



Workshop V

Der Kuchen wächst

Die Vermietung ist der boomende Part beim Camping, aber nicht jedes Angebot zieht. Casper Schönberger, Manfred Lutter, Thomas Stieglitz und Nadine Höppner umrissen das Thema im letzten Workshop.

☞ Der Leiter des Workshops V war Casper Schönberger. Er ist der Geschäftsführer von Mobillux, einem Mobilheimhandel in Luxemburg mit Dependancen in Deutschland und Tschechien. Seine Marke Louisiane gilt als recht innovativreicher Mobilheimhersteller, der es versteht, mit Liebe zum Detail dem Kunden einen hohen Anspruch zu bieten. Beispielhaft nennt er das abgetrennte WC zum Badezimmer oder den Ökopack, bei dem der Strom beim Verlassen und Eintreten des Mobilheims automatisch aus- bzw. eingeschaltet wird.

„Außerdem legt Louisiane großen Wert auf die nachhaltige Produktion ihrer Mobilheime. Um die Umwelt im höchsten Maße zu schützen, sind schon mehrere Mobilheime an Biogas- oder Holzschnitzelanlagen angeschlossen und mit Öko-Gründächern ausgestattet“, führt sich Schönberger ein. Mit wenigen Worten machte er den Teilnehmern den Mund wässrig, hielt sich dann aber vornehm zurück und überließ den Betroffenen das Wort.

In Person zweier Campingunternehmer, Thomas Stieglitz und Manfred Lutter, wurde der wachsende Markt der Vermietobjekte anschaulich dargestellt. Während Stieglitz die positive Entwicklung auf seinem Platz aufzeigte und die Vorteile der Vermietung anschaulich in Bezug auf die Gästeströme darlegte, rechnete Lutter anhand einer Renditeberechnung dem Auditorium die Kosten und Umsätze vor. Ein Raunen ging durch die Reihen des recht gut besuchten Workshops ob der prognostizierten Verdienstmöglichkeiten, aber auch ungläubiges Getuschel über fehlende Parameter, wie Reparaturkosten oder Verwaltungsaufwand, in seiner Berechnung.

Was nützt aber das beste Vermietangebot, wenn man es nicht an den Mann oder die Frau bringt. Vierte im Bunde war daher Nadine Höppner, Deutschland-Präsidentin von Ctoutvert, einer in Frankreich sehr erfolgreichen Internetplattform für die Verwaltung und Vermarktung von Mietangeboten auf Campingplätzen. „Ctoutvert ist quasi ein Vollsortimenter im Internet und kann Campingplätzen alle Dienstleistungen rund um Reservierung, Buchung und Marketing bieten“, so Höppner. Vom Online-Buchungssystem über den Generator von Internet-Traffic bis hin zur Buchungszentrale für Gruppen und dem E-Marketing sowie Tour Operating hat der französische Dienstleister alles im Programm. Secureholiday.net erlaubt, die gesamte Angebotspalette eines Campingunternehmens, alle freien Kapazitäten, alle Preise, alle Sonderangebote und Kundenmeinungen auf verschiedenen Vertriebskanälen zu vermarkten. Der Campingplatzbetreiber entscheidet selbst, ob er eingehende Buchungen annimmt oder ablehnt und welchen Stellplatz oder Unterkunftsplatz er dem Gast letztlich zuteilt.



„Dabei stellt die Online-Buchbarkeit des Platzes auf der eigenen Internetseite das wichtigste Marketinginstrument dar, denn 90 % aller Online-Reservierungen werden auf der Campingplatzseite selbst getätigt“, weiß Höppner. Darüber hinaus ermöglicht das System aber auch, auf Partnerportalen wie ANWB, Alan Rogers, TCS zu erscheinen und von diesen Seiten Weiterleitungen zu erhalten oder sogar direkt gebucht zu werden.

Im Bereich der Online-Buchung hat Ctoutvert mittlerweile zwei Versionen. Für die Standardversion bietet Höppner Campingplatzbetreibern kostenlose Tests bis zum Sommer an, „damit sie sich sowohl mit dem System als auch mit der Thematik Online-Buchung an sich vertraut machen können“. Danach entscheidet der Platz selbst, ob er das Standardsystem behalten oder auf die Web-2.0-optimierte Premium-Variante umsteigen will. Die Premium-Version bietet neben einer ansprechenderen optischen Aufarbeitung auch die Möglichkeit der Vernetzung des Online-Verkaufs mit der eigenen Facebook-Seite. Denn will man die Menschen erreichen, muss man sie dort suchen, wo sie sind! Und an Facebook mit seinen weltweit über 845 Millionen Usern kommt man nicht mehr vorbei.

Neu sind Online-Buchungslösungen für Smartphones. Nach Höppners Erfahrung werden derzeit 10 Prozent aller Besuche einer Campingplatz-Webseite per Smartphone gemacht – Tendenz steigend. Daher seien für Smartphones optimierte Mini-Sites sinnvoll, welche die gleichen Funktionen der Webseite haben: informieren, zum Kaufen animieren und Service bieten.

Ein besonders weit verbreitetes System sei Pay-Per-Click. Es macht den Campingbetrieb simultan auf allen europäischen Partnerportalen sichtbar. „Ein Internetnutzer stellt eine Suchanfrage mit einem bestimmten Datum und bestimmten Auswahlkriterien auf einem unserer Partnerportale. Hat Ihr Betrieb zum angefragten Datum freie Plätze und besitzt die gesuchten Charakteristika, wird Ihr Betrieb mit einem Link zu Ihrer Webseite und der Möglichkeit der Direktbuchung in der Ergebnisliste angezeigt“, umreißt Höppner das Angebot.

Über 2.000 Campingplätze europaweit sind inzwischen bei Ctoutvert vertreten und in Deutschland sind bislang 200 Plätze mit an Bord – natürlich nicht alle mit Mobilheimen von Louisiane.

KONTAKT:

Mobillux, Tel.: 00352-929464, www.mobillux.lu

Ctoutvert, Toulouse, Tel.: 0033-561472353, www.ctoutvert.com