

CampingImpulse 6·24

Das ManagerMagazin für innovative Camping- und Stellplatz-Unternehmer

Report: 9. Norddeutscher Campingtag

Das Netzwerk reift

Standpunkt: Macht die Trenntoilette die Entsorgung unmöglich

Interview: Wie stellen sich Leading Camping für die Zukunft auf?

Einblick: Die neusten Entwicklungen beim Vending



Liebe Leserinnen und Leser,

der 9. Norddeutsche Campingtag war ein voller Erfolg. Das können wir absolut unterschreiben, denn das Gebotene war außergewöhnlich – sowohl bei den Ausstellern als auch bei den Referenten. Es hätte nach Aussagen der NCT-Macher um Knuth Reuter noch außergewöhnlicher werden sollen, denn nicht ohne Hintergedanken wurde der Veranstaltungsort Potsdam vorgezogen – eigentlich wäre Schleswig-Holstein als Schirmherr dran gewesen. Das Kalkül: Mit einem Präsidenten, der Mitglied des Bundestages ist und beste Verbindungen zum Kanzler hat, wollte man ganz großes Kino bereiten. Die Bühne war auch vorbereitet, aber die Umstände nicht. Schon in der ersten Programmversion war es „nur“ der Ministerpräsident des Landes Brandenburg, und letztendlich wurde es der Staatssekretär aus dem Ministerium für Wirtschaft und Energie. Die politischen Umstände im Herbst 2024 sollten es nicht anders zulassen. Sei es drum, die Redner waren hochkarätig und ihr Lob zur Entwicklung der Campingbranche war echt – und dies zu Recht. Die Zahlen, die im Vorfeld bekannt waren und während der Tagung auch immer wieder aufpopten, lassen auch Nicht-Fachleute staunen. Ein Anstieg der Gästezahlen in zehn Jahren um nahezu 100 Prozent, eine Vervielfachung der Umsätze und ein beträchtlicher Anteil am Wirtschaftsfaktor Tourismus ist nicht selbstverständlich. Nun gilt es mit einer gemeinsamen Stimme zu sprechen. Nur wenn sich Camping und Caravaning als Einheit präsentiert, werden politische Gremien auch zuhören. Der Schulterschluss von Düsseldorf zwischen BVCD, CIVD und DCHV war ein wichtiges Zeichen und wird in Zukunft noch viel wichtiger, wenn es gilt, politischen Einfluss zu generieren, um Bürokratie abzubauen, Subventionen zu erhalten und Anerkennung zu erreichen.

Ihr Raymond Eckl

Inhalt

		Seite
INTERVIEW	Norbert van Noesel von Toilettenhersteller Thetford	4
MAGAZIN	Neues aus und für die Branche	6
PANORAMA	Neues von den Campingplätzen	10
REPORT	9. Norddeutscher Campingtag – Netzwerk mit System	14
RATGEBER	Einbau einer Regenwasserzisterne Schritt für Schritt	32
	Fassaden richtig dämmen	34
EINBLICK	Kontor Connect baut WLAN auf dem Campingresort Bayerwald	36
	Was das Campingkaufhaus Campingplätzen bieten kann	38
	Der Weg zur elektronischen Rechnung	39
	Gas to go jederzeit	40
DURCHBLICK	E-Mails abarbeiten mit künstlicher Intelligenz	42
	5 Hochwassermethoden im Faktencheck	44
	Neue Arbeitswelt im Tourismus	45
	Forum Campingtag 2024 – Das Gipfeltreffen im Süden	46
WEITBLICK	Nachhaltiges für die Zukunft des Platzes	48
STANDPUNKT	Quo vadis Trenntoilette?	50
NEUE PRODUKTE	Alles für den Platz	52
ÜBERBLICK	Wer liefert eigentlich Leuchtkästen?	56

Interview mit Norbert van Noesel, Marketing Manager bei Thetford

„Wir sind nicht Mr. Grün – aber Mr. Grüner-als-gestern“

Die Campingszene schießt sich gerade auf die Chemietoiletten ein, und das Angebot an Trockentoiletten überschwemmt scheinbar den Markt. CI sprach mit dem Marktführer Thetford über die derzeitige Situation und den Ruf der Chemietoiletten.



Foto: Thetford

☞ **CI:** Warum haben Chemietoiletten und Chemiezusätze oft so einen schlechten Ruf?

Norbert van Noesel: Eine gute Frage, die ich auch nicht so richtig beantworten kann. Viele Menschen glauben: Natur ist gut, und Chemie ist schlecht. Bei uns im Haus nennen wir das „Chemophobia“. Und dabei ist der Begriff Chemie durchaus auch positiv konnotiert – zum Beispiel in dem Sprichwort „Da stimmt die Chemie“, wenn sich zwei Menschen gut verstehen.

CI: Ist denn nicht eigentlich fast alles Chemie – angefangen von Prozessen im menschlichen Körper über Verbindungen in der Natur bis hin zu künstlich produzierten Mitteln wie Toilettenzusätzen?

Norbert van Noesel: Genau so ist es. Chemie bedeutet in unserem Fall, man bereitet Stoffe so auf, dass sie in einem Produkt ihren Zweck erfüllen. Das geht mit synthetischen, aber genauso auch mit natürlichen Stoffen. Chemie bedeutet deswegen nicht immer, dass etwas unnatürlich ist. Unser Badezimmerreiniger

beispielsweise basiert auf natürlichen Inhaltsstoffen, ist aber chemisch aufbereitet, damit diese auch wirken.

CI: *Das heißt: Chemie ist nicht immer schlecht?*

Norbert van Noesel: Überhaupt nicht – und natürliche Stoffe sind nicht immer gut. Chemie hat uns geholfen, Krankheiten nicht zu übertragen, indem wir unsere Hände mit chemisch hergestellter Seife waschen. Umgekehrt ist Wasser in seiner Basis sehr natürlich, auch Meerwasser. Aber ein Liter Salzwasser an der falschen Stelle – zum Beispiel beim Blumengießen – ist trotzdem extrem schädlich.

CI: *Also müssen wir uns von dem Gedanken verabschieden, dass Natur immer gut ist?*

Norbert van Noesel: Absolut. Ein anderes Beispiel: Eine Zitrone ist natürlich, gesund und ganz bestimmt nicht umweltschädlich. Aber wenn ich mir den Saft ins Auge tropfe, ist die Chance groß, dass ich mindestens ein paar Stunden nichts mehr sehe. Wir machen aber kein Gefahrenzeichen auf die Zitrone, weil ihr Saft nicht in einer Flasche ist. Aber auch die Natur kann sehr gefährlich sein.

CI: *Was bedeutet es denn, wenn auf einem Produkt so etwas steht wie „völlig biologisch“, „rein natürlich“ oder „100 Prozent chemical free“?*

Norbert van Noesel: In den meisten Fällen ist das übertriebenes Marketing. 100 Prozent chemical free müsste ja bedeuten, dass alles, was in der Flasche ist, schon genauso in der Natur vorkam. In vielen Reinigern sind tatsächlich nur natürliche Inhaltsstoffe wie Zitronenextrakt drin – allerdings chemisch aufbereitet, um zu wirken. Das ist dann schon nicht mehr „chemical free“. Und wenn man so etwas liest wie „enthält natürliche Seifen“, dann ist das einfach Quatsch. Ich jedenfalls habe den Baum noch nicht gefunden, von dem man Seife pflücken kann. Seife ist immer chemisch hergestellt aus Öl oder Fetten. Ein Claim wie „100 Prozent biologisch“ ist Unsinn – aber viele Hersteller versprechen eben das, was die Verbraucher gerne hören.

CI: *Gibt es denn keine Instanz, die solch übertriebenes Marketing kontrolliert und verhindert? Oder Kriterien dafür, wann sich ein Produkt biologisch, umweltschonend oder ähnliches nennen darf?*

Norbert van Noesel: Bislang nicht, aber die EU ist dabei, solche Regeln aufzustellen. [Green Claims Directive, Anm. d. Red.] Wir hoffen, dass es damit spätestens 2025 oder 2026 klare Regeln geben wird, was man claimen darf und was nicht.

CI: *Und wie handhabt Thetford solche Marketing-Claims?*

Norbert van Noesel: Wir haben eine Chemieabteilung, die unsere Produkte auf Wirkung und Funktionalität testet. Claimen dürfen wir nur, was wir auch getestet haben. Wir wollen transparent, klar und sauber sein. Was wir claimen, können wir auch beweisen.

CI: *Zurück zu den Chemietoiletten und Zusätzen. Wie groß ist der Einfluss der Toiletten und Chemiezusätze auf die Umwelt denn tatsächlich?*

Norbert van Noesel: Erst mal verbraucht eine Chemietoilette deutlich weniger Wasser als eine Toilette zu Hause – nämlich nur rund fünf Prozent. Das allein ist schon umweltschonend. Die Zusätze wären in ihrer konzentrierten Form, wie sie sich in der Flasche befinden, natürlich umweltschädlich – daher die Gefahrenzeichen. Sobald sie aber mit Wasser und menschlichen Abfällen verdünnt werden, ist ihr Effekt auf die Umwelt komplett

zu vernachlässigen. Auch normale WC-Reiniger für den Hausgebrauch sind häufig nicht biologisch und dürfen dennoch ganz normal ins Abwasser gegeben werden.

CI: *Und was ist der Unterschied zu eurem grünen Toilettenzusatz?*

Norbert van Noesel: Unser grüner Zusatz basiert auf anderen Grundstoffen und kann in abgeschlossenen Klärgruben verwendet werden, das ist der wichtigste Unterschied. Der blaue Zusatz hat die stärkste Geruchsunterdrückung und kann bis zu fünf Tage verwendet werden, beim Grünen empfehlen wir eine Entleerung alle vier Tage. Beide können aber auch zu Hause bedenkenlos in der normalen Toilette entsorgt werden. Dass einige Campingplätze dies verbieten, liegt vor allem an den Gerüchen und der Sauberkeit auf den Toiletten – niemand möchte dort Spritzer von der Kassettenentleerung vorfinden. Unterirdisch fließt aber bei 90 Prozent aller Plätze alles zusammen.

CI: *Wie sieht es mit Zusätzen aus, die rein auf Basis von natürlichen Stoffen, Mikroorganismen und Enzymen arbeiten – kann man damit überhaupt Feststoffe vollständig zersetzen und Gerüche verhindern?*

Norbert van Noesel: Ja, das geht, es kostet aber sehr viel Arbeit, Zeit und Geld. Die in Urin und Stuhl enthaltenen „schlechten“ Bakterien müssten dann durch „gute“ Mikroorganismen zahlenmäßig übertroffen werden – dafür bräuchte man aber sehr viel Produkt, und eine Flasche wäre extrem teuer. Wir reden da von mehr als 100 Euro. In der Theorie ist es möglich, sinnvoll ist es aber nicht. Nahezu alle Produkte, die derzeit als „biologisch“ oder „auf Mikroorganismen basierend“ vermarktet werden, beziehen ihre primäre Wirkung sicherlich nicht aus dem Vorhandensein dieser Enzyme. Dabei handelt es sich hauptsächlich um Marketing, das durch die Green-Claims-Richtlinie zu gegebener Zeit für ungültig erklärt werden wird.

CI: *Was tut Thetford denn alles, um nachhaltiges und umweltschonendes Camping zu ermöglichen?*

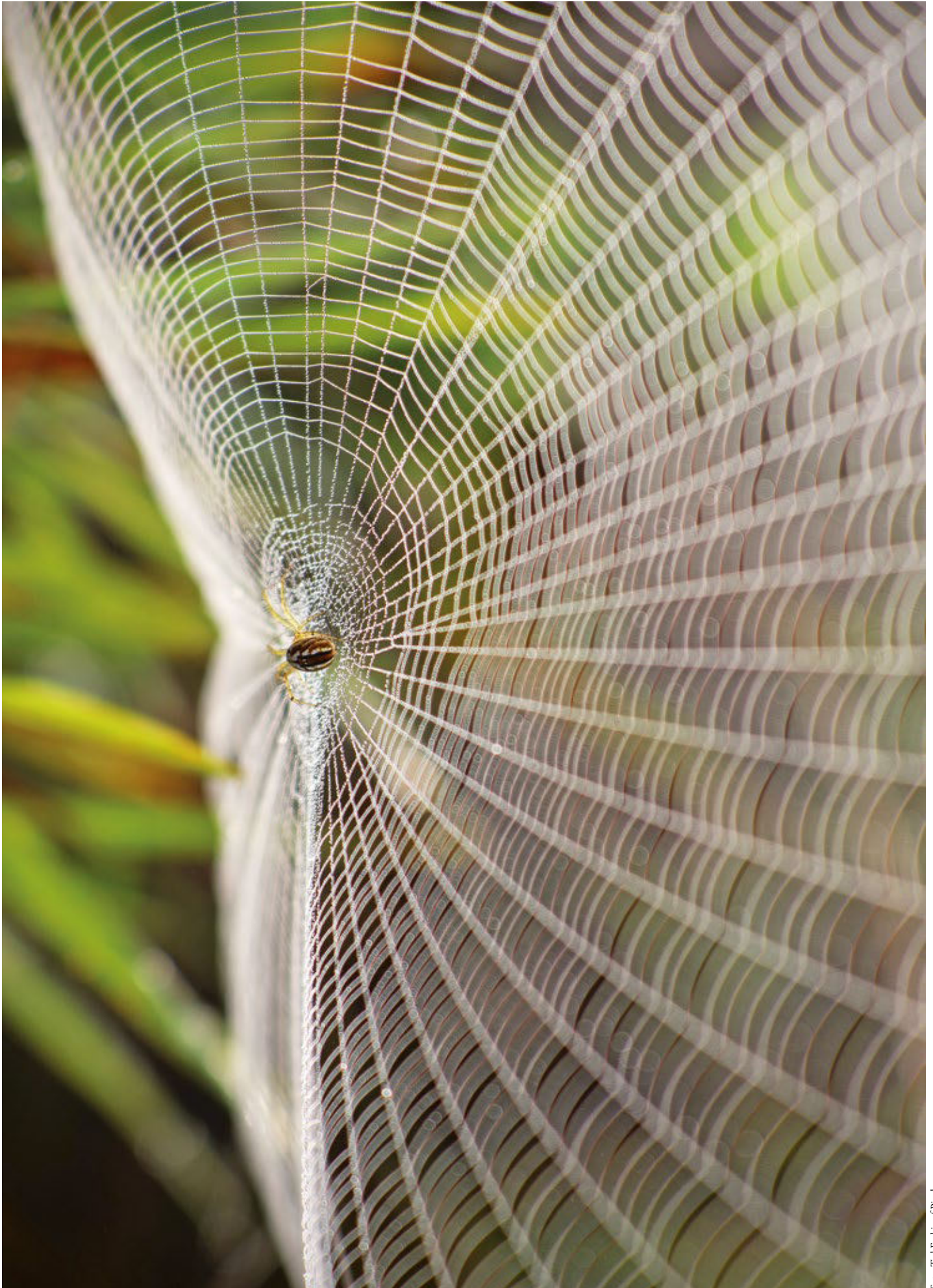
Norbert van Noesel: Wir versuchen in allen Bereichen, jeden Tag etwas grüner zu sein als gestern. Unsere Entwickler experimentieren ständig mit niedrigeren Dosierungen der Inhaltsstoffe und suchen nach Alternativen. Wir reduzieren die Mengen bei Verpackung und Transport – zum Beispiel durch unsere konzentrierten Zusätze. Wir arbeiten daran, dass man die Toilette nicht nach 20, 30 Jahren erneuern muss, indem wir unseren Kunden erklären, wie umweltfreundlich unsere Produkte bereits sind. Mit den richtigen Mitteln und Reinigern hält eine Toilette ein ganzes Caravan-Leben. Und wer seine Toilette doch einmal auffrischen muss, hat mit dem Fresh-Up-Set oder neuerdings dem Twusch-Porzellaneinsatz zwei Möglichkeiten, ohne die Toilette komplett ersetzen zu müssen. Auch das ist Umweltschutz.

CI: *Also ist das Thema Umweltschutz bei Thetford in allen Unternehmensbereichen an der Tagesordnung?*

Norbert van Noesel: Umweltschutz ist ein großes Thema – auch wir wollen die Welt für die nächste Generation so gut wie möglich hinterlassen. Ich würde sagen: Wir sind zwar nicht Mr. Grün – aber Mr. Grüner-als-gestern.

CI: *Vielen Dank für das Gespräch und die offenen Worte.*

Das Interview führte Maren Siepmann.



9. Norddeutscher Campingtag 2024

Netzwerk mit System

Mit dem 9. Campingtag wollte die Branche einen weiteren großen Schritt in Richtung Anerkennung in der Wirtschaft und der Politik tun. Potsdam war eine gute Gelegenheit, das Netz zu spannen.

Von Raymond Eckl

☞ Zum zweiten Mal gastierte der Norddeutsche Campingtag in Potsdam und wie bei der Premiere 2018 war das Kongresshotel am Schwielowsee der ideale Tagungsort. Nunmehr der neunte seiner Zahl und in der Branche nach zehn Jahren mehr als etabliert waren die Erwartungen an den Kongress dementsprechend hoch. Über 100 Aussteller – ein neuer Allzeit-Rekord – waren angereist, um im Foyer und in den Sälen des



Die feierliche Eröffnung des 9. NCT im Kongresshotel Potsdam von Mike Bischoff und Jörg Klofski wurde von 370 Gästen aufmerksam verfolgt.

Kongresshotels ihre Produkte und Dienstleistungen vorzustellen. 370 Besucher waren angemeldet und diese strömten schon am Mittwochmorgen durch die Gänge. „Die angemietete Fläche hat sich gegenüber der ersten Veranstaltung in 2018 verdoppelt“, betonte Jörg Klowski, seines Zeichens zweiter Vorsitzender des Landesverbandes Brandenburg, der, wie im Turnus üblich, der Schirmherr beziehungsweise Gastgeber war. Zahlen, die beeindruckten und die Erwartungen noch höherschraubten. An den beiden Tagungstagen waren Ehrungen, Grußworte und Vorträge avisiert. Letztere hatten oft sperrige Titel und konnten bis auf die Campingerfahrungen einer prominenten NDR-Moderatorin nur schwer eingeordnet werden. Betriebsvergleich, Cybercrime, Künstliche Intelligenz und Recht standen auf der Tagesordnung. „Das kann ja öde werden“, ätzte ein Teilnehmer im Vorfeld – er sollte sich täuschen.

Gute Tradition

Der Abend zuvor war traditionell mit dem Get-together gestartet. Aussteller, die teilweise bis in den späten Abend noch aufbauten, sowie Campingunternehmer mit weiter Anreise trafen sich im Restaurant des Hotels zum lockeren Kennenlernen und Wiedersehen. Die Jungunternehmer des BVCD hielten wie immer gesondert ihr Treffen im kleinen Kreis ab. Netzwerken mit Malte Richey und Katherin Kleingarn war angesagt. Hier gab Oliver Behrens ein Update zum Campnerd und gelang zu dem Fazit, dass Campnerd auf einem guten Weg ist. Desweiteren ist noch diesen Dezember ein Online-Vortrag

für alle Jungunternehmer mit Gabriele Schulze zum Thema Digitalisierung geplant. Und auch die Vorstandswahlen fanden statt, mit dem Ergebnis: Lars Harsveldt (Freizeit-Oasen), Verena Speth (Campingpark Hüttensee) und Katherin Kleingarn (Sprecherin der JU, Insel-Camp Fehmarn), werden bestätigt und Kali Brugger (Camping Brugger) neu gewählt.

Mit etwas Verspätung erfolgte die Begrüßung durch die beiden Moderatoren Claudia Löff-

ler, ihres Zeichens Pressesprecherin des ADAC Berlin Brandenburg, und Dieter Hütte, dem Vizepräsidenten des Deutschen Tourimus Verbandes DTV. Lautstark wurde dann der NCT gestartet und durch die Begrüßung von Mike Bischoff und Jörg Klofski, die beiden Vorsitzenden vom Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland im Land Brandenburg e. V., offiziell eröffnet.

Warme Worte

Das erste Grußwort kam nicht, wie angekündigt, vom Ministerpräsidenten des Landes Brandenburg Dietmar Woidke, sondern von Hendrik Fischer aus dem Wirtschafts- und Tourismus-Ministerium. Der Minister war in der politischen Unruhe des Ampel-Aus und der eigenen Regierungsbildung verständlicherweise mit durchaus wichtigeren Themen als Camping ausgelastet. Fischer schwelgte dafür in der Erfolgsgeschichte Tourismus in Brandenburg – insbesondere eben dem Camping. Außer dem Spreewald, Potsdam und Reinsberg kannte hier vor wenigen Jahren niemand etwas. „Heute prosperiert Tourismus in allen Ecken des Landes“, so der Staatssekretär. Die Campingübernachtungen konnten in zehn Jahren von einer auf 1,6 Millionen gesteigert werden. Tourismus sei ein maßgeblicher Wirtschaftsfaktor im Umland von Berlin geworden und wird auch von der kommenden Landesregierung aktiv unterstützt, versicherte der Staatssekretär.

Der Geschäftsführer des Deutschen Tourismusverbandes, Norbert Kunz, schloss direkt daran an und gratulierte der Branche zum derzeitigen Erfolgsmodell Camping. Explizit an den BVCD-Präsi-

Gipfeltreffen im Süden

Vom 04. bis zum 06.11.2024 traf sich die Campingbranche zum Bayerischen Campingtag am Elbsee. Auch dieses Jahr hielt er wieder spannende Vorträge und die Gelegenheit zum Austausch bereit.

Unter dem neuen Motto „Forum Campingtag 2024 – Das Gipfeltreffen im Süden“ fand dieses Jahr der 18. Bayerische Campingtag statt. Bereits am Vorabend der Veranstaltung kam man bei einem gemeinsamen Abendessen in der Bergmang Alpe in Ruderatshofen zusammen. Mit Einlass am Dienstag im Restaurant Elbsee in Aitrang begann dann auch die Ausstellung. Die Moderatoren Marco Knöpfle und Carmen Schütz-Kegel eröffneten den thematischen, gemeinsamen Part des diesjährigen Campingtages und das erste Wort erhielt die neu gewählte Präsidentin des LCB Simone Strauß.

Außerdem hießen die Gastgeber der Veranstaltung, Familie Martin vom Campingplatz Elbsee, sowie Martin Krüger vom Restaurant Elbsee die Gäste herzlich willkommen.

Gemeinsam stark – Camping und Kommune Hand in Hand

Im Rahmen einer moderierten Podiumsdiskussion tauschten sich der Bürgermeister der Gemeinde Ruderatshofen Johann Stich, BVCD Geschäftsführer Prof. Dr. Frank Schaal, Rechtsanwalt Dr. Bernhard Zeitz und Julia Egger vom Camping Lindlbauer in Inzell zum Thema „Gemeinsam stark – Campingplatz und Kommune Hand in Hand!“ aus. Hier ging es um die Frage, wie sich das Zusammenspiel von Kommunen und Campingplätzen in Deutschland aktuell gestaltet. Deutlich wurde hier, die Kommunen sollen zu keiner Konkurrenz der Campingplätze werden, vielmehr soll ein beidseitiges Verständnis für die Branche geschaffen werden. Der ausdrückliche Wunsch lautet, faire Systemvoraussetzungen zu schaffen, ohne Campingplätze zu benachteiligen sowie die Entbürokratisierung von Campingplätzen voranzutreiben.

Das digitale Restaurant am Campingplatz Elbsee

Von der automatischen Schrankenöffnung via Telegramm App bis zum Bedienroboter „Lucy“ im Restaurant – der Campingplatz Elbsee hat bereits weite Teile seines Campingplatz-Konzepts digitalisiert. Dies schafft nicht nur ein unkompliziertes und innovati-



Rund 100 Campingunternehmer, Gemeinde- und Medienvertreter, politische Wegbegleiter, Aussteller und Interessierte kamen vom 4. bis 6. November 2024 im Rahmen des diesjährigen Formats des Bayerischen Campingtages am Elbsee zusammen.

Fotos: Forum Campingtag

ves Campingerlebnis für den Gast, sondern auch eine deutliche Entlastung für die Mitarbeiter des Betriebs. Bei einem Rundgang über den Platz, konnten sich die Gäste davon ein eigenes Bild verschaffen.

Übergabe

Den Praxisworkshop „Wie geht es weiter? Wer übernimmt meinen Betrieb?“ leiteten Simone Strauß vom Campingparadies Franken, Maximilian Fuchs und

Carmen Schütz-Kegel. Hier wurden nicht nur wirtschaftliche und steuerliche Aspekte der Betriebsübergabe vertieft, sondern auch persönliche Einflussfaktoren aufgezeigt. Das Wichtigste für eine erfolgreiche Fortführung des Betriebes und den Erhalt des Familienfriedens, da waren sich alle einig, ist es, frühzeitig damit anzufangen, sich mit der Thematik auseinanderzusetzen, miteinander zu reden, jedem zuzuhören und gemeinsam die bestmögliche Lösung zu finden.

Gesucht, gefunden, gebucht

Im folgenden Vortrag drehte sich alles um das technische Zusammenspiel von Portalen und dem eigenen Buchungsprogramm für einen Campingplatz. Katharina Gerigk vom Onlinejunglecamp stellte zunächst dar, welche Vorteile eine Online-Buchbarkeit für Campingplätze allgemein mit sich bringt und welche Möglichkeiten auf Basis des feratel Deskline-Systems konkret bestehen, dies umzusetzen. Brigitte Baier vom Campingplatz am Marktler Badensee hat genau auf dieses Konzept vertraut. Für die Implementation der Online-Buchbarkeit definierte sie mit Hilfe von Katharina Gerigk zunächst ein für ihren Campingplatz passendes Kontingent von online buchbaren Plätzen sowie die entsprechenden Preise, definierte weitere Verkaufskonditionen und setzte Sperrdaten. Die darauf abgestimmte Buchungsmaske konnte dann unkompliziert auf ihrer eigenen Website integriert werden.

Wenn der Wetterfrosch aus dem Glas springt

Der Ecocamping-Praxisworkshop stellte Anpassungen an den Klimawandel für Campingplätze in den Vordergrund. Wolfgang

Pfrommer und Marco Knöpfle leiteten durch diesen sehr interaktiven Programmpunkt. Wesentliche Stichpunkte zu den größten klimatischen Herausforderungen lauteten: Dürre, Hochwasser, Starkregen, Hagel.

Alles, was Recht ist

Der zweite Tag startete mit einem Praxisworkshop unter dem Motto: „Alles, was recht ist“. Justiziar des LCBs, Dr. Bernhard Zeitz, gab zunächst einen Überblick über aktuelle Entwicklungen im Rechtsbereich „Dauercamping“. Anschließend ging er auf die Themen finanziell gesicherter Rückbauvereinbarungen wegen fester Anbauten für Dauercamper und die Gasprüfung bei Wohnwagen und Wohnmobilen ein.

Mehr Buchungen, mehr Team

Wie Social Media Marketing und Recruiting die Campingbranche voranbringen kann, erläuterte Karl Brugger vom Camping Brugger am Riegsee in seinem Vortrag. Neben dem eigenen Campingplatz bringt er Erfahrung aus dem Social Media Marketing aus seinem Unternehmen Bluepeak Consulting & Marketing mit. Dort unterstützt er Campingplätze mit maßgeschneidertem Onlinemarketing. Rund 3,6 Mio. Deutsche berücksichtigen Social Media bei ihrer Urlaubsplanung. Diesen Fakt sollten sich laut Karl Brugger touristische Betriebe zunutze machen. Karl Bruggers Tipps lauten: Storytelling und Markenerlebnis schaffen, die Kanäle zur visuellen Inspiration nutzen, saisonale Inhalte posten, Kundenbewertungen für mehr Vertrauen teilen und Angebote und Last-Minute-Buchungen über Social Media veröffentlichen. Werbeanzeigen runden die Strategie für mehr Buchungen ab. Diese sollten in ihrer Ansprache genau auf die Zielgruppe abgestimmt sein, um eine hohe Reichweite und Sichtbarkeit zu erzielen. Weiter sei auch das Thema Employer Branding für Campingplatzbetreiber von großer Bedeutung. Denn um als Campingplatz eine attraktive Arbeitgebermarke mit unverwechselbarer Identität zu verkörpern, Mitarbeiter zu binden und neue zu gewinnen sowie eine positive Außenwirkung zu fördern, sei Social Recruiting unabkömmlich.

Digitaler Mitarbeiter schon eingearbeitet?

Nachdem am letztjährigen Bayerischen Campingtag in Bad Windsheim die KI noch als möglicherweise erfolgsversprechendes Tool für Campingplätze eingeführt wurde, lieferte Dominik Haf dem Publikum mit seinem diesjährigen Vortrag einen ganz konkreten Erfahrungsbericht zum praktischen Umgang mit der KI. Insbesondere berichtete er über den Einsatz von Chatbots auf der Website von Campingplätzen als Teil einer digitalen Zukunft der Kundenkommunikation. In Zeiten, in denen Kunden eine 24/7-Support erwarten, können Chatbots als digitale Mitarbeiter das Personal eines Campingplatzes deutlich entlasten. Gäste wiederum erfahren die gewünschte 24/7-Verfügbarkeit, erhalten schnelle Antworten auf Fragen und finden wesentlich einfacher die gesuchten Informationen.

Zu guter Letzt

Mit der Campingplatz-Besichtigung, diesmal auf dem Via Claudia Camping in Lechbruck am See, ging ein erfolgreicher Bayerischer Campingtag zu Ende, der dem Motto Gipfeltreffen im Süden durchaus gerecht wurde, aber etwas mehr Zuspruch verdient hätte.

*KONTAKT: Camping in Bayern Service & Marketing GmbH,
Im Tal 13, 91278 Pottenstein, Tel.: 09242/1788,
info@camping-in-bayern.info, www.camping-in-bayern.info*



Mit viel Freude an der Sache, führte das Moderatorenteam Marco Knöpfle und Carmen Schütz-Kegel durch die Veranstaltungsreihe.



Was sich die Campingbranche von den Kommunen zur Verbesserung der Verhältnisse wünscht, wurde in der Podiumsdiskussion ersichtlich.



Anke Telle von der Software-Firma Discoverize ging auf das positive Beispiel eines Eintrags auf der Plattform Campingleitsystem Bayern ein.



In den Pausen zwischen den Programmpunkten bestand wie gewohnt die Möglichkeit zum Besuch der begleitenden Messeausstellung.