

CampingImpulse

Das ManagerMagazin für innovative Campingunternehmer 3_2019

Ratgeber:

Betriebliche Gesundheitsförderung –
weniger Fehlzeiten, mehr Leistung



Netze knüpfen, spannen und nutzen

Kooperation als Schlüssel zum Erfolg. Dies zeigt sich am Beispiel von Camping Wirthshof in Markdorf. Der Platz arbeitet eng mit der Gemeinde und deren Institutionen wie Turn- und Tanzvereinen zusammen, um gemeinsame Aktionen zu starten und neue Gäste zu generieren.

☞ Mit Kooperationen lassen sich viele Dinge erreichen. Oberstes Ziel: Synergien zu schaffen und so durch die Einbindung eines Partners die gesteckten Unternehmensziele schneller und effizienter zu erreichen. Auch um Kosten zu sparen. Die wichtigsten Ziele sind dabei: neue Gäste und Zielgruppen zu gewinnen. Aber auch Mehrwerte für bestehende Gäste zu schaffen.

Als Beispiel dafür steht Camping Wirthshof in Markdorf, unweit des Bodensees. Ein Familienbetrieb wie er im Buche steht. Nach dem frühen Tod des Vaters setzte Seniorchefin Maria Wirth auf den eigenen Stamm und übertrug den Kindern beizeiten Verantwortung. Sohn Claudius fungiert seit zehn Jahren als Geschäftsführer.

Jede Woche trifft sich die Familie zum Meeting. Die Inhalte gehen alle an, da die verschiedenen Bereiche und Angebote ineinandergreifen. Stefanie Wirth leitet den Wellnessbereich im dazugehörigen Hotel: „Wir versuchen an einem Strang zu ziehen, um den Betrieb weiter nach vorne zu bringen.“ Tochter Katja, eine diplomierte Sportwissenschaftlerin, führt den Komplex Bewegung. Ihr Leitspruch: „Verwöhne deinen Körper, damit sich deine Seele wohlfühlt, darin zu wohnen.“ Andreas, gelernter Koch und nun ebenfalls Geschäftsführer, managt die platzeigene Gastronomie: „Wir setzen stärker auf frische und regionale Produkte, passen entsprechend unser gastronomisches Angebot an.“

Inhaltlich fußt der Wirthshof also auf den drei Säulen Ernährung, Bewegung und Regeneration, die sich zu einem Oberbegriff vereinen, zu dem alle Bereiche passen: Gesundheit.

Ein Megatrend. Aber dafür gab's in der Region Bodensee noch keine Plattform. Katja Eberle: „Das wollten wir ändern.“

Sie gilt als Initiatorin der ersten Gesundheitswochen. Das war im Jahr 2015. Die Infrastruktur dafür bot Camping Wirthshof. Und was als Aktion eines einzigen Betriebs begann, zog kurze Zeit später



Katja Eberle vom Camping Wirthshof (vorne rechts) gilt als Initiatorin der Gesundheitswochen. Mittlerweile haben sich 33 Betriebe zusammengeschlossen. Sie organisieren Workshops und Sportveranstaltungen, machen den Bodenseekreis und Markdorf überregional bekannt.

33 Unternehmen nach sich – Heilpraktiker- und Arzt-Praxen, Restaurants, Parfümerien und Apotheken. Entsprechend verlagerte sich das Veranstaltungsterrain auf die gesamte Stadt Markdorf. Katja Eberle erklärt: „Wir nutzen das vorhandene Potenzial, bündeln es durch Kooperationen und machen es so sichtbar. Auf diese Weise entsteht eine Plattform, von der Anbieter, Einheimische und Urlaubsgäste gleichermaßen profitieren.“

Der örtliche Turnverein Markdorf beschloss in einer Vorstandssitzung im Jahr 2017, dass Urlaubsgäste, eingeschlossen Camper, das ganze Jahr kostenlos am Kursangebot des Vereins teilnehmen dürfen. Er sieht sich als Impulsgeber für ein bewegtes Leben und Belebung der deutschen Vereinskultur. Davon profitiert auch der Wirthshof: Trainer kommen auf den Platz, bilden eine Laufgruppe mit Campern und starten – ohne Anmeldung, spontan und kostenlos.

Nicht allein Campinggäste, sondern alle Urlauber in der Region sollen angesprochen werden. Und das ganzjährig. Dies spricht sich herum, über die Region hinaus. Damit lautet das langfristige Ziel, auch im Winterhalbjahr mehr Übernachtungsgäste zu generieren.

Die Markdorfer Gesundheitswochen gingen in diesem Jahr in die sechste Runde, avancierten zu einer festen Größe im Veranstaltungskalender. Und wieder einmal ist es dem Markdorf-Marketing gelungen, eine Fülle von verschiedenen Angeboten mit Vorträgen und Schnupperangeboten zu den Themen Ernährung, Prävention und Sport zusammenzustellen. Mehr als 60 Workshops, Vorträge und sportliche Programmpunkte wurden in diesem Jahr organisiert – zum Beispiel die „beweglichen Mittagspausen“ mit Trainern des Turnvereins. In den vergangenen Jahren hieß ein Hauptthema beispielsweise: „Rückenfit an der frischen Luft“.

Wenn es um den Rücken geht, wird am Wirthshof Mobilität und Kraft beim Reaktiv-Walking trainiert. Aber nicht nur da: Wie man

den Rücken in der Mittagspause fit hält, zeigt der Turnverein Markdorf, Treffpunkt ist bei SAP in der Dornierstraße. Den Rücken mit verschiedenen Übungen stärken, kann man auf dem Trimm-Dich-Pfad an der Turnerhütte, mit Outdoor-Fitness endet der Tag. Wie eng Rücken und Gesundheit zusammenhängen, wird in der Stadthalle bei verschiedenen kurzen Vorträgen verdeutlicht. Seit Beginn dabei sind die Panda- und die Bären-Apotheke. In diesem Jahr gab es einen Vortrag, bei dem pflanzliche Arzneimittel im Mittelpunkt standen. Dabei wurden verschiedene Anwendungsmöglichkeiten bei der Selbstmedikation und auch in Ergänzung zur klassischen Schulmedizin vorgestellt.

Im Optikhaus Hammer wurde über Brillen für Bildschirm-Arbeitsplätze informiert. Dabei ging es um die speziellen Sehbedürfnisse des einzelnen Brillenträgers.

„Es ist etwas Besonderes in der Region, dass es in Markdorf gelungen ist, eine solche Vielzahl von Angeboten von Heilpraktikern und Therapeuten, von Dienstleistern mit gesundheitsfördernden Maßnahmen, Apotheken, Optikern, Hörgeräteakustikern und Vereinen für die Bürger zusammenzustellen“, erklärt Lucie Fieber von Markdorf-Marketing.

Und jedes Jahr werden es mehr. Erstmals mit dabei war der Tennisclub Markdorf, der ein Schnupperjahr zum Kennenlernen auf seinen Plätzen am Gehrenberg anbot. Ebenso präsentierte die Volkshochschule Bodenseekreis an einem Nachmittag ihr Angebot im Bereich Gesundheitskurse. Dabei konnte man Entspannung, Rückengymnastik und „Deep Work“-Fitness ausprobieren. Ebenfalls neu dabei waren Herzens-Gut & Hübsch sowie die Salzoase in der Marktstraße.

Neben einem Spezialthema gab es während der Gesundheitswochen vielfältige Angebote zu Bewegung, Ernährung, Beauty und Prävention. Neu dabei war die Tanzfabrik Bodensee mit einem Tag der offenen Tür, an dem verschiedene Schnupperkurse stattfanden. Einen Tanztag veranstaltete der Turnverein im Gymnastikraum vom Camping Wirthshof.

Auch ein Ausgleich: Yoga. Damit tut man nicht nur etwas für die Bewegung, sondern auch für seine Seele. Im Rahmen der Gesundheitswochen gab es einen Yoga-Tag auf dem Wirthshof.

Ein wichtiger Faktor für den Erfolg einer Kooperation ist ein kreatives und innovatives Konzept. Wichtig ist dabei, dem Gast einen wahrnehmbaren Mehrwert zu bieten. Denn erst wenn auch der Camper durch die Kooperation einen Mehrwert erhält, wird diese für die beteiligten Unternehmen zu einem Erfolg. Wer etwas Neues wagt, hebt sich so unter Umständen von der Masse ab.

Die gemeinsame Operation sollte so gestaltet sein, dass sie eine Win-Win-Situation für die beteiligten Partner wie auch für die Gäste bietet. Eine Kooperation ist nur dann erfolgreich, wenn sie für beide Partner ein Erfolg ist. Wenn nur ein Partner von der Kooperation profitiert, wird sie nicht langfristig bestehen.

Eine Kooperation zu managen, ist ein komplexer Prozess. Ihr Kerngedanke ist ein Geben und Nehmen. Jeder Partner sollte sich auch in die Perspektive des anderen versetzen, um dessen Bedürfnisse und Erwartungen zu verstehen. Alle Teilnehmer müssen an einem Strang ziehen und über die relevanten Prozessschritte informiert sein. Binden Sie alle Beteiligten in Ihrem Unternehmen in die Planung der Kooperation ein.

Bei richtiger Vorbereitung und sorgfältiger gemeinsamer Arbeit profitieren alle Beteiligten von einer Kooperation. Voraussetzung ist natürlich, dass der Ertrag der Zusammenarbeit höher ist als der Aufwand dafür. Darum ist es wichtig zu wissen, was eine Kooperation ausmacht, wie sie auf den Weg gebracht werden kann und was dazu



Training unter der Streuobstwiese neben dem Campingplatz. Nicht nur Camper nehmen teil, auch Einheimische aus dem Ort.



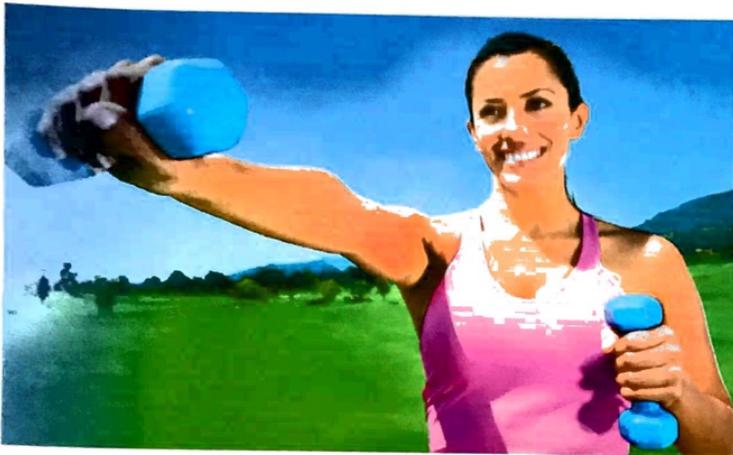
Neben einem Spezialthema gibt es während der Gesundheitswochen vielfältige Angebote zu Bewegung, Ernährung, Beauty und Prävention.



Fit im Wasser. Aquafit heißt das Programm auf dem Wirthshof, der sich mit seinen Themenwochen ein Alleinstellungsmerkmal geschaffen hat.



Eine Broschüre mit Veranstaltungsplan, die das Markdorf-Marketing erstellt, erreicht alle Haushalte in der Stadt. Ein Weiteres tut Social Media.



Inhaltlich fußt Camping Wirthshof auf drei Säulen – Ernährung, Bewegung und Regeneration.



Die Kooperation sollte so gestaltet sein, dass sie eine Win-Win-Situation für die beteiligten Partner wie auch für die Gäste bietet. Sie ist nur dann erfolgreich, wenn sie für beide Partner ein Erfolg ist.



Ideengeber: Der Turnverein bildet nur ein Zahnrad des Ganzen. Er hat Angebote aus verschiedenen Bereichen der Leichtathletik und Freizeit zusammengestellt und eine „bewegte Mittagspause“ geschaffen.



Ein wichtiger Faktor für den Erfolg einer Kooperation ist ein kreatives und innovatives Konzept.

gehört, um sie zum Erfolg zu führen. Die beste Kooperation wird nicht erfolgreich sein, wenn niemand davon erfährt. Stichwort Vermarktung. Hier sollte man alle Kommunikationsmittel nutzen, über die man selbst und die Kooperationspartner verfügen. Insbesondere über Onlinekanäle und Social Media lässt sich die gemeinsame Zielgruppe kosteneffizient erreichen. Im Bodenseekreis rührt auch das Markdorf-Marketing kräftig die Werbetrömmel.

Vorteile für die Stadt und die Region:

- Die Gesundheit steht vor Ort, nebenher, in der Mittagspause, am Abend oder am Wochenende nachhaltig im Bewusstsein der teilnehmenden Einwohner.
- Das Miteinander steht im Vordergrund. So wird das Gemein- und Vereinswesen gefördert.
- Die Gäste werben zu Hause bei Freunden und Bekannten für die Urlaubsdestination.
- Stadt und Region werden nach innen und außen attraktiver.
- Es entsteht eine sympathische wirtschaftliche Kraft in der Stadt und in der Region.

Vorteile für den Campinggast:

- In schöner Umgebung gibt es individuelle und meist kostenlose Gesundheitsangebote. Damit ist die Überwindung des „inneren Schweinehundes“ gering.
- Der Gast kann selbstbestimmt am Programm teilnehmen.
- Es besteht die Möglichkeit, sich während des Urlaubs durchchecken zu lassen und eine zweite Meinung einzuholen.
- Die Gäste sind zufriedener, gesünder und glücklicher.

Vorteile für Camping Wirthshof:

- Gäste binden sich an den Urlaubsort. Es entsteht Sympathie und Begeisterung für das Unternehmen.
- Bessere Auslastung der ganzjährig geöffneten Bereiche Aktiv, Wellness und Genuss – langfristig höhere Übernachtungszahlen.
- Pakete und Arrangements zu den Thementagen sind schnell geschnürt. Es kooperieren und profitieren alle Bereiche.
- Ein Großteil des Marketings übernimmt die Stadt (z. B. Pressearbeit, Broschüren).
- Stadtmarketing ist neutrale Plattform, Veranstalter und Ansprechpartner für die Leistungsträger/Anbieter.
- Die kostenlose Infrastruktur-Plattform wird von Vereinen und Experten genutzt. Keine Kosten für Trainerhonorare oder Seminare.
- Ganzjährige Angebote, Events und Netzwerke entstehen.
- Wahrnehmung als professioneller Wellness-, Genuss- und Aktivdienstleister bei Einheimischen und Gästen.

Katja Eberles Vision scheint sich zu bewahrheiten: Die Bodenseeregion hat sich zu einer führenden Gesundheitsdestination entwickelt und der Wirthshof zu einer der ersten Anlauf-Adressen für gesundheitsbewusste Camper.

Rainer Schneekloth

KONTAKT:

Camping Wirthshof, Steibensteg 10, 88677 Markdorf,
Tel.: 07544/96270, info@wirthshof.de, www.wirthshof.de

Diese Art von Kooperationen gibt es

Der Begriff „Kooperation“ lässt sich sehr weit auslegen und umfasst die unterschiedlichsten Formen der Zusammenarbeit. Grundsätzlich versteht man darunter die Situation, dass sich zwei oder mehr Unternehmen zusammenschließen, um ein gemeinsames Ziel zu verfolgen.



Wie genau die Zusammenarbeit der Unternehmen ausgestaltet ist, kann man nicht allgemein sagen. Es können lockere Absprachen sein oder vertraglich fixierte Regelungen. Die Kooperation kann sich auf einen kurzen Zeitraum beziehen oder auf unbestimmte Zeit vereinbart sein.

Vor- und Nachteile von Kooperation

Unternehmen kooperieren nicht ohne Grund. Sie erhoffen sich entscheidende Vorteile im Wettbewerb. Die wichtigsten Argumente für eine Kooperation sind:

- Chance auf dauerhaft größere Marktanteile
- Hoffnung auf steigende Umsätze (kurz- und langfristig)
- Ausweitung der eigenen Zielgruppe und Kundschaft
- Schnellere Ergebnisse als bei getrennten Maßnahmen

Allerdings gilt es auch die Nachteile abzuwägen:

- Kosten und Aufwand durch regelmäßige Abstimmungen
- Man muss zu Eingeständnissen bereit sein, damit die Kooperation funktioniert
- Jedes Unternehmen muss einige interne Informationen preisgeben
- Unternehmen sind in gewissem Umfang vom Partner abhängig
- Der Erfolg einer Kooperation kann nicht sicher vorhergesagt werden

Formen der Kooperation mit Beispielen

Kooperationen zwischen Unternehmen werden in verschiedene Kategorien eingeteilt:

- horizontale Kooperation
- vertikale Kooperation
- laterale bzw. diagonale Kooperation

Was bedeutet horizontale Kooperation?

Eine horizontale Kooperation kommt dann zustande, wenn zwei Unternehmen auf derselben Stufe der Wertschöpfungskette zusammenarbeiten. Vereinfacht bedeutet das: Ein Campingplatzbetreiber arbeitet mit einem anderen Campingplatzbetreiber zusammen. Die Unternehmen machen also grundsätzlich das gleiche und schließen sich zusammen, um gemeinsame Ziele zu erreichen. Beispiel: Um Kosten zu sparen, engagieren zwei benachbarte Campingunternehmer dieselbe Animationstruppe. Sie einigen sich lediglich, wann wer wo auftritt.

Was bedeutet vertikale Kooperation?

Neben der horizontalen gibt es auch die vertikale Kooperation. In diesem Fall schließen sich zwei Unternehmen zusammen, die auf unterschiedlichen Stufen der Wertschöpfungskette stehen. Beispiel: Ein Campingplatzbetreiber bietet in den Wintermonaten einen Sonder-Service – etwa, dass Truma-Techniker vor Ort erscheinen.

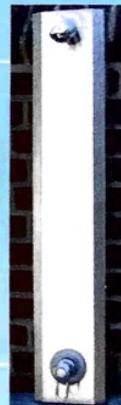
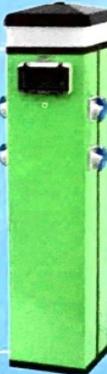
Was bedeutet diagonale bzw. laterale Kooperation?

Beide Begriffe bezeichnen exakt das gleiche. Hier geht es nicht um die Unterschiede in der Wertschöpfungskette, sondern um die Branche der Unternehmen. Wenn beide Unternehmen aus verschiedenen Branchen stammen und trotzdem zusammenarbeiten, handelt es sich um eine laterale bzw. diagonale Kooperation. Beispiel: Ein Campingplatzbetreiber mit Sitz in einer ländlichen Gegend schließt eine Vereinbarung mit dem lokalen Taxiunternehmen: günstige Preise und jederzeit erreichbare Wagen, dafür fahren alle Gäste ausschließlich mit dessen Taxis.



Stromverteilung - Schränke und Säulen

Edelstahl, verschiedene Varianten lieferbar:
» Münzbetrieb
» Fernauslese
» LAN/WLAN
» Optional auch pulverbeschichtet



Elektronisch gesteuerte Duschen

Für kostenpflichtiges Duschen

Das CABINA-Trennwandsystem

Lassen Sie sich von der hohen Qualität überzeugen.



Natürliche Entkeimung

Einfache Montage – große Wirkung: die alegi-Anlage. Zuverlässige Entkeimung beginnt jetzt!



Weitere Infos:
www.metsch-technik.de

METSCH Technik UG
D-30900 Wedemark
Tel. +49(0)5130/8041