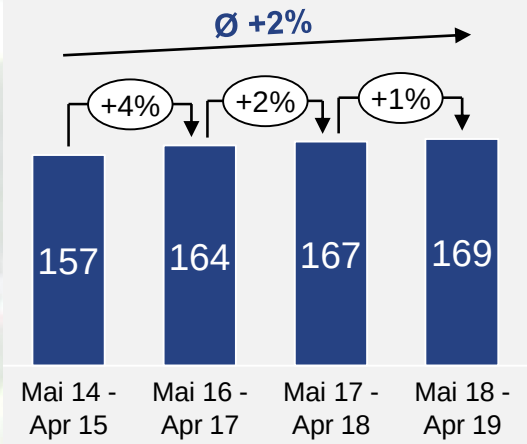
Wie relevant ist Caravaning in Deutschland und wie wird sich der Markt entwickeln?

CARAVAN SALON
Eröffnungspressekonferenz
am 30.08.2019 in Düsseldorf

Campingreisen zeigen über die letzten Jahre ein moderates Wachstum – ebenso wie die gesamten Urlaubsreisen

Urlaubsreisen gesamt

(in Mio.)

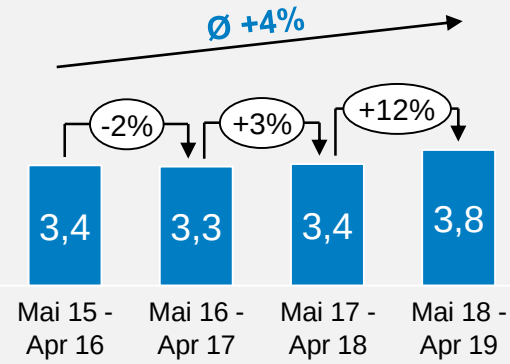


51 Mio. Reisende
(Mai 18 - Apr 19)

Campingreisen

Anreiseverkehrsmittel Wohnwagen/Wohnmobil/Kleinbus

(in Mio.)

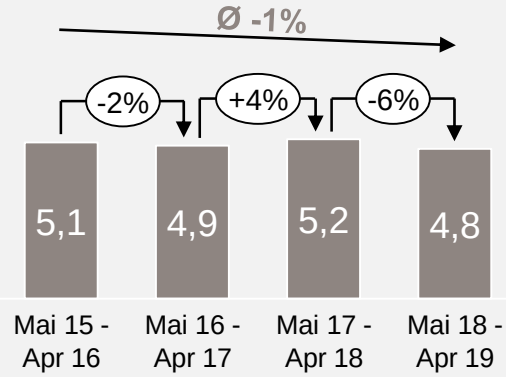


1,6 Mio. Reisende
(Mai 18 - Apr 19)

Campingreisen

Sonstiges Anreiseverkehrsmittel (z.B. PKW, Flugzeug)

(in Mio.)



3,7 Mio. Reisende
(Mai 18 - Apr 19)

Quelle: GfK MobilitätsMonitor | Mehrtägige, touristisch geprägte Privatreisen (ohne Kur/Reha-Aufenthalte, ohne reine Besuche)

© GfK 2019 | GfK Travel & Logistics

Mittels einer Onlineerhebung wurden Personen ab 18 Jahren zum Thema Camping mit dem Wohnwagen/ Wohnmobil befragt

Kerninhalte

- Marktentwicklung und Potential
- Fahrzeugbesitz und Kaufplanung
- Lebenswelt und Soziodemographie der Zielgruppen

Durchgeführt vom 16.07. bis 24.07.2019

Repräsentativ für deutschsprachige Online-Bevölkerung

Ca. 10min Befragungsdauer

Befragt wurden Personen ab 18 Jahren

2.238 Befragte, davon 501 Personen mit Caravaning-Interesse

Das Sample wurde nach der deutschsprachigen Online-Bevölkerung in Deutschland im Alter zwischen 18-79 Jahren gewichtet und entsprechend hochgerechnet.

Ca. 14.2 Millionen können sich vorstellen, innerhalb der nächsten 5 Jahre einen Caravaning-Urlaub zu machen

Welche Art von Urlaubsreisen bzw. Ausflügen in der Freizeit können Sie sich vorstellen, in den kommenden **fünf Jahren** zu unternehmen?

22%

Interesse für Camping-Urlaub mit dem Wohnmobil / Wohnwagen

Online-Bevölkerung

Potenzial für das **nächste Jahr**

5.3 Mio.

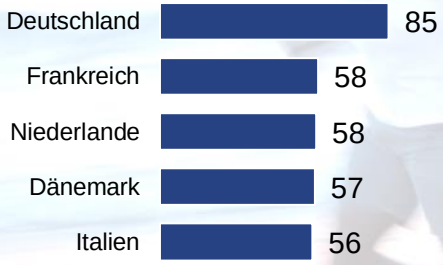
Reisende

Fragetext: Welche Art von Urlaubsreisen bzw. Ausflügen in der Freizeit können Sie sich vorstellen, in den kommenden fünf Jahren zu unternehmen? Wann planen Sie den nächsten Urlaub dieser Art zu machen?
Basis: Alle Befragten + Screenouts n= 2.238 (~ 63.7 Mio.); Alle Befragten n= 501 (~ 14.3 Mio.); Teilgruppe innerhalb des nächsten Jahres n= 185 (~5.3 Mio.)

Angaben in %

Selbstbestimmung und Unabhängigkeit, Naturverbundenheit und Flexibilität sind die wichtigsten Gründe für den Caravaning-Urlaub

Top 5 Länder
für einen Camping-Urlaub



GfK MobilitätsMonitor

Rang 1	Rang 2	Rang 3
Deutschland	FR/Benelux	Norditalien

% Campingreisen mit Anreiseverkehrsmittel Wohnwagen/ Wohnmobil/Kleinbus (MAT April 19)

Top 5 Gründe
für einen Camping-Urlaub

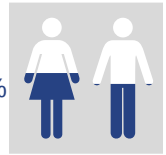
Basis: Alle Befragten n= 501 (~14.3 Mio.)
Angaben in %

Die jüngeren Generationen und Personen mit höheren Einkommen zeigen verstärktes Interesse an einem Caravaning-Urlaub

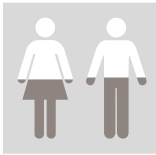
Camping-Urlaub mit dem Wohnwagen oder Wohnmobil innerhalb der nächsten 5 Jahre

Kein Camping-Urlaub mit dem Wohnwagen oder Wohnmobil innerhalb der nächsten 5 Jahre

Geschlecht

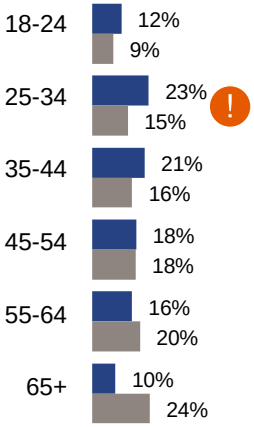


55% 45%

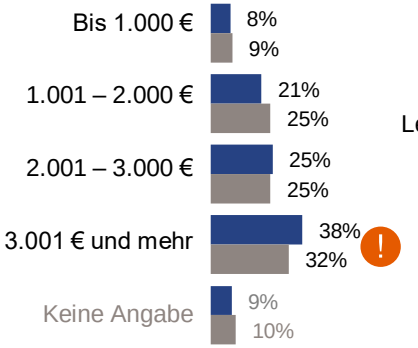


49% 51%

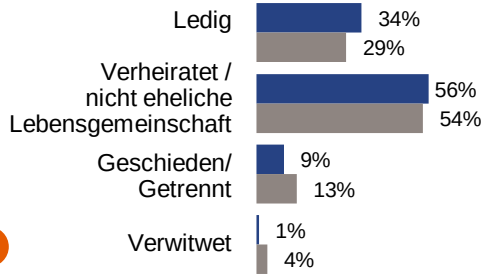
Alter



Monatliches Einkommen



Familienstand



Basis: Alle Befragten n= 501 (~ 14.3 Mio.), Screenouts n= 1.727 (~ 49.4 Mio.)

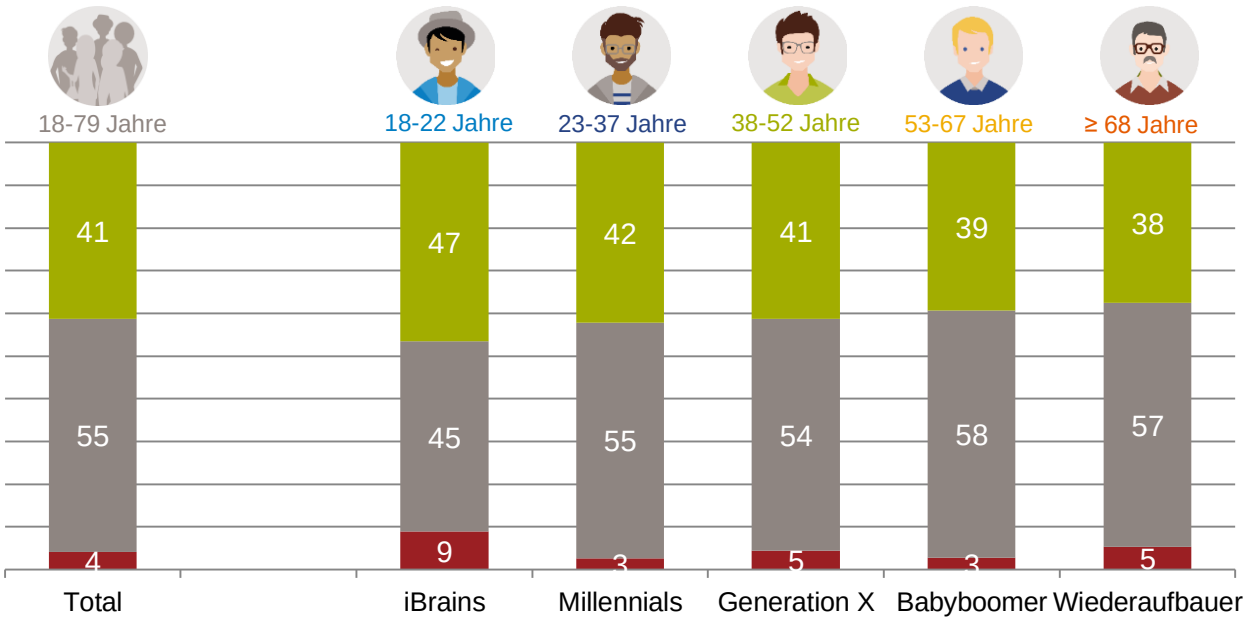
Insbesondere die jüngeren Generationen planen die Anzahl ihrer Urlaube mit dem Wohnwagen/ Wohnmobil zu erhöhen

In Zukunft werde ich…

… häufiger als bisher zum Campen fahren.

… genauso häufig wie bisher zum Campen fahren.

… seltener als bisher zum Campen fahren.



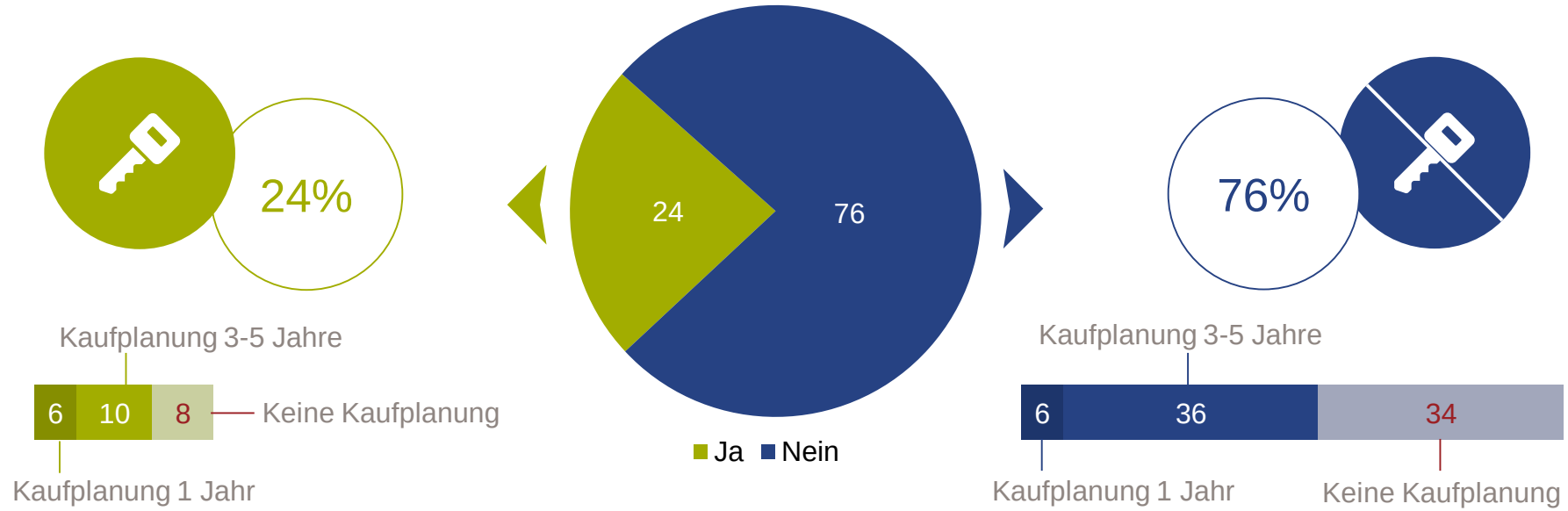
Fragetext: Im Folgenden bitten wie Sie Ihre zukünftige Absicht mit dem Wohnwagen bzw. Wohnmobil zu campen mit Ihrem bisherigen Campingverhalten zu vergleichen.
Basis: Alle Befragten mit Camping-Erfahrung n = 328 (~ 9.3 Mio.)
Teilgruppen: iBrains n= 34 (~ 963.000), Millennials n= 92 (~ 2.6 Mio.); Generation X n= 89 (~ 2.5 Mio.); Babyboomer n= 81 (~ 2.3 Mio.); Wiederaufbauer n= 31 (~ 885.000)

Angaben in %

Unter den Urlaubsinteressierten besitzen bereits 24% ein Caravaning-Fahrzeug* im Haushalt

* Wohnmobil, Wohnwagen, ausgebauter Van/ Bus

Besitzen Sie im Haushalt ein Wohnmobil bzw. einen Wohnwagen?



Fragetext: Besitzen sie im Haushalt ein Wohnmobil bzw. einen Wohnwagen?
Basis: Alle Befragten n= 501 (~ 14.3 Mio.)

Angaben in %

In den nächsten 3 Jahren wird die Generation der Millennials eine bedeutende Rolle im Fahrzeugmarkt spielen*

* Urlausplanung für die nächsten 3 Jahre + kein Fahrzeugbesitz

iBrains

18-22 Jahre

Millennials

23-37 Jahre

Generation X

38-52 Jahre

Babyboomer

53-67 Jahre

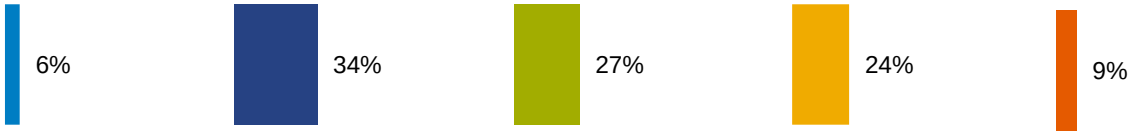
Wiederaufbauer

≥ 68 Jahre

Neue Kaufinteressenten in den nächsten 3 Jahren

= Kaufinteresse für Neu- oder Gebrauchtwagen, für Wohnwagen, Wohnmobil oder Van/ Bus/ Sonstiges innerhalb von 3 Jahren

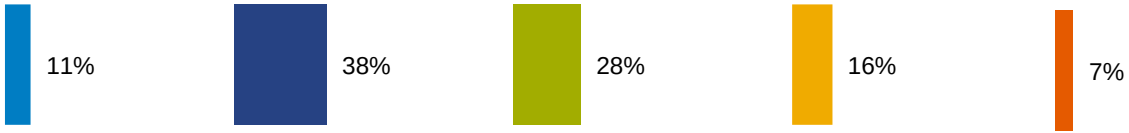
2.5 Millionen



Mietpotenzial in den nächsten 3 Jahren

= Keine Kaufplanung für die nächsten 3 Jahre

4.7 Millionen

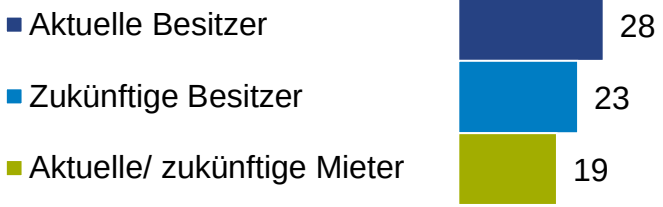


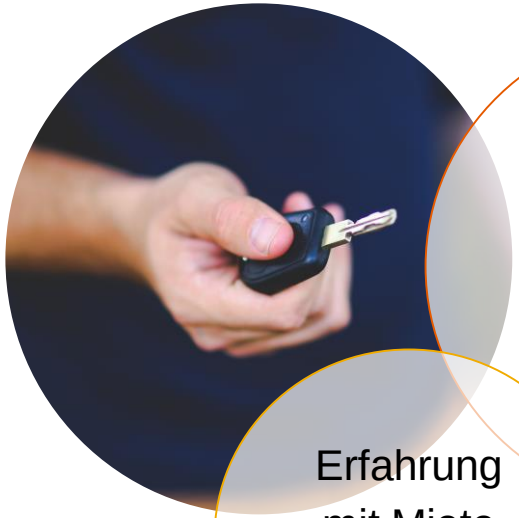
Fragetext: Besitzen sie im Haushalt ein Wohnmobil bzw. einen Wohnwagen?
Basis: Neue Kaufinteressenten n=87 (~2.5 Mio.); Mieter n= 165 (~4.7 Mio.)

Angaben in %

23% der Caravaning-Interessierten haben schon einmal ein Fahrzeug über einen Händler oder eine Vermietplattform geliehen

Wohnmobil/ Wohnwagen-Miete über einen Händler oder eine Vermietplattform





Erfahrung mit Miete **3.3 Mio.** Personen

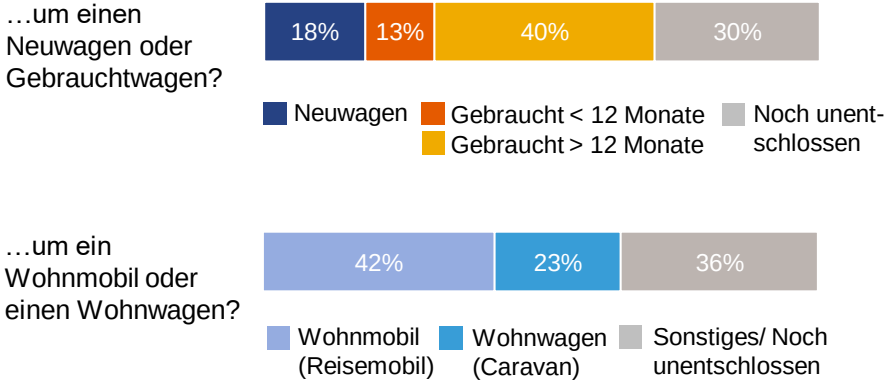
Erfahrung mit Miete **23%**

Fragetext: Welche der folgenden Sharing-Angebote haben sie bereits genutzt?
Basis: Alle Befragten n= 501 (~ 14.3 Mio.); Aktuelle Besitzer n= 118 (~ 3.4 Mio.); Zukünftige Besitzer n=210 (~ 6.0 Mio.); Aktuelle/ zukünftige Mieter n= 173 (~ 4.9 Mio.)

Angaben in %

Zukünftige Kaufinteressenten erwägen eher einen Gebrauchtwagen und tendieren zu einem Wohnmobil

Handelt es sich bei Ihrem **zukünftigen** Wohnmobil bzw. Wohnwagen voraussichtlich…



Fragetext: Handelt es sich bei Ihrem aktuellen Wohnmobil bzw. Wohnwagen um einen Neuwagen oder Gebrauchtwagen? In welches Fahrzeugsegment würden Sie Ihr aktuelles Wohnmobil bzw. Ihren Wohnwagen einordnen?
Basis: Kaufinteressenten n=288 (~ 8.2 Mio.)
Angaben in %

Potenzial für den Caravaning-Markt in Deutschland

- Wachstum von Campingreisen über die letzten Jahre
- Camping mit Wohnmobil/ -wagen beliebter als mit Zelt
- Beliebtestes Reiseland ist Deutschland

- Jüngere & ältere Generationen zeigen Interesse an Camping
- Kauf- & Mietpotenzial unter den zukünftigen Campern
- Gebrauchtwagen & Wohnmobile mit besonders großen Potenzial

Kontakt

Dr. Isis Mennig

Consumer Insights and Marketing Effectiveness

Telefon: 0911-395-4721

isis.mennig@gfk.com