

# „Schafft euch ein Profil!“

*Klaus Egger hat zwei Jobs: Er betreibt den LernCamping® Moosbauer in Bozen, Südtirol, und ist Rhetorik-Profi, schreibt Reden für Politiker und Unternehmer, hält Vorträge, macht Coaching. CI hat mit dem 34-Jährigen über Konzepte und Profile gesprochen.*

Interview: Rainer Schneekloth



**CI:** Was macht mehr Spaß – einen Campingplatz zu führen oder Reden zu halten?

**Klaus Egger:** Beides mache ich mit Leidenschaft und beides ergänzt sich interessanterweise. Ein Campingplatz ist nämlich ein ideales Feld, um Kommunikation ständig zu üben und zu verbessern. Jeden Kunden individuell mit seinen Bedürfnissen abzuholen, auch mal bei kritischen Situationen wertschätzend argumentieren.

**CI:** Sie haben das LernCamping® erfunden und gleichzeitig schützen lassen. Was wollen Sie damit erreichen?

**Egger:** Keine Schule. Da hat es schließlich keinen Spaß gemacht (lacht). Nein, bei uns sollen die Gäste im Urlaub bereichert werden. Wir haben mit diesem Konzept die Möglichkeit, den Gästen auf unterhaltsame, informative und lockere Art Südtirol und seine Themen in all seinen Facetten zu vermitteln. Wir informieren über die Sprache, Kultur, Natur, Politik, Geschichte, die Menschen sowie das Leben und Genießen in Südtirol. Dafür gestalteten wir viele Schautafeln, entwickelten das erste LernSanitärgebäude und veranstalten regelmäßig Themenabende auf dem Platz – von einer Lesung über Vorführung von traditionellem Handwerk bis zum Kochkurs mit Südtiroler Spezialitäten.

**CI:** Was war Ihre Triebfeder?

**Egger:** Erst einmal die Lust auf Veränderung, etwas zu bewegen, sich weiter zu positionieren. Wir sind überzeugt, dass der Gast das Recht hat zu wissen, was ihn erwartet. Und je besser und deutlicher mein Profil ist, desto mehr kann der Gast wählen und entscheiden. Eventuell auch gegen uns, aber das ist immer das Risiko bei einer Profilierung. Das „Everybody's-Darling-Geschäft“ funktioniert meiner Meinung nach nicht mehr, oder zumindest nicht mehr lange.

**CI:** Glauben Sie nicht, dass der Gast LernCamping® als etwas Oktroiertes empfindet, als etwas, was ihm aufgedrückt wird?

**Egger:** Würden wir die Gäste zu den Veranstaltungen und zum Lesen von unseren Infotafeln zwingen, dann könnte das natürlich passieren. Und schlechte Beispiele gibt es ja leider genug, wie in gewissen Clubs, wo man keine fünf Minuten ruhig in der Sonne liegen kann, ohne dass sofort jemand kommt und einem irgendeine Animation „aufs Auge drücken“ will. Bei uns wird kein Gast zu etwas genötigt, wir bieten es unverbindlich an. Das ist auch bewusst so geplant bei diesem Konzept.

**CI:** Was bedeuten Innovationen für Sie?

**Egger:** Für mich bedeuten Innovationen nicht nur, irgendetwas Neues zu schaffen, sondern, im Gegensatz zu einer Erfindung, auch in bestehendem Denken und Strukturen Neuerungen einzuführen. Hier bedarf es aber einer Strategie dafür. Innovationen fallen nicht einfach vom Himmel. Wir haben auf unserem Platz einige Instrumente eingeführt, welche es uns ermöglichten, die Sicht von außen, von anderen Menschen in unsere Überlegungen einfließen zu lassen. Ansonsten sieht man oft den Wald vor lauter Bäumen nicht und

dreht sich ständig im Kreis. Innovationen wollen strategisch gefördert und gefordert werden. Das geht nicht von einem Tag auf den anderen, aber es funktioniert, wenn man dranbleibt.

**CI:** Kommt ein Camp ohne ein Konzept überhaupt noch aus?

**Egger:** Das hängt auch vom Umfeld ab. Es gibt große italienische, auch deutsche Plätze, die das nicht brauchen, oder vielleicht müsste man auch sagen, noch nicht brauchen. Weil sie ein ganz anderes Publikum haben. Gerade, wenn die Plätze am Meer liegen oder andere äußerliche Attraktionen die Gäste anziehen, reduziert sich die Notwendigkeit, als Platz selbst aufzufallen. Anlagen, die den Anschluss zum See oder Ähnliches nicht haben, sollten sich aber bald etwas einfallen lassen.

**CI:** Wenn Sie sich international umschauen, was würden Sie sagen, fehlt vielen Campingplatzbetreibern?

**Egger:** Professionalität. Ein kleiner Teil entwickelt sich weiter, der andere dümpelt so irgendwie vor sich hin. In der heutigen Zeit kann ich nicht einfach stehen bleiben und hoffen, dass die Gäste schon irgendwie kommen. Da muss ich etwas tun dafür.

**CI:** Was raten Sie denen?

**Egger:** Schafft euch ein Profil, geht einen neuen Weg. Denkt um oder quer oder beides. Ich weiß, das ist leichter gesagt als getan, aber nur jammern hilft auch nicht. Die traurige Wahrheit in unserer Branche ist, dass die Profilierung bei vielen Kollegen schon ein Schritt zuviel ist. Wenn ich oftmals selbst bei Kollegen anrufe, und das Telefonat beginnt von der anderen Seite schon mit einer launischen Stimme am Telefon, dann ist klar, dass wir da zuerst über Grundkenntnisse in professioneller Gästebetreuung reden müssen, bevor wir über Profil reden können. Plätze, die sich über ihr Qualitätsmanagement Gedanken machen, sind da auf dem richtigen Weg. Da ist das Thema Weiterbildung, welches es anzugehen gilt.

**CI:** Sie haben Unternehmer gecoacht. In welchen Bereichen sehen Sie die größten Defizite?

**Egger:** Zuallererst im Bewusstsein, dass jeder einzelne Campingunternehmer dazu beitragen muss, dass diese Branche aus dem „Zeltplatz-Billig-Urlaub“ rauskommt. Dass wir stolz sein sollen auf diese Form des Urlaubs. Dazu ist aber kontinuierliche Pressearbeit notwendig. Zweitens müssen wir uns mit den Grundkenntnissen jeder guten Betriebsführung auseinander setzen: Beschwerdemanagement, Gästebetreuung, effiziente Verwaltung, sprich Anfragenmanagement, ganz wichtig Mitarbeiterführung, Controlling, das heißt Kenntnis der eigenen Betriebszahlen, Grundkenntnisse des Marketing. Wenn diese Punkte auf einem soliden Boden stehen, beginnt die Arbeit für die Profilierung, die Positionierung eines Betriebes.

KONTAKT:

Camping Moosbauer, Klaus Egger,  
I-39000 Bozen, Tel.: 0039-0471/918492, [www.moosbauer.com](http://www.moosbauer.com)