

Nürnberg/Augsburg, 30. September 2020 (Version 2)

## **Nicht nur durch Corona: Über 18 Millionen Deutsche beschäftigen sich mit Wohnwagen und Reisemobil**

### **Neue Studie gibt Aufschluss über boomenden Caravaning-Markt**

- Immer mehr Fahrzeuge, kaum mehr Campingplätze
- Großes Potenzial für Industrie, Dienstleister und Tourismus in Deutschland
- Caravaning-Urlauber werden jünger und kommen zunehmend aus der Stadt
- Deutschland als Urlaubsziel besonders gefragt

Im Sommer gab es vielerorts ein Ringen um verfügbare Campingplätze – die Deutschen waren in den eigenen vier Wänden auf Rädern unterwegs an die Küsten, Flussufer und Panoramaplätze im eigenen Land. Der Caravaning-Boom hat durch die Corona-Pandemie einen weiteren, kräftigen Schub erfahren und entsprechend wurde es eng in der Hochsaison. Die erste „Masterstudie Caravans und Reisemobile in Deutschland“ soll das Potenzial und die mit dem Wachstum verbundenen Herausforderungen präzisieren. Heute haben die Experten von *puls* Marktforschung und der *gsr* Unternehmensberatung die Studie vorgestellt.

Die bisher größte veröffentlichte Befragung ihrer Art in Deutschland zum Thema Reisemobile und Wohnwagen bestätigt das große Interesse: Über 18 Millionen Menschen in Deutschland beschäftigen sich in irgendeiner Weise mit Caravaning – sei es als Besitzer, Mieter oder mit der Absicht zum Kauf oder zur Miete eines Reisemobils oder Wohnwagens in nächster Zeit. Damit dürfte die Zahl der Fahrzeuge weiter steigen: Das Kraftfahrtbundesamt bezifferte zum Stichtag 31.12.2019 die zugelassenen Wohnwagen und Reisemobile auf über 1,3 Millionen. Insbesondere Reisemobile finden immer mehr Freude: Seit 2017 ist der Bestand um über 25 Prozent gewachsen und im laufenden Jahr wurden bis Ende August bereits 56.700 Fahrzeuge neu zugelassen – mehr als im gesamten Jahr 2019. Bei den Wohnwagen ist die Entwicklung deutlich zurückhaltender. Per Ende August wurden mit 22.321 Caravans nur rund 2,3 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum zugelassen.

### **Bewusster reisen, etwas Neues ausprobieren**

Wie nachhaltig der Trend zum Caravaning ist, wird die Folgestudie in 2021 genau aufzeigen. Allerdings gibt es bereits jetzt einige starke Indikatoren bei den Caravaning-Urlaubern in diesem Jahr: Mehr als jeder Dritte gibt die Corona-Pandemie als Motivation an, bei den Mietern ist es sogar jeder Zweite. Auch die weiteren Gründe

## PRESSEMITTEILUNG

(bei Mehrfachnennung) geben Aufschluss: Unter anderem wollen 22 Prozent bewusst nicht mehr mit dem Flugzeug/Schiff reisen, bis zu 29 Prozent der Urlauber mit Kaufabsicht geben ökologische Gründe an. Insgesamt zeigen die Ergebnisse der Studie in den Details, dass sich eine völlig neue Zielgruppe dem Caravanning zuwendet. Die am Caravanning Interessierten sind mit 44 Jahren im Schnitt deutlich jünger als es das „Gartenzwerg-Image“ vermuten lässt. Dies spiegelt sich auch in einem immer breiteren Angebot für nahezu jeden Geschmack und Geldbeutel wider. Apropos Budget: Für die Anschaffung eines Reisemobils (neu und gebraucht) wurden laut Angaben der Befragten im Durchschnitt in den letzten Jahren 31.234 Euro investiert, für einen Wohnwagen waren es 12.884 Euro. Von sehr großer Bedeutung ist das Geschäft mit Mietfahrzeugen. Bis zu 50 Prozent der Caravanning-affinen geben an, innerhalb der nächsten 12 Monate ein Fahrzeug mieten zu wollen, dafür werden im Durchschnitt 100 Euro je Tag investiert. Hinzuzurechnen sind 533 Euro pro Urlaubswoche und Person, welche als Urlaubskasse eingeplant werden. Besitzer geben zudem noch jährlich zwischen 500 (Wohnwagen) und 1.000 Euro (Reisemobile) für diverses Zubehör aus.

Die Studie gibt detaillierten Aufschluss über alle Aspekte für eine Entscheidung zu Kauf oder Miete – von den Informationskanälen, den Kosten für Nutzung, Versicherung und Wartung bis hin zu den Erwartungen an Produkte und Prozesse sowie deren Erfüllung. „Wir wissen genau, welche Marken die Menschen kennen und was sie suchen, wie zufrieden sie sind und wohin die Reise geht“, so Rainer Strobel, Geschäftsführer der gsr Unternehmensberatung, „diese wertvollen Informationen zeigen auch in einem boomenden Markt Handlungsfelder bei Herstellern, Händlern, Dienstleistern und der Tourismuswirtschaft auf.“

### **Deutschland als beliebtes Caravanning-Reiseziel**

Fast zwei Drittel der Caravanning-Urlauber waren in diesem Jahr in Deutschland unterwegs bzw. haben dies noch vor (62 Prozent). Besonders beliebt sind hier die Ostsee (15), Nordsee (14) und Bayern (12). Durchschnittlich verbringen die Menschen 35 Tage in einem Reisemobil bzw. Wohnwagen – und dies selten alleine: 56 Prozent verreisen mit Partner, 30 Prozent als Familie und bei jedem Zehnten ist mindestens ein Haustier an Bord. Je Tag legen die Reisenden durchschnittlich 187 km zurück.

Der steigenden Zahl an Fahrzeugen und Reisenden steht ein nur geringes Mehr an Campingplätzen gegenüber. Laut Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland gibt es in Deutschland gegenwärtig 3.055 Campingplätze mit rund 230.000 Stellflächen, nur 60 Campingplätze mit 3.000 Flächen mehr als vor drei Jahren. „Die attraktiven Plätze sind oft voll und dies wird zu einem Problem für die Branche“ erklärt Niklas Haupt, Partner bei *puls* Marktforschung GmbH. „Das Geschäft kann sich nur dann positiv weiterentwickeln, wenn auch die Einrichtungen zur Verfügung stehen und die Erwartungen erfüllt werden. Hier sehen wir eine große Chance für den Tourismus in Deutschland insgesamt.“

## PRESSEMITTEILUNG

### Wertvolle Studie für Entscheider in Industrie, Tourismus und Politik

Die Masterstudie bietet erstmals zum Markt der Reisemobile und Caravans einen umfassenden Blick auf die Zielgruppe (Besitzer, Mieter und Interessierte), auf die Hersteller, Produkte und Dienstleistungen sowie 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 können ein sehr detailliertes Bild sowie mögliche Entwicklungen darstellen“, so Niklas Haupt, Partner von *puls* Marktforschung in Nürnberg. „Die Studie wurde seit Dezember vorbereitet und durch den Erhebungszeitraum im Juli auch die Effekte von Corona auf, was ganz sicher für viele Planer von erheblichem Mehrwert ist.“

Im Juli 2020 wurden 10.600 Menschen in Deutschland bevölkerungsrepräsentativ für die „Masterstudie Caravans und Reisemobile“ befragt. Diese in Stichprobe und Tiefe bisher wohl einzigartige Studie wird herausgegeben von der *gsr* Unternehmensberatung (Augsburg) und *puls* Marktforschung (Nürnberg) in Zusammenarbeit mit dem Fachmagazin *AUTO BILD REISEMOBIL* sowie der Nürnberger Versicherung mit Jahn & Partner, der Creditplus Bank und der Kroschke-Gruppe.

Die Studie stellt eine unverzichtbare Grundlage für Entscheider in Wirtschaft und Politik sowie interessierte Beobachter des Marktes dar und kann ab sofort kostenpflichtig online bestellt werden. Interessierte finden weitere Informationen im Online-Angebot von **puls Marktforschung** ([https://www.puls-marktforschung.de/images/studien/2020/2020-03\\_Masterstudie\\_Caravans-und-Wohnmobile.pdf](https://www.puls-marktforschung.de/images/studien/2020/2020-03_Masterstudie_Caravans-und-Wohnmobile.pdf)) bzw. der **gsr Unternehmensberatung GmbH** (<https://www.gsr-unternehmensberatung.de/studie-caravans-wohnmobile/>)

## PRESSEMITTEILUNG

### ***Ansprechpartner***



Stephan Lützenkirchen, Senior Consultant

Mail: [sl@gsr-unternehmensberatung.de](mailto:sl@gsr-unternehmensberatung.de)

Mobil: +49 170 43 19 709

### ***Über die gsr Unternehmensberatung GmbH***

GSR steht für fast 30 Jahre Automobil-Erfahrung und eine 360° Expertise in der Mobilitätsbranche – ganz gleich, ob Managementberatung, Personal- und Qualifizierungsdienstleistungen, Vertriebsimpulse oder Qualitätssicherung. Die Experten der GSR sind Ihr zuverlässiger Partner, um den entscheidenden Schritt in eine erfolgreiche Zukunft zu gehen. Die gsr Unternehmensberatung GmbH hat ihren Sitz in Augsburg und macht Veränderungen zu Ihrer Chance.



Rainer Strobel, Geschäftsführer

Mail: [rstrobel@gsr-unternehmensberatung.de](mailto:rstrobel@gsr-unternehmensberatung.de)

Telefon: +49 821 45 44 330

### ***Über die puls Marktforschung GmbH***

*puls* bietet seit fast 30 Jahren mehr als klassische Marktforschung. Man liefert Inspiration und Orientierung zur Entwicklung, Überprüfung und ggf. Anpassung von Strategien. Die Bandbreite der Themenfelder ist dabei sehr groß, verfolgt aber mit allen Lösungsansätzen ein wesentliches Ziel: den Erfolg eines Unternehmens langfristig zu sichern. Die *puls* Marktforschung GmbH hat ihren Sitz in Schwaig bei Nürnberg und versteht sich als Begleiter für seine Kunden.



Niklas Haupt, Partner

Mail: [haupt@puls-marktforschung.de](mailto:haupt@puls-marktforschung.de)

Telefon: +49 911 95 35 400