



Freie Fahrt auf freie  
Stellplätze?



## **Erfolgsfaktoren im Reisemobiltourismus der vergangenen 30 Jahre:**

Spontaneität & Flexibilität – zuletzt in der GfK-Studie 2019

Organisationsprinzip der meisten Stellplätze: „keep it simple“

Hoher Grad an Kundenzufriedenheit mit Lage, Ausstattung und Preisniveau auf vielen Stellplätzen in Deutschland (Peters-Studie)

Hoher Grad in Identifikation mit Stellplatzbetreibern und Touristikern:  
Der Claim „Wir fahren zu Wilfried“ markiert nur die Spitze des Eisbergs



## **Veränderte Marktsituation durch den Neuzulassungs-Boom:**

Unter den Neueinsteigern viele Menschen mit einer anderen touristischen Vita, anderen Vorlieben, anderen Erfahrungen sowie Wünschen und Bedürfnissen, die sie vom Urlaub im Hotel, in Ferienwohnungen, bei Arrangements, oder von Kreuzfahrten her kennen

Gewohnt ist: das Vorhandensein einer Unterkunft und die damit zusammen hängende Sicherheit

Problem: Zu bestimmten Saisonzeiten, in A-Destinationen und bei passenden Rahmenbedingungen (vor allem: Wetter) wird es voll auf Deutschlands Stellplätzen – kann mit dem Stellplatzwunsch kollidieren



**Klartext:** Wir reden in den allermeisten Regionen Deutschlands von wenigen langen Wochenenden im Frühjahr (Ostern, 1. Mai, Pfingsten, Himmelfahrt), von wenigen Wochen in der Hauptsaison sowie auf einigen Stellplätzen auch noch von wenigen Tagen zum Jahreswechsel.

Dann kann es Probleme mit einer sehr grossen Welle von Reisemobilen geben: Angeführt wird diese von einer grossen Zahl von Best Agern, die wie die Berufstätigen die Wochenenden für ihre Kurzreisen vorziehen.

Enormer Drang an Ost- und Nordsee, in die Berge, die attraktivsten Städte – und das auch noch verstärkt an Wochenenden.....

Für Touristiker kaum planbar, da spontan und wetterabhängig



## **Kann die Digitalisierung einen Beitrag zur Entspannung der Stellplatz-Situation leisten?**

Neue Stellplätze schaffen kann sie natürlich nicht. Sie könnte aber vielleicht Gästen und Gastgebern das Leben etwas leichter machen.

Stundenlanges Herumirren nach dem nächsten freien Platz vermeiden helfen. Briefftasche, Nerven und Umwelt schonen.

These: Die Digitalisierung könnte helfen – bei der richtigen Dosis. Ist die Dosis zu hoch, könnte es für den Patienten unangenehm werden.



Sie wird es nicht bei einer rein technologie-basierten Begeisterung für das Mögliche und Machbare – frei nach dem alten Ingenieur-Witz: Warum macht Ihr das denn so kompliziert? Weil wir es können!

Verführerisch: Ein Online-Buchungssystem, evtl sogar mit der gesamten Kapazität des Stellplatzes, erleichtert und beschleunigt das Check-In, in Kombination mit automatischen Einfahrtskontrollen verringert man Personaleinsatz und Abrechnung. Minimaler Einsatz, maximales Ergebnis. Alles gut! Alles gut?

Die Identifikation mit dem Reiseziel und dem Stellplatz allerdings auch. Bei A-Destinationen mag das noch gehen, auf einem Stellplatz im sehr erklärungsbedürftigen ländlichen Raum auch?



Erfahrene Stellplatzbetreiber der ersten Generation fürchten eins wie der Teufel das Weihwasser: den Ruf „immer“ voll belegt zu sein. Das führt nämlich sehr schnell zu zwei Problemen:

1.) Der Stellplatz wird nicht mehr voll. 2) Die Nachbarstadt wacht auf.

Reisemobiltourismus hat viel mit Wasser zu tun. Wenn bisher beliebte Stellplätze „immer“ ausgebucht sind, dann richtet sich der Blick automatisch auf andere Ziele. Im worst case ist dieser Status ein Konjunkturprogramm für Nachbar-Stellplätze oder für aufstrebende neue Destinationen vor der Haustür: Niederlande, Dänemark, Polen.



Die Überdosis am Beispiel B & B: Wie Buchungsportale den Charakter eines verwandten Nischenmarktes verändert haben.

Buchungsportale setzen einen Wettlauf um die „rechtzeitige“ Buchung einer attraktiven Unterkunft in Gang. Erste Anzeichen dafür sind zum Beispiel an der Ostsee zu entdecken. Attraktives Fewos für den Sommer 2020 jetzt schon zu einem guten Teil gebucht.

Übertragen auf unsere Branche stellt sich dann die Killerfrage: Warum überhaupt noch Reisemobil fahren, wenn man den Ostsee-Urlaub ein Jahr vorher buchen muss? Oder eine Rundreise minutiös durchplanen muss? Wo bleibt der Charme? Das Abenteuer? Die Spontaneität?





Bei aller Begeisterung für Technik auch das Rechnen nicht vergessen:

Stellplatz A-Stadt:

10.000 Reisemobile per anno/12 Euro pro Nacht und Mobil

120.000 Euro Umsatz im reinen Übernachtungsbereich

15 Prozent Provision = 18.000 Euro per anno.

Ohne Sonderwünsche wie Ranking Booster etc



Aus Sicht einer Stellplatzorganisation ist es essentiell, die Erfolgsfaktoren des Reisemobiltourismus zu bewahren:

Urlaub mit dem Reisemobil ist ein bewusst gewählter Gegenentwurf zum vor- oder durchorganisierten Urlaub in Hotel oder Ferienwohnung, auf Kreuzfahrtschiff oder bei einer Pauschalreise.

Wenn die Eigner eines Reisemobils das alle gewollt hätten, dann hätten sie das auch haben können – Deutschland und Europa sind voller komfortabler Unterkünfte und attraktiver Arrangements.



Reisemobilitourismus steht – oder fällt – also mit dem Vorhandensein einer dafür gemachten Infrastruktur unterschiedlichster Stellplätze.

Die Stellplatzlandschaft muss so bunt und vielfältig bleiben wie sie ist. Lücken sind zu schliessen, neue Destinationen zu finden.

Der gefürchtete deutsche Drang zum Perfektionismus, zum Durchorganisieren ohne Rücksicht auf Verluste, der sollte besser draussen bleiben. Überdosis 2: Parzellenscharfes Buchen!

Keep it simple!



TopPlatz sucht nach einem System, das:

- die Erfolgsfaktoren aus dem Reisemobiltourismus bewahrt
- die Unterschiedlichkeit in der Trägerschaft der Stellplätze und
- die unterschiedlichen technischen Standards vor Ort berücksichtigt
- das wirtschaftlich darstellbar ist für Stellplätze jeder Kapazität
- das von Gast wie Gastgeber gleichermaßen leicht und schnell zu bedienen ist und die Interessen beider Seiten berücksichtigt



- die unterschiedlichen technischen Standards vor Ort berücksichtigt
- nicht auf eine bestimmte Software vor Ort festgelegt ist
- Keine selbstverliebten Technikspielereien (teuer, anfällig)
- das einen hohen Grad an Zuverlässigkeit bietet
- Und das auf eine maximale Zahl von älteren Stellplätzen anwendbar ist und nicht nur bei den im Bau befindlichen Komfort-Stellplätzen



Als Klammer für diese Forderungen bietet sich ein „Werkzeug“ an, das unter Gastgebern wie Gästen weit verbreitet ist: das Smartphone.

Logischerweise fällt der Blick damit auf die kostenlose App von TopPlatz (vorgestellt im Winter 2018, offensiv beworben seit Januar 2019)

Die App präsentiert die 134 TopPlätze in 7 Ländern zurzeit in 7 Modulen, im Mittelpunkt stehen natürlich die Hardware (Konzeption, Ausstattung, Gebühren), aber auch weiche Faktoren wie z. B. in der Gästekarte inkludierte Extras, Arrangements für Stellplatzgäste, Events, Gutscheine.



Destination Management: In der TopPlatz-App stellen wir direkt nach dem Caravan-Salon die „Stellplatz-Ampel“ live – ein kostenloser Service für unsere Stellplatzpartner wie auch für unsere Gäste.

Funktioniert nach dem Vorbild Verkehrsampel:

Grün: alles gut, noch 75 Prozent der Stellplatzkapazität frei

Gelb: Achtung, nur noch 25 Prozent der Stellplatzkapazität frei

Rot: Der Stellplatz ist belegt



Zusätzliche Textfenster ergänzen die Statusmeldungen bei Gelb und Rot

Gelb: Hinweis auf Ausweichflächen oder ähnliche Angebote

Rot: Hinweis auf den nächsten TopPlatz

Die Ampelschaltungen kann der Stellplatzbetreiber auf seinem eigenen Smartphone selbstständig durchführen – ohne Rücksprache mit der TopPlatz-Zentrale. Die Inhalte in den Textfenstern werden zuvor gemeinsam festgelegt und formuliert.





TopPlatz arbeitet gern nach dem Prinzip „Jeder kann, keiner muss“

Das gilt für die Stellplatz-Ampel Stufe 1, aber auch für die Stufe 2:  
Buchungsanfragen aus der App auf das Smartphone des Betreibers.

Wohlgemerkt: Anfragen und diese auch nur für den gleichen Tag. Wir wollen ganz bewusst keinen Wettlauf um die früheste Buchung für die nächste Hochsaison auslösen.



Mit einer Testgruppe von TopPlätzen gehen wir mit der Version 1.0 sofort nach dem Caravan-Salon in die ausklingende Saison 2019.

Ziel: Erfahrungen der Stellplatzbetreiber und der Gäste sammeln und auswerten, Bekanntheitsgrad schaffen, System optimieren und dann zur Hauptsaison 2020 mit einer deutlich vergrößerten Zahl an TopPlätzen die Version 2.0 aufspielen.

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**