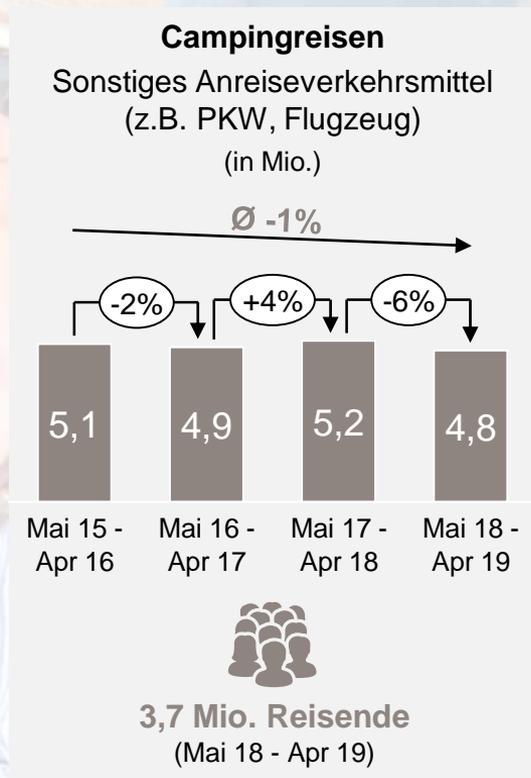
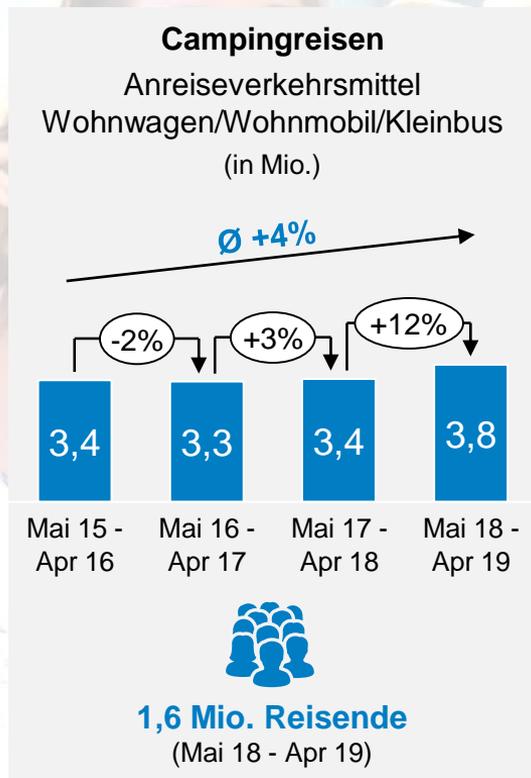
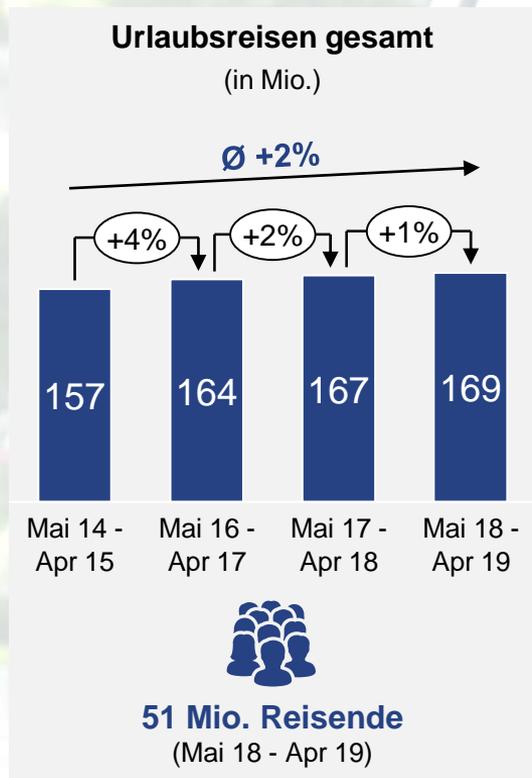


Wie relevant ist Caravaning in Deutschland und wie wird sich der Markt entwickeln?

CARAVAN SALON
Eröffnungspressekonferenz
am 30.08.2019 in Düsseldorf



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



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

Potenzial
für das
nächste Jahr
5.3 Mio.
Reisende

Online-
Bevölkerung



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

Deutschland



Rang
2

FR/Benelux



Rang
3

Norditalien

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

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

Angaben in %

© GfK August 2019 | Potenzial für den Caravaning-Markt in Deutschland

Top 5 Gründe für einen Camping-Urlaub



GfK TrendKey

Roper Reports® Worldwide



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

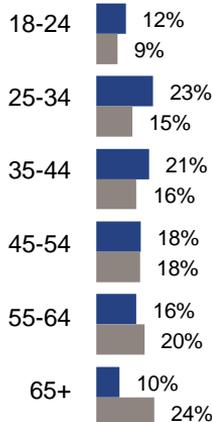
Kein Camping-Urlaub mit dem Wohnwagen oder Wohnmobil innerhalb der nächsten 5 Jahre

Geschlecht

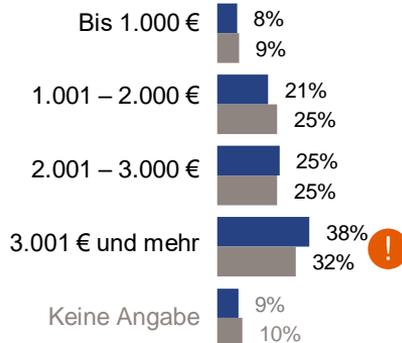
55% 45%

49% 51%

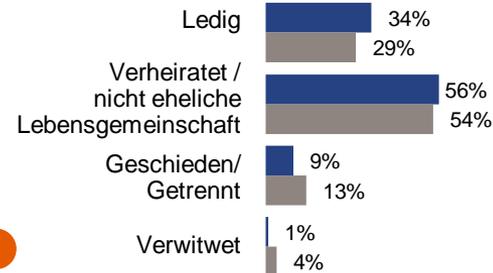
Alter



Monatliches Einkommen



Familienstand



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

© GfK August 2019 | Potenzial für den Caravaning-Markt in Deutschland

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

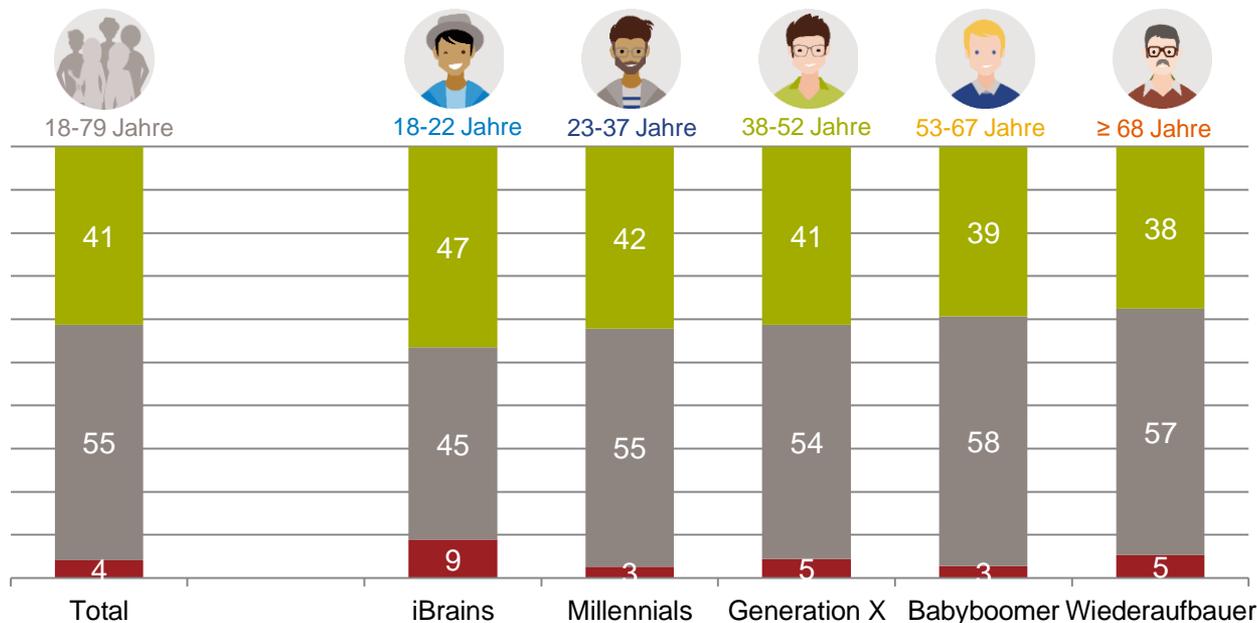


„ In Zukunft werde ich...

... häufiger als bisher zum Campen fahren.

... genauso häufig wie bisher zum Campen fahren.

... seltener als bisher zum Campen fahren.



Fragetext: Im Folgenden bitten wir 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.)

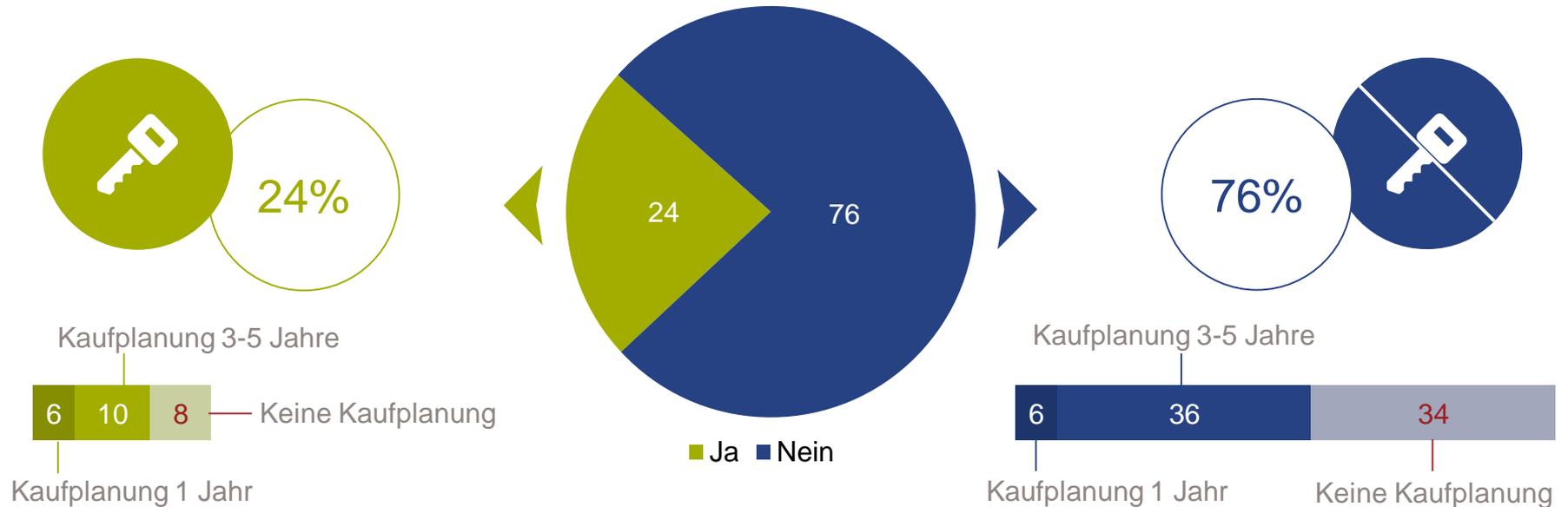
Teilgruppen: iBrains n= 34 (~ 963.000), Millennials n= 92 (~ 2.6 Mio.); Generation X n= 89 (~ 2.5 Mio.); Babyboomer n= 81 (~ 2.3 Mio.); Wiederaufbauer n= 31 (~ 885.000)

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*



* Urlaubplanung für die nächsten 3 Jahre + kein Fahrzeugbesitz



iBrains

18-22 Jahre



Millennials

23-37 Jahre



Generation X

38-52 Jahre



Babyboomer

53-67 Jahre



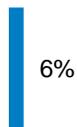
Wiederaufbauer

≥ 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



6%



34%



27%



24%

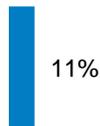


9%

Mietpotenzial in den nächsten 3 Jahren

= Keine Kaufplanung für die nächsten 3 Jahre

4.7 Millionen



11%



38%



28%



16%



7%

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



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.)

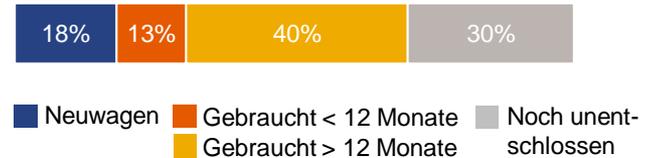
Angaben in %

Zukünftige Kaufinteressenten erwägen eher einen Gebrauchtwagen und tendieren zu einem Wohnmobil

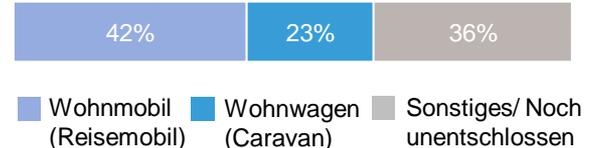


” Handelt es sich bei Ihrem **zukünftigen** Wohnmobil bzw. Wohnwagen voraussichtlich...

...um einen Neuwagen oder Gebrauchtwagen?



...um ein Wohnmobil oder einen Wohnwagen?



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



Kontakt

Dr. Isis Mennig

Consumer Insights and Marketing Effectiveness

Telefon: 0911-395-4721

isis.mennig@gfk.com

