

Neue GfK-Studie zeigt: 14 Mio. Deutsche interessieren sich für Caravaning-Urlaub

Junge und einkommensstarke Personen sind besonders Caravaning-affin

Frankfurt am Main, 5. September 2019

Eine neue Studie der GfK hat das enorme Potenzial der Urlaubsform Caravaning belegt. Das größte deutsche Marktforschungsinstitut hat herausgefunden, dass sich knapp ein Viertel (22%) der Befragten einer repräsentativen Studie vorstellen kann, in den kommenden fünf Jahren Urlaub mit einem Reisemobil oder Caravan zu machen. Rechnet man dies auf die (Online-)Bevölkerung hoch, entspricht dies 14,2 Millionen Deutschen. Dabei zeigten sich insbesondere Personen im Alter zwischen 23 und 37 sowie Personen mit überdurchschnittlichem Einkommen als Caravaning-affin.

Immer mehr Deutsche begeistern sich für Caravaning-Urlaub, wie die seit Jahren steigenden Neuzulassungen von Reisemobilen und Caravans zeigen. Wie groß das Potenzial der Urlaubsform auch in den kommenden Jahren ist, hat nun eine neue Studie der GfK gezeigt. Dem größten deutschen Marktforschungsinstitut zufolge können sich 14,2 Millionen Deutsche über 18 Jahre vorstellen, in den nächsten fünf Jahren einen Caravaning-Urlaub zu unternehmen. Das ist fast ein Viertel der Erwachsenen in Deutschland. Alleine im kommenden Jahr erwägen 5,3 Millionen Deutsche, mit Caravan oder Reisemobil in den Urlaub zu fahren.

Millennials sind besonders Caravaning-affin

Besonders Caravaning-affin zeigen sich Millennials. 23 Prozent der Deutschen, die sich in den nächsten fünf Jahren einen Caravaning-Urlaub interessieren, fallen in die Altersgruppe zwischen 25 und 34 Jahren. Die deutliche Mehrheit der Interessierten ist jünger als 45 Jahre. „Das alte Klischee, dass Caravans und Reisemobile nur was für Ältere und Rentner sind, ist längst widerlegt. Vor allem Jüngere begeistern sich für Caravaning, wie auch ein Blick in die sozialen Medien zeigt“, so Daniel Onggowinarso, Geschäftsführer des Caravaning Industrie Verbandes e.V. (CIVD).

Caravaning-Interessierte überdurchschnittlich einkommensstark

Interessant ist auch die Betrachtung der verschiedenen Einkommensgruppen. 38 Prozent der Personen, die Caravaning als Urlaubsoption erwägen, verfügen über ein monatliches Haushalts-Netto-Einkommen von über 3.000 Euro. Ein Viertel der Caravaning-affinen Haushalte verdient zwischen 2.000 und 3.000 Euro im Monat. Dass Caravaning-Urlauber überdurchschnittlich kaufkräftig und konsumfreudig sind, zeigt auch eine aktuelle Untersuchung des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (dwif). Demnach bescherten sie der deutschen Wirtschaft alleine 2018 14 Milliarden Euro Umsatz durch ihren Konsum während des Urlaubs. Bei der Verteilung auf die Geschlechter konnten die Experten der GfK gewisse Unterschiede feststellen, Frauen sind mit 55 Prozent stärker unter den Personen mit Interesse an Caravaning vertreten als Männer.

Unabhängigkeit und Flexibilität sowie Naturnähe machen Caravaning attraktiv

Fragt man die Caravaning-affinen, warum sie mit einem Reisemobil oder Caravan verreisen wollen, sind die Antworten recht eindeutig. 72 Prozent geben an, dass sie selbstbestimmt und unabhängig sein wollen. 71 Prozent wollen in der Natur sein und 70 Prozent schätzen, dass sie beim Caravaning flexibel und spontan sein können.

Großes Potenzial bei Kauf und Vermietung von Freizeitfahrzeugen

Von den Personen mit Affinität zu Caravaning besitzen über zwei Drittel kein eigenes Fahrzeug. Jedoch denkt nahezu die Hälfte von ihnen (42 Prozent) darüber nach, in den kommenden Jahren ein Reisemobil oder einen Caravan zu erwerben. Unter ihnen sind Personen zwischen 23 und 37 Jahren die größte Gruppe (34 Prozent). 4,7 Millionen Deutsche ziehen zudem in Betracht, in den nächsten drei Jahren einen Caravan oder ein Reisemobil zu mieten. Auch hier sind Millennials die stärkste Gruppe (38 Prozent). „Das aufgezeigte Potenzial, sowohl für den Verkauf als auch für die Vermietung von Freizeitfahrzeugen, bietet enorme Chancen für die Branche, auch in Zukunft zu wachsen“, führt Dr. Isis Mennig von der GfK aus.

Top-Caravanning-Ziele Deutschland, Frankreich und Niederlande

Die GfK hat auch die beliebtesten Reiseziele der Caravanning-Interessierten ermittelt. Auf Platz 1 liegt Deutschland. 85 Prozent der Befragten wollen das Heimatland bereisen. 58 Prozent der Caravanning-Fans wollen nach Frankreich. Ebenfalls 58 Prozent geben die Niederlande als attraktives Ziel an, 57 Prozent erwägen einen Trip nach Dänemark und 56 Prozent zieht es nach Italien. „Ein Merkmal der Urlaubsform Caravanning ist es, unabhängig unterwegs zu sein und flexibel verschiedene Destinationen ansteuern zu können – und das während eines einzigen Urlaubes“, erklärt Onggowinarso.

Weitere Informationen zum Thema Caravanning finden Sie unter:

www.civd.de (hier steht auch Bildmaterial zum Download bereit) und caravanning-info.de

Pressekontakt:

Marc Dreckmeier
Leiter Marketing & PR
Caravanning Industrie Verband e.V. (CIVD)
Hamburger Allee 14
60486 Frankfurt am Main
Tel: 069-704039-18
Fax: 069-704039-24
marc.dreckmeier@civd.de

Pressekontakt:

Daniel Rätz
Referent Marketing & PR
Caravanning Industrie Verband e.V. (CIVD)
Hamburger Allee 14
60486 Frankfurt am Main
Tel: 069-704039-28
Fax: 069-704039-24
daniel.raetz@civd.de

Caravanning Industrie Verband e. V. (CIVD)

Der Caravanning Industrie Verband ist die Interessenvertretung des industriellen Zweigs der deutschen Caravanningbranche. Zu seinen Mitgliedern zählen neben deutschen und europäischen Herstellern von Caravans und Reisemobilen auch zahlreiche Unternehmen der Zulieferindustrie, Dienstleister sowie öffentliche Institutionen und Verbände. Der 1962 gegründete Verband vertritt alle Belange der deutschen Caravanningindustrie gegenüber der nationalen und europäischen Politik und ihren Behörden und Institutionen. Darüber hinaus ist der CIVD ideeller Träger der weltweit größten Messe für Freizeitfahrzeuge – dem CARAVAN SALON – und sorgt damit für wichtige Impulse für die Caravanningbranche in Europa.