

# 2024

gsr  
UNTERNEHMENS-  
BERATUNG

Miios

## Focus caravanning – business report 2024 Zielgruppen, Markt und Trends

### Spotlights

Zielgruppen  
Allgemeine Trends  
Reise & Nutzung  
Kauf & Kaufentscheidung  
Touchpoint Handel

Online-vorstellung am 28.08.2024



Medienpartner

Premiumpartner

Jung & digital

Auto  
Bild reise mobil

Auto  
Bild caravan  
Das Webmagazin für die Freiheit unterwegs

akf bank  
caravanfinanz

CMT  
Die Urlaubsmesse

J&P  
Jahn & Partner  
Inhaber Daniel Brachmeier

NÜRNBERGER  
AutoMobil  
Versicherungsdienst GmbH

PIN  
CAMP  
AN DER AOK

CARAVANA

caravanmarkt24

## ! Die gsr Unternehmensberatung und MiiOS – eine perfekte Verbindung.



Die **gsr Unternehmensberatung** bietet seit 1991 ein umfassendes Know-how, exzellente Branchenkenntnisse und langjährige Erfahrung in den Bereichen Consulting, Qualifizierung und Qualitätssicherung. Als etablierter Spezialist für Vertriebsimpulse und Serviceprozesse sichert das Team nachhaltig Erfolge.



Die **MiiOS GmbH** ist ein führender Anbieter für progressive und branchen- unabhängige Marktforschung. Ganz gleich, ob Mobilitätsanbieter, Finanzdienstleister oder Tourismus: MiiOS bietet Zugang zu umfassenden Informationen, exzellenter Beratung und einem weitreichenden Experten-Netzwerk und ermöglicht eine holistische Sicht auf den Markt und unterstützt dabei, die besten Entscheidungen zu treffen. Individuell, wirtschaftlich und zuverlässig.

## ! FOCUS CARAVANING - in drei Sätzen

Information, Inspiration, Impulse...

1

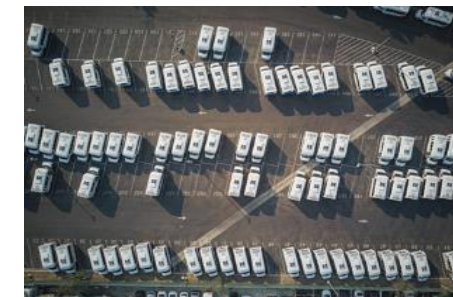
Focus Caravaning ist eine Initiative der **gsr Unternehmensberatung** und den progressiven Marktforschern von **MiiOS** für alle Akteure auf dem Caravaning-Markt.

2

Mit einem einzigartigen **Studienset** sowie vielfältigen Informations-, Qualifikations- und Netzwerk-Angeboten setzen die Spezialisten **Impulse für Nachhaltigkeit, Entwicklung und Fortschritt** rund um das Geschäft mit Reisemobilen und Wohnwagen.

3

Alle Maßnahmen entstehen auf der Grundlage eines hohen Anspruchs an **Qualität, Neutralität und Relevanz** sowie in Kooperation mit **starken Partnern**.



Medienpartner



akf bank  
caravanfinanz

premiumpartner



**NÜRNBERGER**  
AutoMobil  
Versicherungsdienst GmbH



**J&P**  
Jahn & Partner  
Inhaber Daniel Brachmeier



Jung & digital



caravanmarkt24



# ! Marktlage & Caravaning Insights

## ! Marktlage: Caravaning-Markt 07/2024

## ! Trends

! Interesse / Nachfrage ➔ → großes Interesse, aber NW-Kaufzurückhaltung

! Verfügbarkeit der Ware ➔ → sehr gute Bevorratung, neue Akteure

! Inflation / Zinsen / Preise ➔ → Hohe Barrieren, Lagerdruck/Handel

### ! Weitere Trends und Herausforderungen:

→ Höhere Nebenkosten (Versicherung, Teilepreise, Stundensätze/Service)

→ Digitalisierung von Vertriebs-/ Buchungswege

→ Miete / C2C Plattform

→ Verantwortliches Reisen (soziale und Umweltaspekte gewinnen weiter an Bedeutung)





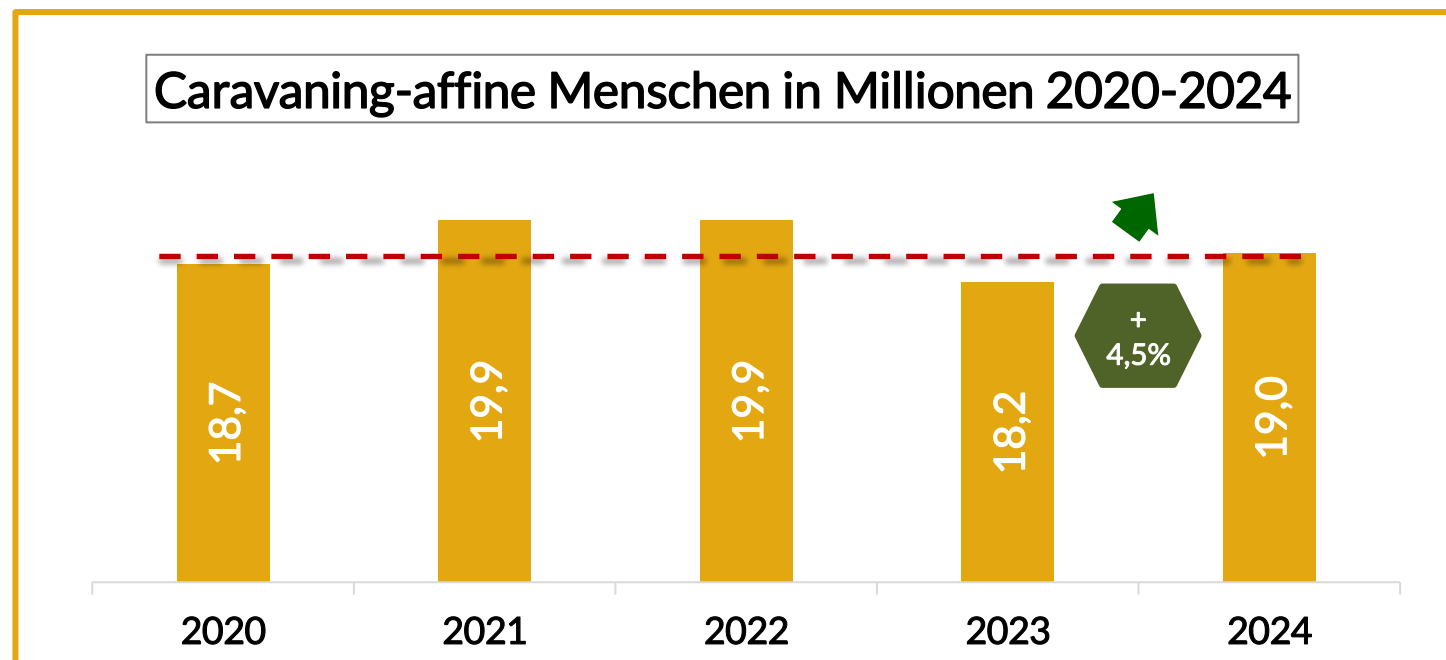
# ! FOCUS CARAVANING 2024

## Studiendesign, Trends & Entwicklungen

### Zielgruppen

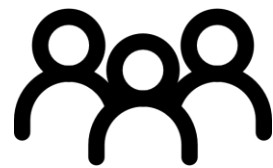
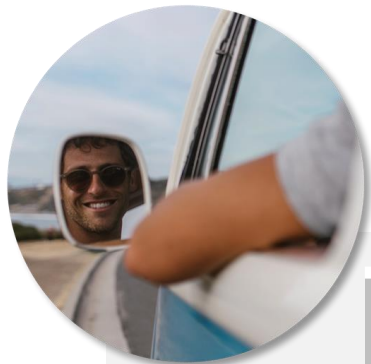


- ! Marktpotenzial 2024 – Caravaning-Interesse steigt nach Rückgang in 2023 wieder an.
- ! 2024: 19 Mio. Menschen zwischen 18 und 80 Jahren sind Caravaning-affin.



Quelle: gsr Unternehmensberatung

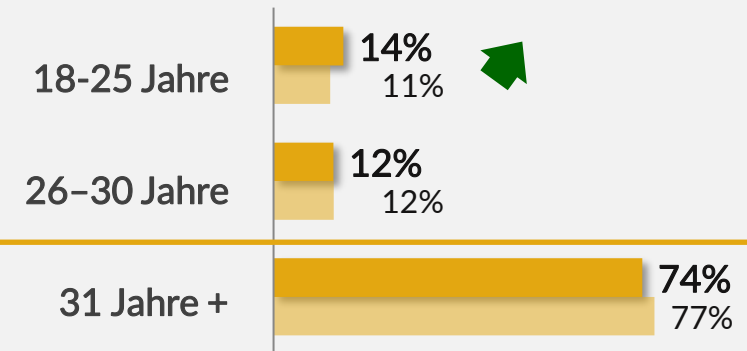
! Marktpotenzial 2024 – Zuwachs bei ganz jungen Zielgruppen.



- 58% Männer (2023: 55%)
- 43 Jahre (2023: 43 Jahre)
- Hoher Bildungsgrad

## 2024

### Alter nach Kategorien 2024 vs. 2023



	Caravanisten	Nicht - Caravanisten
Ø Alter	43 Jahre	51 Jahre
Anteil Männer	58%	45%
Ø Anzahl Personen im HH	2,6	2,1
1 Person	18%	33%
2 Personen	36%	42%
3 Personen +	46%	25%

	Caravanisten	Nicht - Caravanisten
Anteil Akademiker	34%	23%
Ø HH-Einkommen (netto)	4.695 €	3.314 €
Bis € 2.000	19%	29%
€ 2.000 - € 4.000	41%	35%
€ 4.000 - € 6.000	22%	14%
€ 6.000 +	8%	4%



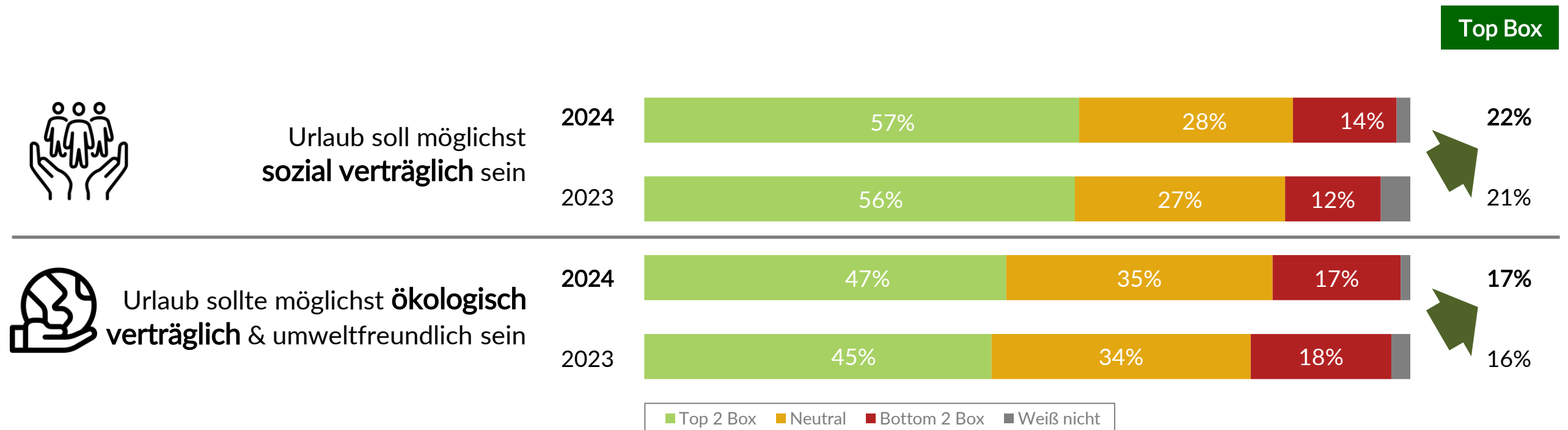
# ! Spotlight – Allgemeine Trends



**Trend: Deutliche Mehrheit legt Wert auf soziale und ökologische Aspekte.**

**? Reise & Nutzung 2024: Ansprüche an den Urlaub - Soziale und ökologische Verträglichkeit**

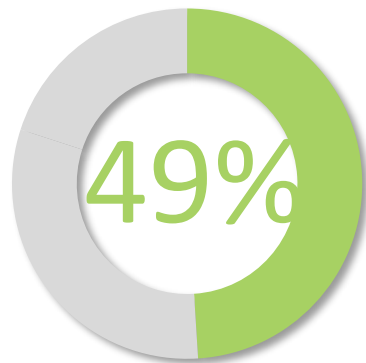
Wenn sie einmal ganz allgemein an Ihren Urlaub / Ausflug mit einem Wohnwagen / Wohnmobil denken: Auf welche Weise gestalten Sie am liebsten Ihre Reise? Inwieweit treffen die folgenden Aussagen und Meinungen auf Sie persönlich zu? Skala: 1-5



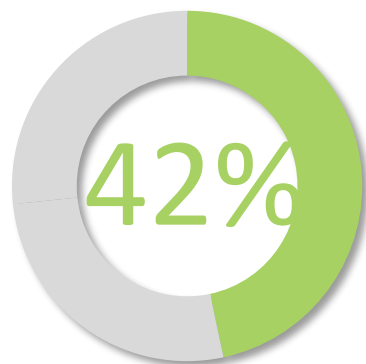
+ Basis: n=3.139

! Caravaning-Reisen sind nachhaltiger als andere Arten – doch es werden auch gute Regulierungen benötigt.

! Reise & Nutzung 2024: Aussagen zum Caravaning-Urlaub – Top2Boxes  
Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen rund um Kauf und Miete zu? Skala: 1-5



„Caravaning-Reisen sind nachhaltiger als andere Arten des Reisens wie z.B. mit Flugzeug, Schiff oder Auto“



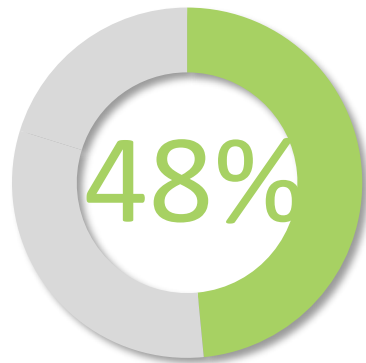
„Caravaning wird in manchen Orten zur Belastung für Menschen und Umwelt und sollte besser reguliert werden“



Basis: n=3.139

! Das Leben wird teurer - mehr Caravaning-Reisen zukünftig zu erwarten.

! Reise & Nutzung 2024: Aussagen zum Caravaning-Urlaub – Top2Boxes  
Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen rund um Kauf und Miete zu? Skala: 1-5

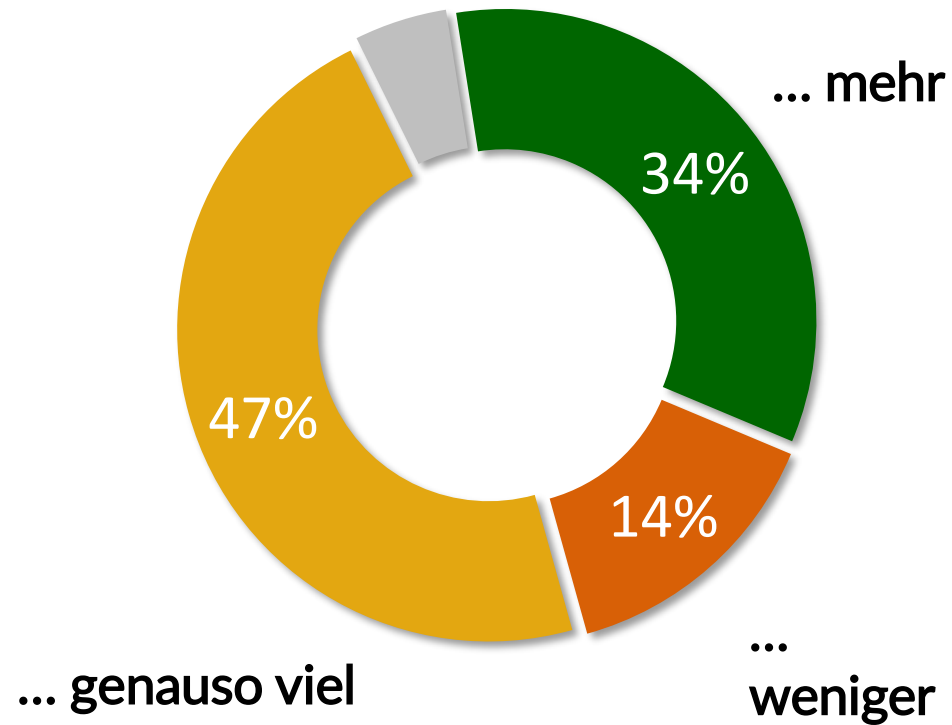


**„Die gestiegenen Lebenshaltungskosten führen dazu, dass in Zukunft mehr Urlaub / Ausflüge mit dem Wohnwagen / Reisemobil machen werden“**

+ Basis: n=3.139

! Jeder dritte Caravanist will 2025 mehr Tage mit dem Wohnwagen oder Wohnmobil verreisen.

! Reise & Nutzung 2024: Reisetage 2025  
Wollen Sie im Jahr 2025 ... Tage mit dem Wohnwagen / Wohnmobil reisen?



**34%** ... der Caravanisten wollen  
2025 mehr Tage verreisen

+ Basis: n=1.289 (Besitzer und Mieter)

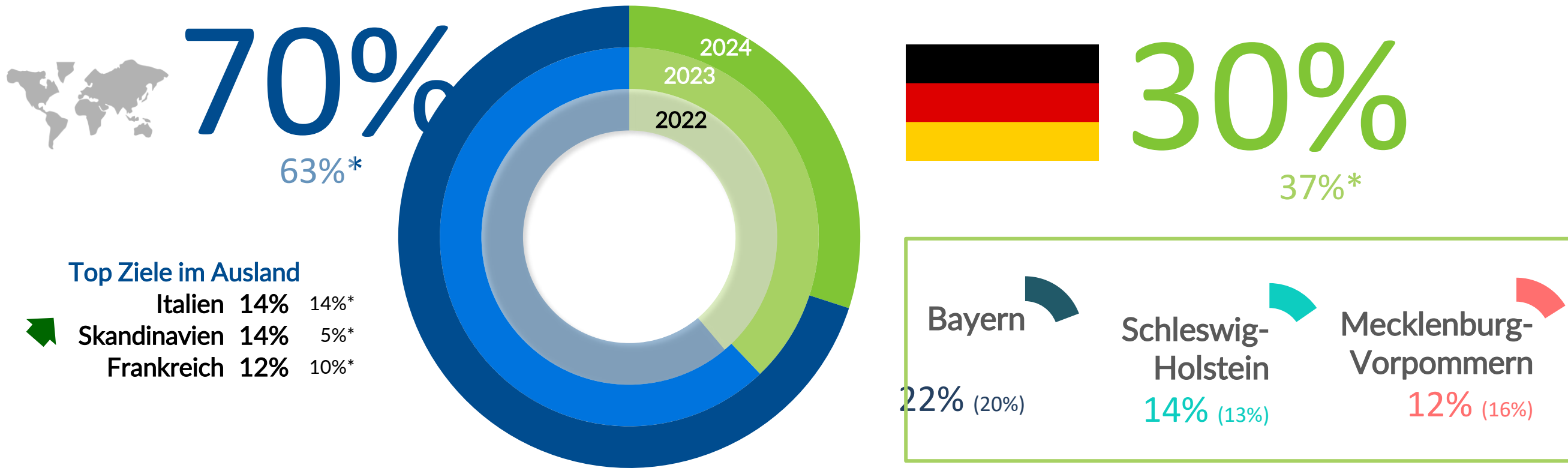


# ! Spotlight – Reise & Nutzung



! **Trend: Caravaning-Reisende zieht es in der Tendenz mehr in Richtung Ausland.**

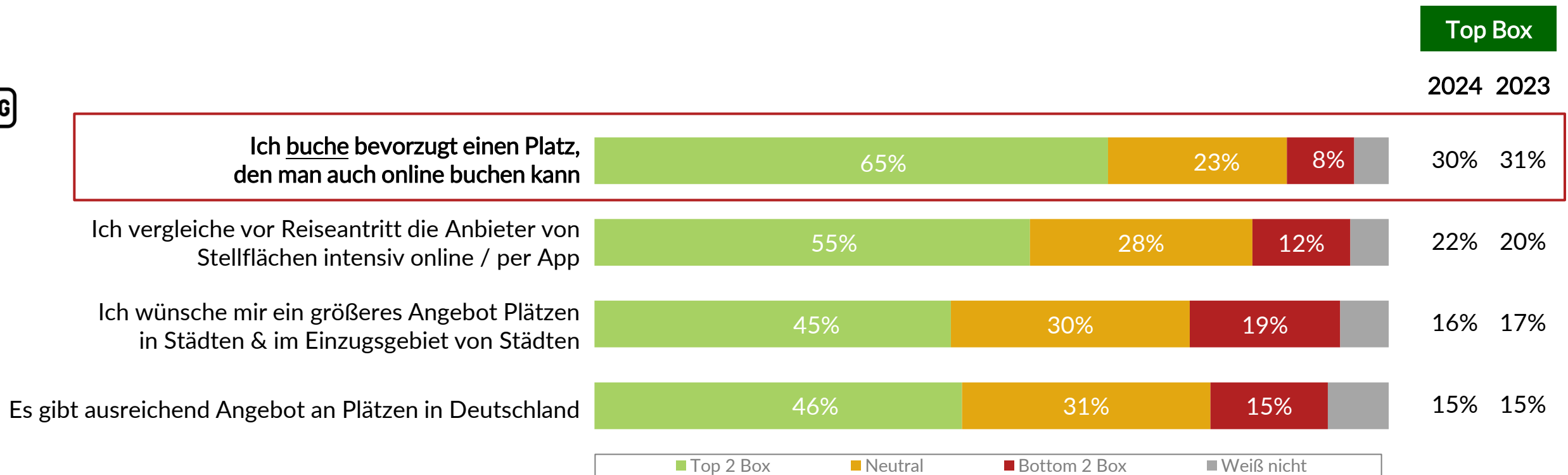
! **Reise & Nutzung 2024: Reiseziele**  
 Welches konkrete Reiseziel planen Sie für Ihren diesjährigen Haupturlaub mit dem Wohnwagen / Wohnmobil bzw. wo waren Sie bereits?



+ Basis: n=1.566(Haupturlaub bereits gemacht) / \*Ergebnis 2023

! Hohe Erwartung an Online-Services. Stellplätze in Deutschland und in Städten sind gefragt.

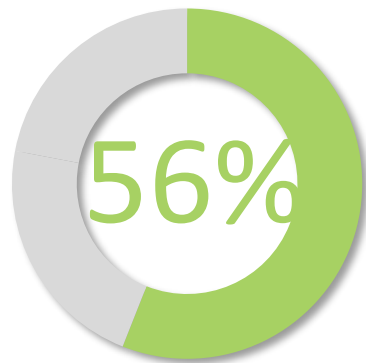
! Reise & Nutzung 2024: Buchungsverhalten  
Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Ihrem Buchungsverhalten und Auswahl des Platzes zu?



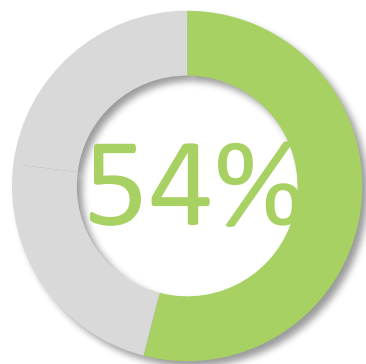
+ Basis: n=3.139

! Caravaning-Reisende wünschen sich bessere Voraussetzungen und Infrastrukturen.

! Reise & Nutzung 2024: Aussagen I – Top2Box  
Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen rund um Kauf und Miete zu? Skala: 1-5



**... wünschen sich bessere Voraussetzungen für Caravaning-Urlaube in Deutschland. Mehr und zeitgemäß ausgestattete und gepflegte Plätze, insbes. an den Hotspots**



**... sagen, dass viele Städte und Gemeinden das Potenzial von Caravaning-Reisenden verkennen bzw. sind nicht hinreichend darauf eingerichtet / vorbereitet**

+ Basis: n=3.139

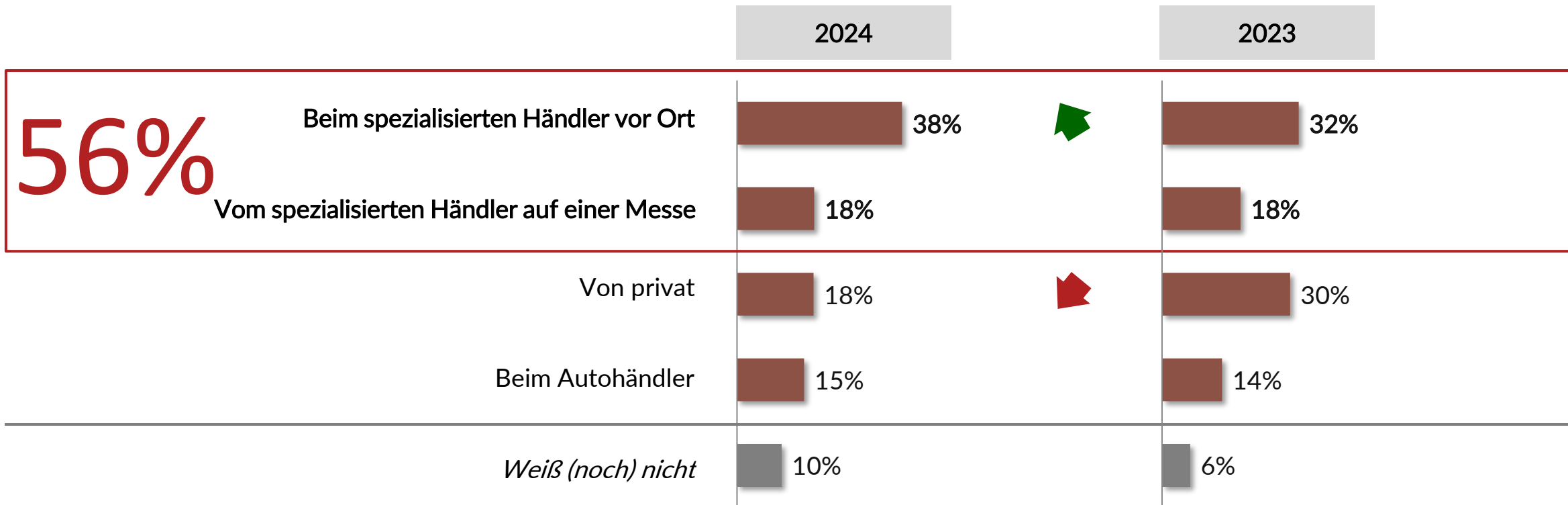
# ! Spotlight – Kauf & Kaufentscheidung





**!** Kunden planen deutlich eher im Handel und nicht von privat zu kaufen, vor allem der spezialisierte Handel ist auf dem Vormarsch.

**?** Kauf 2024: Point of Sale – Kauf-Intender 2024 vs. 2023  
 Wo haben Sie Ihren Wohnwagen / Wohnmobil gekauft bzw. wo werden Sie Ihren Wohnwagen / Wohnmobil voraussichtlich kaufen?

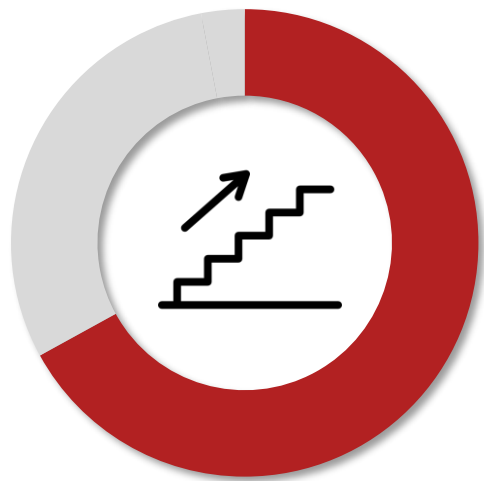


**+** Basis: n=691 (Intender 2024) / n=436 (Intender 2023)

! Kurzfristiges Potential: Zwei von drei Kauf-Interessierten sind Erstkäufer.

? Kauf 2024: Vorheriger Besitz - Kauf-Intender

Haben Sie vor Ihrem aktuellen Wohnwagen/Wohnwagen bzw. vor Ihrem aktuellen Kaufvorhaben bereits einen Wohnwagen oder ein Wohnmobil besessen?



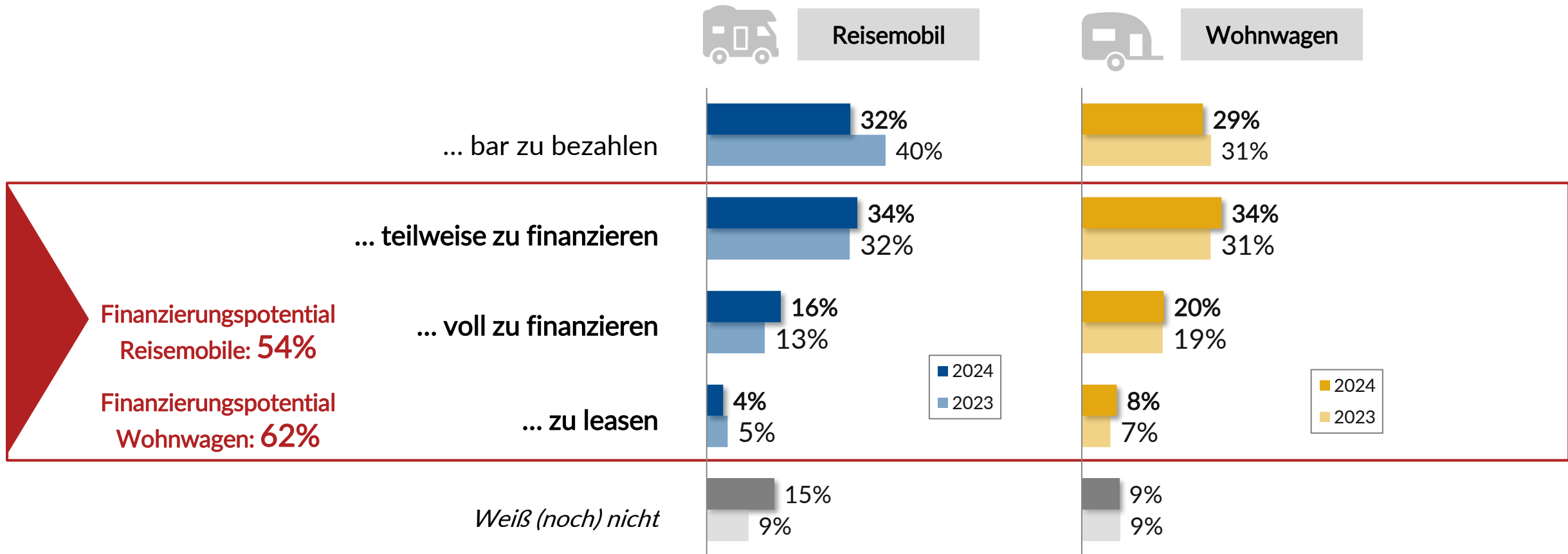
67%

... der Kaufplaner haben zuvor noch kein Freizeitfahrzeug besessen

+ Basis: n=691 (Kauf-Intender)

! Finanzierungspotential steigt weiter! Finanzdienstleister müssen aktiv werden und Kunden brauchen attraktive Finanzierungsangebote, denn ...

! Bezahlart: Trend-Entwicklung (Kauf-Intender 2024 vs. 2023)  
Ich plane meinen Wohnwagen / Wohnmobil ...



+ Basis: n=382 (Intender Reisemobil) / n=309 (Intender Wohnwagen)

# ! Spotlight – Touchpoint Handel

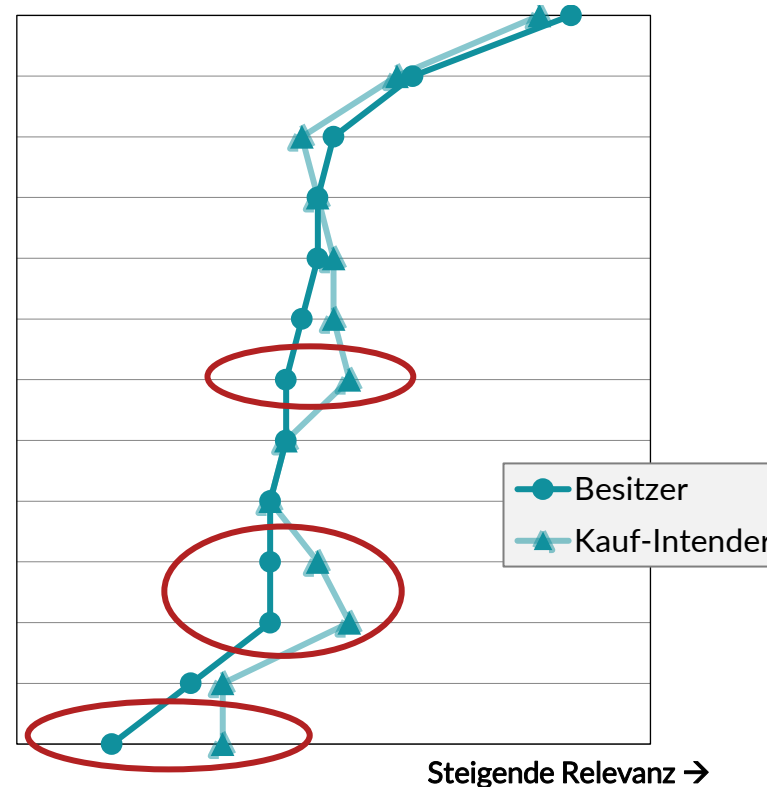


**! Trend-Kriterien bei der Händlerwahl:  
Fahrzeugauswahl, Online-Profil / Bewertungen und Finanzierung / Versicherungsangebot.**

**! POS: Handel – Entscheidungskriterien Händler – Top Box**  
Wie wichtig sind Ihnen grundsätzlich die folgenden Kriterien bei der Auswahl des Händlers? Skala: 1-5



- Kompetentes Fachpersonal
- Kurze Reaktionszeit auf Anfragen
- Händler mit Werkstatt
- Konkretes Wunschfahrzeug vor Ort Verfügbar
- Betreuung und Informationen während Lieferzeit
- Bietet Ausstattung / Zubehör an
- Fahrzeugbestand / Auswahl an Fahrzeugen**
- Kurze Lieferzeit
- Örtliche Nähe
- Gepflegte Händler-Website inkl. Online-Konfigurator**
- Positive Bewertungen des Händlers**
- Empfehlung von Freunden / Bekannten / Familie
- Bietet Fahrzeugfinanzierungen / Versicherungen**



**+** Basis: n=777 (Besitzer) / n=691 (Kauf-Intender)



# ■ Summary: Potenziale & Chancen



## ! Fazit

## ! Key-Learnings

### 1 Interesse am Caravaning auf hohem Niveau – bei mehr Ware als Nachfrage...

Das Interesse an Caravaning ist mit 19 Mio. Interessierten sehr hoch und über alle Altersgruppen (18-80) verteilt. Dieses Interesse drückt sich vielfältig aus, allerdings nicht hinreichend in Fahrzeugverkäufen, jedenfalls im Verhältnis zum (zu) großen Angebot. Ein besonderes Potenzial stellen der große Anteil von Einsteiger bzw. Erstkäufer unter den Kaufwilligen dar – auf diese muss sich der Handel mit einer pointierten Ansprache und besonderen Angeboten einstellen.

### 2 Fahrzeugauswahl, Finanzierung und digitale Wahrnehmung sind Erfolgsfaktoren im Handel

Der zum Teil sehr große Warenbestand im Handel trifft auch die Erwartung der Kaufinteressierten. Weitere Schlüsselfaktoren sind ein attraktives Finanzierungsangebot sowie die digitale Wahrnehmung des Unternehmens. Hier machen vor allem eine aktuelle Onlinepräsenz und gute Kundenrezensionen den Unterschied.

### 3 Digitale Anwendungen werden erwartet

Der mit den digitalen Möglichkeiten einhergehende Komfort ist ein Caravaning-Treiber. Entsprechend hoch sind die diesbezüglichen Erwartungen der Kunden auf der gesamten Journey. Nicht erreichbare Handelsplätze, umständliche Buchungs- und Bestellprozesse, viel Papier & Zeitverlust stoßen immer mehr auf Ablehnung. Entsprechend groß ist der Druck bei allen Anbietern – vom Campingplatz bis zur Versicherung – Fortschritte zu erzielen.

### 4 Sozial und Umweltgerecht als Chance für das Anbieterprofil

Caravaning-Interessierte sind sensible für Fragen der sozialen Verantwortung und der Umweltschonung. Diese Aspekte werden gemessen an der Relevanz kaum ausgespielt. Handel, Hersteller, Dienstleister und Einrichtungen haben hier eine naheliegende Möglichkeit, das eigene Profil zielgruppengerecht zu schärfen,.

! Sie möchten mehr zu den FOCUS CARAVANING BUSINESS REPORTS 2024 erfahren?  
Weitere Informationen unter: [www.focus-caravaning.de](http://www.focus-caravaning.de)

Focus Caravaning ermöglicht vielfältige & maßgeschneiderte **Analysen** nach relevanten Zielgruppen. Gelangen Sie so zu wertvollen Antworten auf Ihre Fragen.

Initiative Focus Caravaning 2024 – B2C | B2B | Preise | Reviews | Workshops | Netzwerk

## Kontakt & Anfragen:

Nutzen Sie unser Online-Formular und scannen Sie den QR-Code

Bestellformular	
Vorname*	Nachname*
<input type="text"/>	<input type="text"/>
E-mail Adresse*	Unternehmen
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Telefon	Haben Sie eine Nachricht an uns?
<input type="text"/>	<input type="text"/>



oder besuchen Sie uns unter

<https://www.miios-research.de/fokus-caravaning-zielgruppe>

## Ihre Ansprechpartner für Medien und Handelsbetriebe:



**Sabine Weber**  
gsr Unternehmensberatung GmbH  
sweber@gsr-unternehmensberatung.de  
+49 151 42311 369



**Niklas Haupt**  
Miios GmbH  
niklas.haupt@miios.de  
+49 173 902 293 4

# Expertise

Erfolgreich im Caravaning Business

[www.focus-caravaning.de](http://www.focus-caravaning.de)



**Quantitativer  
Research**



**Qualitativer  
Research**



**KI-Ansätze**



**POS-Research**



**Research Analytics**



**Qualification**



**Strategy**



**Performance**



**Management**



**POS**



WEITERE INFOS  
HINTER DIESEM QR-CODE  
ODER SCHREIBEN SIE UNS AN  
[info@focus-caravaning.de](mailto:info@focus-caravaning.de)  
+49-911-477-567-75





# URHEBERSCHUTZ

Alle Rechte vorbehalten

**Report 1** Kaufpreis des Studienreports „Der Caravaning Kunde – Markt und Trends“:  
€ 1.490 (Frühbucher bis 30.09.24 / ab. 01.10.24 € 1.890 pro Exemplar zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer

**Report 2** Kaufpreis des Studienreports „Touchpoint Handel – Erwartungen und Anforderungen der Kunden“  
€ 590 “pro Exemplar zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer

Mitglieder des DCHV erhalten Sonderpreise

Stand: August 2024

© Copyright gsr Unternehmensberatung GmbH & MiiOS GmbH, 2024  
Portraitbilder von Marcus Krüger

Änderungen und Irrtümer vorbehalten

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung / Veröffentlichung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und des Vertrags zwischen auftraggebender und auftragnehmender Institution / Organisation ohne Zustimmung der Herausgeber ist unzulässig und wird strafrechtlich verfolgt.

Grafik und Gestaltung



[gerryhammerl.design](http://gerryhammerl.design)





Alle Rechte vorbehalten

Exklusive Darstellung von Auszügen der Studienergebnisse für focus-caravanning.de

Stand: August 2024

© Copyright gsr Unternehmensberatung GmbH & MiiOS GmbH, 2024

Portraitbilder von Marcus Krüger

Änderungen und Irrtümer vorbehalten. Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung / Veröffentlichung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und des Vertrags zwischen auftraggebender und auftragnehmender Institution / Organisation ohne Zustimmung der Herausgeber ist unzulässig und wird strafrechtlich verfolgt.

# Ansprechpartner

**Niklas Haupt**

*GESCHÄFTSFÜHRER*

*MiiOS GmbH*

niklas.haupt@miios.de

+49 173 9022 934

**Sabine Weber**

*SENIOR CONSULTANT*

*gsr Unternehmensberatung*

sweber@gsr-unternehmensberatung.de

+49 151 42311 369



Grafik und Gestaltung



[gerryhammerl.design](https://gerryhammerl.design)