



Studie zu Camping und Caravaning — 28.05.2020

## Camping liegt im Trend

**Neue Studie untersucht erstmals den boomenden Caravaning-Markt in allen Facetten. Auch die ersten Corona-Effekte auf das Camping werden berücksichtigt.**

Der Markt für Reisemobile und Caravans boomt seit Jahren. Camping- und Stellplatz-Betreiber haben reagiert: Viele Plätze sind inzwischen ganzjährig geöffnet und im Sommer oft ausgebucht. Selbst Weingüter und Bauernhöfe haben sich auf die neue Klientel eingerichtet und die Caravan-Messen haben Festival-Charakter. Camping ist "in".

Immer mehr Camper und ein immer breiteres Angebot stellen Hersteller, Handel und die Anbieter von Camping- bzw. Stellplätzen aber auch vor viele Herausforderungen. Eine umfassende Masterstudie zum deutschen Wachstumsmarkt – herausgegeben von der gsr Unternehmensberatung und puls Marktforschung in Zusammenarbeit mit dem Fachmagazin AUTO BILD REISEMOBIL sowie der Nürnberger Versicherung und der Kroschke-Gruppe – will Entscheidern in Wirtschaft und Politik wertvolle Informationen liefern und berücksichtigt dabei die Corona-Effekte.

Doch wie wird sich das Geschäft genau entwickeln? Erstmals bietet die Studie einen umfassenden Blick auf die Zielgruppe aus Besitzern, Mietern und Interessierten, auf die Hersteller, auf Produkte und Dienstleistungen sowie auf das Nutzungsverhalten und die dafür gewählten Camping- und Stellplätze. "Mit einer hohen Stichprobe sowie einem umfassenden Fragenkatalog betrachten wir diesen spannenden Markt aus verschiedenen

Perspektiven und werden ein sehr detailliertes Bild zur Zukunft darstellen können", so Niklas Haupt, Partner von puls Marktforschung in Nürnberg. "Die Studie ist seit einigen Monaten in Vorbereitung und wird nun durch den Erhebungszeitraum im Juni die Effekte von Corona aufzeigen, was ganz sicher für viele Planer von erheblichem Mehrwert ist."

Neben einer ausführlichen Betrachtung der Zielgruppe steht auch das Nutzerverhalten im Mittelpunkt und bietet Aufschluss für Investoren, Planer und politische Entscheider in den Tourismusregionen. "Die attraktiven Plätze sind oft voll und dies wird zu einem Problem für die Branche", so Rainer Strobel, Geschäftsführer der gsr Unternehmensberatung GmbH. "Das Geschäft kann sich nur dann positiv weiterentwickeln, wenn auch die Einrichtungen zur Verfügung stehen. Hier sehen wir eine große Chance für den Tourismus in Deutschland insgesamt." Die Studie wird im Sommer vorgestellt. Interessierte finden weitere Informationen im Online-Angebot der puls Marktforschung GmbH.

Quelle: [https://www.autobild.de/artikel/studie-zu-camping-und-caravaning-16890401.html?utm\\_source=browser&utm\\_medium=push-notification&utm\\_campaign=cleverpush-1590677859](https://www.autobild.de/artikel/studie-zu-camping-und-caravaning-16890401.html?utm_source=browser&utm_medium=push-notification&utm_campaign=cleverpush-1590677859)