

# OPLEVELSER I FØRERSÆDET

## KG-CAMPING

**VIRKSOMHED** / KG-Camping

**WWW** / kg-camping.dk

**DATO** / April 2014

**FORFATTERE** / Kiki Mikkelsen, SDU og Pia Storvang, SDU

### OM D2i

**D2i - Design to innovate er et udviklingsprogram, som har til formål at styrke danske virksomheders konkurrenceevne gennem brugen af design. I tilknytning til programmet gennemføres en række analyser, der samlet set skal styrke og udvikle det vidensgrundlag, som D2i arbejder på. I dette arbejde indgår at belyse danske virksomheders designpraksis, det vil sige deres forståelse af design og måden, hvorpå de anvender - eller ikke anvender - design. Casebeskrivelserne giver et indblik i nogle af de muligheder og udfordringer, virksomhederne står over for, hvis design skal gøre en forskel for dem.**

2014 © D2i – Design to innovate

Når man kører ad motorvejen ved Kolding C, kan man ikke undgå at se de prægtige faciliteter, KG-Camping har solet sig i, siden de flyttede dertil i 2009. KG-Camping er en af Syddanmarks største campingforhandlere og blev i efteråret 2013 også godkendt som campingværksted. KG-Camping samarbejder med mange forskellige leverandører af campingvogne og fortælte og har desuden alt, hvad campistens hjerte måtte begære af campingudstyr.

Flytningen til de nye, store faciliteter er en del af KG-Campings vækststrategi. Som led i den nye vækststrategi opsøgte KG-Camping i 2012 D2i - Design to innovate for at deltage i de udbudte Design Updates. Det medførte, at de fik lyst til at gennemgå en D2i-designkonsultation med fokus på forretningsudvikling gennem brugen af design. Konkret har den gennemførte workshop i forbindelse med konsultationen omhandlet studier af butikkens kunder gennem forskellige brugerstudier. Det har blandt andet givet en masse nye værktøjer og metoder til at håndtere de forskellige udfordringer, som virksomheden måtte støde på. Ligeledes gav workshoppen KG-Camping noget meget værdifuldt, nemlig en helt ny tilgang til deres kunders behov. Anette Gravgaard, administrerende direktør ved KG-Camping, fortæller:

*"Lige da vi var færdige med workshoppen, der var der rigtig mange ting, hvor vi tænkte, "hvad gør vi egentlig her?" Så vi besluttede*

*at tage det i små etaper. Men jeg synes, vi har fået meget ud af at være med. Når jeg går rundt nu, så tænker jeg mere over, hvordan kunderne ser os med andre øjne, end vi gør, det synes jeg, at jeg tænker mere over nu."*

Også rent indretningsmæssigt går KG-Camping fra workshoppen med blod på tanden. Anita Holtehus fra salg og vejledning fortæller:

*"Workshoppen gav os nogle øjenåbnere. For eksempel tænker jeg meget på, at jeg får noget farve ind, når jeg skal lave et eller andet. Vi har lige fået noget tape, fordi vi skal have lavet nogle hinkeruder på gulvet, og det er i stærke farver. Så skal der ligge poser på gulvet, som børnene kan bruge, hvis de har lyst til at hinke. Og det, synes jeg, er super fedt. Det havde vi ikke fået, hvis ikke vi havde været af sted. Så på den måde er vi blevet mere modige."*

Udover det nye mod er der i dag også mere fokus på at skabe oplevelser for kunderne, når de besøger butikken, bl.a. ved at skabe naturlige campingmiljøer. Det gør sig gældende både i forhold til de voksne og deres børn, fortæller Anita Holtehus:

*"Vi vil lave noget mere til børnene, altså have noget dekoration på væggene deromme bagved, sådan noget natur et-eller-andet vil vi have derovre, og så vil vi så ellers have et spilleområde, og der har vi gang i nogle leverandører, så det er egentlig der, den hænger lidt nu. Og så har vi snakket om, at vi vil have, at det bliver ligesom en campingplads, hvor vi kan få noget græs på og sådan noget. Og der har vi også gang i en leverandør."*

At være en del af D2i's workshop har givet KG-Camping en masse nye ideer til, hvordan de kan udvikle deres forretning. Men vigtigst af alt, så har virksomheden udviklet sig til at være mere nysgerrig og eksperimenterende end før.



Foto: KG-Camping

## NETVÆRKSARRANGEMENTER

Denne nysgerrighed har blandt andet betydet, at Anette Gravgaard sammen med D2i på SDU har taget initiativ til at starte en række netværksarrangementer omkring Business-to-Customer (B2C) problematikker. Anette Gravgaards erfaring fra deltagelse i andre netværksarrangementer var, at der ofte alene var fokus på Business-to-Business (B2B) problematikker. Derfor var det svært at opnå den ønskede sparring samt at få omsat den nye viden til en B2C-kontekst – en kontekst med nogle fundamentalt anderledes udfordringer. Til netværksarrangementerne blev forskellige B2C-virksomheder med lignende udfordringer inviteret til at deltage. Med udgangspunkt i de deltagende virksomheders behov blev der med brug af designmetoder og -værktøjer for eksempel arbejdet med udvikling af events og markedsføring, herunder online markedsføring og hjemmesider. Også butiksinretning og branding har været et tema. De deltagende virksomheder har haft meget gavn af at arbejde med ligesindede, og i dag kører de således videre som et selvstændigt netværk, hvor de skiftes til at planlægge og afholde møder.

## UDFORDRINGER HOS KG-CAMPING

Som mange andre brancher blev også campingbranchen ramt af den økonomiske krise, hvilket har givet KG-Camping udfordringer. Anette Gravgaard fortæller:

*"Campingbranchen er gået tilbage specielt på de nye vogne, der er gået over 63 eller 64 % tilbage, i forhold til da det gik rigtig stærkt. Og det kan godt mærkes. Og lige nu ser det ud til, at den går længere tilbage på de nye vogne. Vi er heldigvis ikke gået så meget tilbage, for så havde vi nok ikke været her i dag."*

Rent strategisk gav denne tilbagegang en udfordring, specielt set i lyset af, at virksomheden havde store vækstdrømme, da de i 2009 flyttede ind i de nye lokaler. Anette Gravgaard fortæller:

*"Vi vidste egentlig godt, at der på et eller andet tidspunkt kom en krise. Vi havde bare ikke set den komme den dag, vi flyttede ind i de nye lokaler, for det gjorde den faktisk. Den kom, mens vi flyttede. Der opdagede vi den så ikke lige. Men det var derfor, vi lavede så stort et værksted."*



KG Camping har i hele forløbet med D2i gjort en dyd ud af at have forskellige typer af medarbejdere med i processen for derigennem at lade de lærte designmetoder brede sig ud i arbejdsprocesserne i virksomheden. Med afsæt i det, de har lært gennem workshops og på netværksarrangementer, har de i en travl hverdag valgt at fokusere på de største udfordringer, nemlig at planlægge og evaluere på de projekter, der sættes i gang. Ofte er tiden knap, og fokus ligger på drift. Det er således en udfordring at kunne veksle mellem drift og udvikling, en udfordring som KG-Camping vil arbejde målrettet på at håndtere.

Således vil KG-Camping fokusere på at skabe vækst og udvikling i fremtiden og ikke mindst skabe mindeværdige oplevelser for deres kunder, når de kommer i butikken i Kolding. Dette gør sig gældende, hvad enten kunden skal købe en brugt eller en ny vogn, have repareret sin vogn eller købe det sidste nye indenfor campingudstyr.