellen

- ... durch das Erscheinungsbild Ihrer Anlage
- ... durch Ihr Erscheinungsbild, durch Kleidung. Der Kunde will Sie sofort erkennen; an der Kleidung Ihre Dienstleistung sehen.
- ... durch das Erscheinungsbild Ihrer Sanitär-anlagen, Ihrer Freizeitangebote, Ihres Restaurants



| 27

## 13. Unternehmenskultur / Philosophie

Wird einen hohen  
Stellenwert bekommen



| 28

14. Mit Leidenschaft in die  
Zukunft



# *Der Zukunft voraus*

Bayrischer Campingtag 2011



Der Zukunft voraus

