

Jahresband
Annual Report
2025/2026

Inhalt

Contents

Einblicke und Informationen Insights and information

- 6 Vorwort
Foreword
- 8 Der CIVD-Vorstand
The CIVD Executive Board
- 9 Der CIVD – Kurzdarstellung
The CIVD – A short introduction
- 10 Technik, Umwelt & Infrastruktur
Technology, environment & infrastructure
- 30 Internationaler CARAVAN SALON
International CARAVAN SALON
- 32 Caravanning- und Touristikmessen in Deutschland
Caravanning and tourism trade fairs in Germany
- 33 Internationale Caravanning- und Touristikmessen
International caravanning and tourism trade fairs
- 34 Marketingkommunikation
Marketing communication
- 46 Goldmobil
“Goldmobil”
- 47 CARAVANING TAGE 2025 –
Premiere der Aktionstage
CARAVANING TAGE 2025 –
Premiere of the campaign days
- 48 Pressearbeit und Fachpublikum
Public relations and trade audience
- 50 CIVD-Informationsmedien
CIVD information media
- 54 Statistik und Wirtschaft
Statistics and economics

Zahlen und Fakten Facts and figures

- 66 Umsatz der deutschen Freizeitfahrzeug-Industrie
Sales volume of the German leisure vehicle industry
- 67 Entwicklung der Neuzulassungen in Deutschland
Development of new registrations in Germany
- 68 Caravan-Neuzulassungen in Deutschland
Newly registered caravans in Germany
- 68 Caravan-Produktion
Caravan production
- 69 Caravan-Ausfuhr
Caravan exports
- 70 Caravan-Bestand
Number of caravans in use
- 71 Reisemobil-Neuzulassungen in Deutschland
Newly registered motor caravans in Germany
- 71 Reisemobil-Produktion
Motor caravan production
- 72 Reisemobil-Ausfuhr
Motor caravan exports
- 73 Reisemobil-Bestand
Number of motor caravans in use
- 74 Caravan-Neuzulassungen in Europa
Newly registered caravans in Europe
- 75 Reisemobil-Neuzulassungen in Europa
Newly registered motor caravans in Europe
- 76 Caravan-Bestand in Europa
Number of caravans in use in Europe
- 76 Reisemobil-Bestand in Europa
Number of motor caravans in use in Europe
- 77 Freizeitfahrzeug-Neuzulassungen weltweit
Newly registered leisure vehicles worldwide



Einblicke und Informationen

Insights and information

S. 4 – 63 | pp. 4–63



Vorwort Foreword



Geschäftsführer | Managing Director
Daniel Onggowinarso

In der jüngeren Vergangenheit hat die deutsche Caravaningbranche eine Reihe bemerkenswerter Meilensteine erreicht. Bereits in den 2010er-Jahren folgte eine positive Jahresbilanz auf die nächste – der Markt wuchs kontinuierlich. Während der Pandemie bescherte diese Entwicklung der Branche außergewöhnliche Verkaufsrekorde und auch das Jahr 2025 markierte einen weiteren Höhepunkt: Erstmals sind in Deutschland mehr als eine Million Reisemobile zugelassen, hinzu kommen rund 800.000 Caravans. Zahlen, die selbst die kühnsten Branchenoptimisten vor einigen Jahren wohl noch als ferne Zukunftsvisionen abgetan hätten. Darüber hinaus kann sich die Branche nach Jahrzehnten intensiver Lobbyarbeit von CIVD und ECF über einen weiteren Erfolg freuen: die Erweiterung des B-Führerscheins auf 4,25 Tonnen für Reisemobile.

Die Entwicklungen der vergangenen Jahre und Jahrzehnte verdeutlichen eindrucksvoll, wie groß die Begeisterung für Caravaning heute ist. Aus einer einstigen Nische, die lange Zeit als unattraktiv und spießig belächelt wurde, ist eine Urlaubsform geworden, die aus unserer Gesellschaft nicht mehr wegzudenken ist. Unsere Branche profitiert dabei von einem Reiseverhalten, das sich immer mehr wandelt. Flexibilität, Individualität und die Sehnsucht nach Natur in der Freizeit werden dem Urlauber von heute immer wichtiger. Gleichzeitig gehört zur Wahrheit, dass Industrie und Handel diesen Wandel frühzeitig erkannt, aktiv begleitet und erfolgreich genutzt haben.

CARAVAN SALON setzt erneut Maßstäbe

Noch nie war das Angebot an Freizeitfahrzeugen und Zubehör so vielfältig wie heute. Die Produkte unserer Branche bedienen die unterschiedlichsten Erwartungen, Bedürfnisse und Vorlieben der Reisenden und dies generationenübergreifend sowie in allen gesellschaftlichen Schichten. Besonders deutlich wird dies auf dem CARAVAN SALON in Düsseldorf. Als Weltleitmesse der Caravaningbranche ist er das wichtigste Stimmungsbarometer für Hersteller und Handel. Mit rund 270.000 Besucherinnen und Besuchern aus über 80 Ländern

In recent history, the German caravanning industry has achieved a number of remarkable milestones. The 2010s saw a succession of strong annual results, with the market growing steadily. During the pandemic, this development brought the industry exceptional sales records, and 2025 marked another high point: for the first time, more than one million motor caravans are registered in Germany, in addition to around 800,000 caravans. These are figures that even the most optimistic industry experts would have dismissed as distant visions of the future just a few years ago. In addition, after decades of intensive lobbying by the CIVD and ECF, the industry can celebrate another success: the extension of the B driving licence to 4.25 tonnes for motor caravans. Developments in recent years and decades clearly demonstrate how popular caravanning has become today. What was once a niche activity, long derided as unattractive and old-fashioned, has become a form of holiday that is now an integral part of our society. Our industry is benefiting from increasingly changing travel behaviour. Flexibility, individuality and a longing for nature in leisure time are becoming ever more important to today's holidaymakers. At the same time, it is true that industry and dealerships recognised this change early on, actively accompanied it and successfully capitalised on it.

CARAVAN SALON sets new standards once again

Never before has the range of leisure vehicles and accessories been as diverse as it is today. The products offered by our industry cater to the most varied expectations, needs and tastes of travellers across generations and all walks of life. This is particularly evident at the CARAVAN SALON in Düsseldorf. As the world's leading trade fair for the caravanning industry, it is the most important barometer for manufacturers and dealers. With around 270,000 visitors from over 80 countries and more than 800 exhibitors, the 64th edition of the CARAVAN SALON once again set new standards. Düsseldorf showcases the entire spectrum of what the industry has to offer. In

sowie mehr als 800 Ausstellern setzte die 64. Ausgabe des CARAVAN SALON erneut Maßstäbe. In Düsseldorf zeigt sich die gesamte Bandbreite dessen, was die Branche zu bieten hat. Davon überzeugten sich im Jahr 2025 auch der nordrhein-westfälische Ministerpräsident Hendrik Wüst sowie weitere politische Entscheider der Bundes- und Landesebene persönlich. Als größte und wichtigste Branchenmesse gibt der CARAVAN SALON jedes Jahr entscheidende Impulse für die weiteren Caravaning-Messen in Deutschland und Europa. Messen sind für die Branche unverzichtbar, denn hier werden Urlaubsträume greifbar und nehmen beim Anfassen, Vergleichen und Informieren konkrete Formen an.

Branche begegnet Herausforderungen gemeinsam

Die guten Besucherzahlen der Caravaning-Messen in Deutschland und Europa spiegeln sich auch in der Marktentwicklung wider. Im Jahr 2025 wurden in Deutschland rund 94.000 neue Freizeitfahrzeuge zugelassen. Der Gebrauchtmotor erreichte mit deutlich über 190.000 Besitzumschreibungen einen neuen Rekordwert. Auf europäischer Ebene wurden bereits im achten Jahr in Folge mehr als 200.000 Neuzulassungen verzeichnet.

Dass der deutsche und der europäische Markt insgesamt erneut so starke Ergebnisse erzielen konnten, ist keineswegs selbstverständlich. Auch das Jahr 2025 war von Herausforderungen geprägt. Ein zeitweiliges Überangebot an Fahrzeugen stellte Industrie und Handel vor anspruchsvolle Aufgaben. Sowohl die Produktionskapazitäten als auch die Händlerangebote mussten an die veränderten Rahmenbedingungen flexibel angepasst werden. Wie schon in der Vergangenheit gelang es jedoch allen Branchenakteuren, gemeinsam wirksame Strategien zu entwickeln und diese Phase erfolgreich zu bewältigen. Die Branche hat ihre Hausaufgaben gemacht.

Politik muss stabile Rahmenbedingungen schaffen

Dennoch lassen sich die Herausforderungen unserer Zeit nicht im Alleingang bewältigen. Auch die politischen Akteure sind gefordert, verlässliche und wachstumsfördernde Rahmenbedingungen zu schaffen. Eine innenpolitisch und wirtschaftlich angespannte Lage, eine schwächelnde Konjunktur, hohe bürokratische Belastungen aus Brüssel, eine gedämpfte Konsumstimmung sowie geopolitische Konflikte stellen Wirtschaft und Gesellschaft vor erhebliche Aufgaben. Umso wichtiger ist eine klare innenpolitische und wirtschaftspolitische Linie der Bundesregierung, die Wirtschaft, Wachstum und Konsum gezielt stärkt. Ebenso sind Landesregierungen und Kommunen in der Verantwortung. Caravaning kann als starker Wachstumstreiber für Tourismus und Wirtschaft einen wichtigen Beitrag leisten. Daher richten wir mit Blick auf die Landtags- und Kommunalwahlen in diesem Jahr unseren Appell an alle politischen Ebenen, Caravaning konsequent und langfristig in Wirtschafts- und Tourismusstrategien einzubinden und das große Potenzial unserer Urlaubsform zu nutzen. Die Caravaning-Industrie steht hierfür als starker und verlässlicher Partner bereit.

2025, North Rhine-Westphalia's Minister President Hendrik Wüst and other political decision-makers from the federal and state levels saw this for themselves. As the largest and most important trade fair in the industry, CARAVAN SALON provides decisive impetus for other caravanning trade fairs in Germany and Europe every year. Trade fairs are indispensable for the industry, because this is where holiday dreams become tangible and take concrete shape as visitors gain experience, make comparisons and gather information.

Industry faces challenges together

The high visitor numbers at caravanning trade fairs in Germany and Europe are also reflected in market developments. In 2025, around 94,000 new leisure vehicles were registered in Germany. The pre-owned market reached a new record high with well over 190,000 transfers of ownership. At the European level, more than 200,000 new registrations were recorded for the eighth year in a row.

The fact that the German and European markets as a whole were once again able to achieve such strong results is by no means a matter of course. The year 2025 was also marked by challenges. A temporary oversupply of vehicles presented the industry and dealers with difficult tasks. Production capacities had to be adjusted and dealer offers had to be flexibly adapted to changing conditions. As in the past, however, all industry players succeeded in working together to develop effective strategies and successfully overcome this phase. The industry has done its homework.

Politicians must create stable conditions

Nevertheless, the challenges of our time cannot be overcome on our own. Political players are also called upon to create reliable conditions that promote growth. A tense domestic political and economic situation, a weakening economy, heavy bureaucratic burdens from Brussels, subdued consumer sentiment and geopolitical conflicts pose considerable challenges for the economy and society.

This makes it all the more important for the federal government to pursue a clear domestic and economic policy that specifically strengthens the economy, growth and consumer spending. State governments and local authorities also have a responsibility in this regard. Caravaning can make an

important contribution as a strong catalyst for growth in tourism and the economy. With this in mind, and in view of this year's state and local elections, we appeal to all political levels to systematically and consistently integrate caravanning into economic and tourism strategies and to exploit the great potential of our form of holiday. The caravanning industry stands ready as a strong and reliable partner in this endeavour.

Caravaning muss in der Tourismus- und Wirtschaftsstrategie konsequent und langfristig mitgedacht werden.
Caravaning must be incorporated into tourism and economic policy in a systematic and long-term manner.

economic and tourism strategies and to exploit the great potential of our form of holiday. The caravanning industry stands ready as a strong and reliable partner in this endeavour.

Der CIVD-Vorstand The CIVD Executive Board



Vizepräsident und Öffentlichkeitsarbeit
Vice President and Public Relations

Dr. Holger Siebert
Direktor Marktstrategie | Director of Market Strategy
Eura Mobil GmbH



Technik, Umwelt & Infrastruktur
Technology, Environment & Infrastructure

Thomas Siegert
Geschäftsführer | Managing Director
Westfalia Mobil GmbH



Finanzen
Finance

Bernhard Kibler
Vorsitzender der Geschäftsführung | Chairman
Dethleffs GmbH & Co. KG



Export
Export

Alexander Leopold
CEO/Vorstandsvorsitzender | CEO/Chairman of the Executive Board
Erwin Hymer Group SE



Zulieferindustrie
Supplier Industry

Jürgen Vöhringer
Geschäftsleitung | CEO
Vöhringer GmbH & Co. KG

Der CIVD – Kurzdarstellung The CIVD – A short introduction



Der CIVD bündelt und fördert die Interessen des industriellen Zweigs der Caravanningbranche. Zu seinen Mitgliedern zählen nahezu alle europäischen Hersteller von Freizeitfahrzeugen sowie Zulieferer, Dienstleister, Institutionen und befreundete Branchenverbände.

Gegenüber politischen Entscheidungsträgern und Behörden in Deutschland und Europa setzt sich der Verband für zentrale Themen der gesamten Branche ein. Dazu gehören unter anderem technische Fragen und Normen im Fahrzeugbau, Umwelt- und Verbraucherschutz sowie die Weiterentwicklung der Caravanning-Infrastruktur. Die statistischen Daten und Analysen des CIVD haben sich in der europäischen Caravanning-Industrie als anerkannte Standardwerke etabliert.

Die Tochtergesellschaft Caravanning Informations GmbH (CIG) verantwortet die ausgezeichnete Marketing- und Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes. Mit einer breit angelegten 360-Grad-Kommunikationskampagne stärkt sie das positive Bild von Caravanning als moderne und vielseitige Form des Reisens.

Als ideeller Träger des CARAVAN SALON, der weltweit größten und wichtigsten Messe für Freizeitfahrzeuge, wirkt der CIVD an der inhaltlichen Ausrichtung mit und gibt zentrale Impulse für die gesamte Caravanningbranche.

Der CIVD ist nach DIN EN ISO 9001:2015 zertifiziert.

The CIVD brings together and promotes the interests of the industrial sector of the caravanning industry. Its members include almost all European manufacturers of leisure vehicles as well as suppliers, service providers, institutions and associated industry organisations.

In its dialogue with political decision-makers and authorities in Germany and across Europe, the Association advocates for key issues affecting the entire sector. These include, among others, technical matters and standards in vehicle construction, environmental and consumer protection, and the further development of caravanning infrastructure. The CIVD's statistical data and analyses have established themselves as recognised standard references within the European caravanning industry.

The Association's subsidiary, Caravanning Informations GmbH (CIG), is responsible for its highly regarded marketing and public relations work. Through a comprehensive 360-degree communications campaign, it strengthens the positive image of caravanning as a modern and versatile form of travel.

As the conceptual sponsor of the CARAVAN SALON, the world's largest and most important trade fair for leisure vehicles, the CIVD contributes to the event's development and provides key impulses for the entire caravanning sector.

The CIVD is certified in accordance with DIN EN ISO 9001:2015.

Technik, Umwelt & Infrastruktur

Technology, environment & infrastructure

Technik, Umwelt & Infrastruktur

Die vorrangige Aufgabe des CIVD-Referats Technik, Umwelt & Infrastruktur ist die fachliche und wirtschaftspolitische Vertretung der Caravaningbranche gegenüber der Bundesregierung, ihren Ministerien, Behörden und anderen Institutionen. Zentral sind die Themen Technik, Sicherheit, Normung, Nachhaltigkeit sowie die Weiterentwicklung der Digitalisierung der Caravaningbranche. Das Aufgabenspektrum erweiterte sich zuletzt um den Ausbildungsberuf „Caravan- und Reisemobiltechnik“, den der CIVD maßgeblich mitgestaltet hat, sowie um die Förderung von reisemobiler Infrastruktur.

Über seinen europäischen Dachverband, European Caravan Federation ECF, ist der CIVD eng an den EU-Gesetzgebungsverfahren beteiligt und nimmt mit seiner Expertise zum Wohl der gesamten europäischen Caravaningbranche direkten Einfluss auf die Vorschriften, z. B. zur EU-Typgenehmigung, zur Altfahrzeugentsorgung oder zum EU-Führerschein.

Das Reisen mit Wohnmobil und Caravan liegt seit Jahren absolut im Trend und lässt den Bestand an Freizeitfahrzeugen immer neue Höchststände erreichen. Damit wuchs auch der Bedarf an Fachkräften in den Werken der Hersteller und beim Fachhandel. Die speziellen Anforderungen bei Freizeitfahrzeugherstellern und dem Caravaning-Fachhandel konnte der CIVD im Ausbildungsberuf „Caravan- und Reisemobiltechnik“ verankern.

Neben der steigenden Zahl der Freizeitfahrzeuge erhöht das spezifische Reiseverhalten von Caravaning-Urlaubern die Entwicklungspotenziale gerade auch für Regionen, die bisher weniger im Fokus des touristischen Interesses standen. Der CIVD unterstützt mit Kommunen oder privaten Investoren dabei, niedrigschwellig touristische Infrastruktur vor Ort aufzubauen. Formate wie der Deutsche Stellplatztag, der Musterstellplatz auf dem CARAVAN SALON oder die Zusammenarbeit mit Hochschulen haben sich etabliert. Kooperationen, z. B. mit den Nationalen Naturlandschaften und dem Verband Deutscher Naturparke, werden laufend ausgebaut.

Caravaning ist nicht nur eine pandemietaugliche, sondern auch eine, wie viele Studien belegen, ökologisch verträgliche Art des Reisens. Klimaschutz als eine der zentralen Herausforderungen der Zukunft spielt auch beim Thema Stellplätze eine wichtige Rolle. Das Pilotprojekt „Klimafreundlicher Reisemobilstellplatz“ bietet die Chance, Stellplätze von Beginn an klimafreundlich zu planen und bestehende nach und nach umzugestalten.



Technology, environment & infrastructure

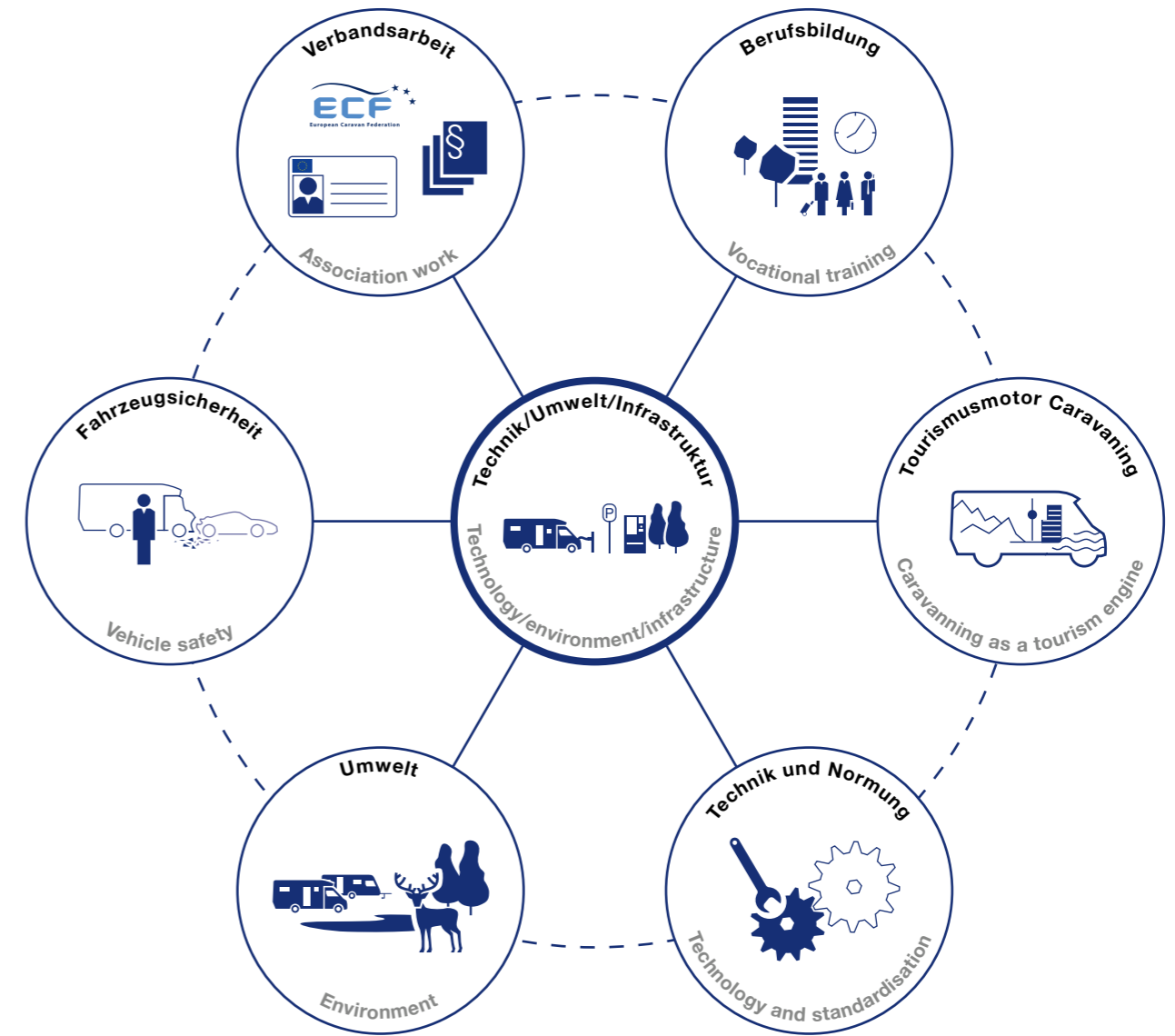
The primary task of the CIVD Department for Technology, Environment and Infrastructure is to represent the caravanning industry in technical and economic policy matters vis-à-vis the Federal Government, its ministries, authorities and other institutions. The main topics are technology, safety, standardisation, sustainability and the future-proof development of digitalisation in the industry. The range of tasks has recently been expanded to include the vocational education “Caravan and Motor Caravan Technology”, which the CIVD played a key role in shaping, as well as the promotion of motor caravan infrastructure.

Through its European umbrella organisation, the European Caravan Federation (ECF), the CIVD is closely involved in the EU legislative process and uses its expertise to directly influence the regulations, e.g. on EU type approval, end-of-life vehicle disposal or the EU driving licence, for the benefit of the entire European caravanning industry.

Travelling with motor caravans and caravans has been an absolute trend for years and the number of leisure vehicles is constantly reaching new highs. This has also increased the demand for skilled labour at manufacturers’ factories and specialist dealers. The CIVD was able to anchor the special requirements of leisure vehicle manufacturers and the specialised caravanning trade in the vocational education “Caravan and Motor Caravan Technology”.

In addition to the increasing number of leisure vehicles, the specific travel behaviour of caravanning holidaymakers increases the development potential, especially of regions that have previously been less in the focus of tourism interests. The CIVD works with local authorities and private investors to support the development of low-threshold local tourism infrastructure. Formats such as the German Motor Caravan Site Day or the model motor caravan site at the CARAVAN SALON or cooperation with universities have become established. Cooperations, e.g. with the Nationale Naturlandschaften and the Verband Deutscher Naturparke, are constantly being expanded.

Caravaning is not only a pandemic-proof way of travelling, but also an ecologically compatible way of travelling, as proven by many studies. Climate protection is one of the key challenges of the future and plays an important role when it comes to motor caravan pitches. The “climate-friendly motorhome pitch” pilot project offers the opportunity to plan climate-friendly pitches from the outset and to gradually redesign existing ones.



	Tourismusmotor Caravaning <ul style="list-style-type: none"> Stellplatzberatung Planungshilfe für Reisemobilstellplätze Webinare Hochschulnetzwerk Veranstaltungen: Deutscher Stellplatztag, Musterstellplatz, Arbeitsgemeinschaft Reisemobiltourismus, Reisemobile im ruhenden Verkehr 	Tourism motor caravanning <ul style="list-style-type: none"> Motor caravan site consulting Planning aid for motor caravan pitches Webinars University network Events: German Motor Caravan Site Day, model motor caravan site, Working Group on Motor Caravan Tourism, motor caravan in stationary traffic
	Technik und Normung <ul style="list-style-type: none"> CI-BUS Freizeitfahrzeugnormung Normungs-Seminare Rechtsworkshops 	Technology and standardisation <ul style="list-style-type: none"> CI-BUS Recreational vehicle standardisation Standardisation seminars Legal workshops
	Umwelt <ul style="list-style-type: none"> Klimaschutzinitiative Klimafreundlicher Reisemobilstellplatz Material Compliance Trinkwasser REACH Altfahrzeugverordnung 	Environment <ul style="list-style-type: none"> Climate protection initiative Climate-friendly motor caravan pitch Material compliance Drinking water REACH End-of-life vehicle regulation
	Fahrzeugsicherheit <ul style="list-style-type: none"> EU-Typgenehmigung Branchenempfehlungen 	Vehicle safety <ul style="list-style-type: none"> EU type approval Industry recommendations
	Verbandsarbeit <ul style="list-style-type: none"> Führerschein ECF-Generalsekretariat 	Association work <ul style="list-style-type: none"> Driving licence ECF General Secretariat
	Berufsbildung <ul style="list-style-type: none"> Ausbildungsberuf „Caravan- und Reisemobiltechnik“ 	Vocational training <ul style="list-style-type: none"> “Caravan and Motor Caravan Technology” vocational training



Führerschein

Die Interessenvertretung der deutschen und europäischen Hersteller von Caravans und Reisemobilen erfolgt heute in weiten Teilen auf europäischer Ebene. Eine Schlüsselrolle nimmt dabei der europäische Dachverband, die European Caravan Federation (ECF), ein. Gemeinsam mit den nationalen Mitgliedsverbänden vertritt die ECF die Belange der Branche gegenüber den europäischen Institutionen in Brüssel, wo die zentralen rechtlichen Rahmenbedingungen für die Freizeitfahrzeug-Industrie festgelegt werden.

Zu diesem Zweck ist die ECF in Ausschüssen und Gremien vertreten und bringt sich dort kontinuierlich in laufende Gesetzgebungsverfahren ein. Im Mittelpunkt steht die Mitwirkung an europäischen Rechtsakten mit unmittelbarer Relevanz für die Hersteller. Von besonderer Bedeutung ist dabei die EU-Typgenehmigung, die heute den rechtlichen Rahmen für die serienmäßige Herstellung von Caravans und Reisemobilen maßgeblich bestimmt.

Der Führerschein zählt zu den Regelungsbereichen, die heute weitgehend durch drei europäische Richtlinien harmonisiert sind. In Deutschland wurde z. B. zum 1. Januar 1999 infolge der zweiten EU-Führerscheinrichtlinie der **B-Führerschein** eingeführt.

Für den Markt der Reisemobile führte diese Entwicklung zu einer klaren Zäsur: Während Inhaber der früheren Führerscheinklasse 3 weiterhin Fahrzeuge bis **7,5 t** führen dürfen, ist die Fahrerlaubnis der Klasse B auf **3,5 t** beschränkt. Da die Klassen **C1 und C** auf die berufliche Nutzung ausgelegt sind, fehlt bis heute eine geeignete Fahrerlaubnis für privat genutzte Reisemobile oberhalb von 3,5 t.

Die Erweiterung des B-Führerscheins auf 4,25 t für Reisemobile ist das Ergebnis eines langen und mitunter zähen europäischen Entscheidungsprozesses. Bereits bei den Verhandlungen zur dritten EU-Führerscheinrichtlinie vor über 20 Jahren setzte sich die Caravaningbranche für diese Regelung ein.

Driving licence

The representation of the interests of German and European manufacturers of caravans and motor caravans is coordinated by their European umbrella organisation, the European Caravan Federation (ECF). Together with representatives of the national member associations, the ECF is involved in various committees and bodies. The ECF's main task is to help shape European legislation that is important for the leisure vehicle industry.

To this end, the ECF is represented on committees and panels, where it is continuously involved in ongoing legislative processes. The focus is on participating in European legislation that is directly relevant to manufacturers. Of particular importance here is EU type approval, which today largely determines the legal framework for the series production of caravans and motor caravans.

Driving licences are one of the areas of regulation that are now largely harmonised by three European directives. In Germany, for example, the **B driving licence** was introduced on 1 January 1999 because of the second EU driving licence directive.

This development led to a clear turning point for the motor caravan market: while holders of the former Class 3 driving licence are still permitted to drive vehicles weighing up to **7.5 tonnes**, current Class B driving licences are limited to **3.5 tonnes**. As Classes **C1 and C** are designed for professional use, there is still no suitable driving licence for privately used motor caravans weighing more than 3.5 tonnes.

The extension of the B driving licence to 4.25 tonnes for motor caravans is the result of a long and sometimes tough European decision-making process. The caravanning industry had already advocated for this regulation during negotiations on the third driving licence directive more than 20 years ago. Although the European Parliament was open to raising the weight limit for both combinations and motor caravans at the

Zwar zeigte sich das Europäische Parlament damals offen für eine Anhebung der Gewichtsgrenze sowohl für Kombinationen als auch für Reisemobile, doch im Trilog setzte sich dieser Weitblick nicht durch – übrig blieb allein B96 für Gespanne. Die Kompromissmaschine Brüssel lief, Reisemobile blieben auf der Strecke.

Eine neue Chance ergab sich erst mit dem Vorschlag der Kommission zur vierten EU-Führerscheinrichtlinie im Jahr 2023. Geprägt vom Geist des Green Deal sah dieser zunächst eine Gewichtsgrenze von 4,25 t ausschließlich für alternativ angetriebene Fahrzeuge vor. Die grundsätzliche Anerkennung der 4,25-t-Grenze war ein Fortschritt, die Einschränkung auf bestimmte Antriebsarten jedoch sachlich kaum überzeugend. Nach jahrelangem, beharrlichem Einsatz der European Caravan Federation und ihrer nationalen Mitgliedsverbände folgte 2025 schließlich die Kurskorrektur: Parlament und Rat sprachen sich für die Erweiterung des B-Führerscheins auf 4,25 t für alle Reisemobile aus – unabhängig vom Antrieb. Getragen von breiter Unterstützung im Parlament und maßgeblich vorangetrieben durch Deutschland und Italien im Rat, setzte

time, this vision did not prevail in the trilogue – only B96 for combinations remained. The Brussels compromise machine was in full swing, and motor caravans fell by the wayside. A new opportunity only arose with the Commission's proposal for the fourth driving licence directive in 2023. Influenced by the spirit of the Green Deal, this initially provided for a weight limit of 4.25 tonnes exclusively for alternatively powered vehicles. The fundamental recognition of the 4.25-tonne limit was a step forward, but the restriction to certain types of drive was hardly convincing from a factual point of view.

After years of persistent efforts by the European Caravan Federation and its national member associations, a change of course finally came in 2025: Parliament and the Council voted in favour of extending the B driving licence to 4.25 tonnes for all motor caravans, regardless of their propulsion system. Backed by broad support in Parliament and driven forward by Germany and Italy in the Council, the factual argument ultimately prevailed: motor caravans have a very low accident rate, are subject to weight-increasing legal requirements and usage concepts, differ little to nothing in terms of driving



sich letztlich die sachliche Argumentation durch: Reisemobile weisen eine sehr geringe Unfallbeteiligung auf, unterliegen gewichtserhöhenden gesetzlichen Vorgaben und Nutzungskonzepten, unterscheiden sich in den Gewichtsklassen 3,5 t und 4,25 t fahrdynamisch kaum und bieten zudem eine im Vergleich überdurchschnittlich gute Umweltbilanz. Nicht zuletzt stärken Camping und Caravanning eine Wertschöpfung, die vollständig in Europa verbleibt.

Die Erweiterung des B-Führerscheins stellt damit einen entscheidenden Meilenstein für die Branche und die Nutzerinnen und Nutzer dar. Sie eröffnet einer breiten Zielgruppe den Zugang zu modernen, sicher ausgestatteten Reisemobilen, erhöht die Planungssicherheit für Hersteller und trägt dazu bei, den europäischen Markt für Freizeitfahrzeuge nachhaltig zu stärken.

Die Richtlinie ist bis Ende November 2028 in nationales Recht umzusetzen; spätestens Ende 2029 soll das neue Recht das bestehende vollständig ersetzen. Ab wann die neue B-Führerscheinerweiterung für Reisemobile bis 4,25 t („B96.02“) tatsächlich verfügbar sein wird, ist derzeit noch offen.

Die vierte EU-Führerscheinrichtlinie eröffnet den Mitgliedstaaten bei der Umsetzung der neuen B-Führerscheinerweiterung auf 4,25 t zwei Optionen: den Erwerb über eine Schulung oder über eine Prüfung. Welche Variante zur Anwendung kommt, entscheidet der jeweilige nationale Gesetzgeber.

Bei Wahl der Schulung sieht die Richtlinie gemäß Anhang V eine Fahrzeugführerschulung mit einer Mindestdauer von sieben Stunden vor. Das entspricht im Wesentlichen der Schulung bei B96-Kombinationen. Alternativ kann eine Prüfung der Fähigkeiten und Verhaltensweisen vorgesehen werden, deren konkrete Ausgestaltung den Mitgliedstaaten überlassen bleibt.

Große Zahl an B96.02-Interessenten erwartet

Seit dem 1. Januar 1999 werden B-Führerscheine ausgeben. Diejenigen, die heute mit dem B-Führerschein nur bis 3,5 t fahren können, sind 44 Jahre alt oder jünger. 2028, also bei Inkrafttreten von B96.02, sind diese Personen bereits 47 Jahre alt, im Jahr 2035 dann 54 Jahre und damit in der Zielgruppe für Reisemobil-Tourismus. Im zeitlichen Verlauf ist daher eine Dynamisierung der Nachfrage nach B96.02 beim laufenden jährlichen Bedarf zu erwarten. Realistisch betrachtet, dürfte eine niedrige sechsstellige Zahl an B96.02-Interessenten schon jetzt vorhanden sein. Dazu kommt noch ein laufender jährlicher Bedarf.

Zur Einschätzung der Erwerbsabsicht der B-Führerscheinerweiterung auf 4,25 t wurden im Rahmen einer Besucherbefragung auf dem CARAVAN SALON 2025 in Düsseldorf entsprechende Fragen gestellt. Die Befragung bestätigt eine hohe Bekanntheit der neuen Regelung unter Wohnmobil-interessierten sowie ein ausgeprägtes Interesse am Erwerb der Erweiterung. Rund die Hälfte der Befragten äußerte eine konkrete Erwerbsabsicht. Da Messebesucher als besonders affines Publikum gelten, wurde dieser Wert für die weitere Bedarfsabschätzung vorsichtig korrigiert.

Was ist zu tun?

Deutschland muss die vierte EU-Führerscheinrichtlinie schnell und praxisnah umsetzen: Die Erweiterung der Klasse B auf Wohnmobile bis 4,25 t bietet enorme Chancen für Bürger, Industrie und Tourismus. Entscheidend ist eine einfache und unbürokratische nationale Regelung, die Planungssicherheit schafft und Überregulierung vermeidet.

dynamics between 3.5 tonnes and 4.25 tonnes, and also offer an above-average environmental balance. Finally, camping and caravanning boosts added value that remains entirely within Europe.

The extension of the B driving licence thus represents a decisive milestone for the industry and users. It opens up access to modern, safely equipped motor caravans to a broad target group, increases planning security for manufacturers and contributes to strengthening the European market for recreational vehicles in the long term.

The directive must be transposed into national law by the end of November 2028; the new law is to replace the existing one in its entirety by the end of 2029 at the latest. It is currently still unclear when the new B driving licence extension for motor caravans up to 4.25 tonnes („B96.02“) will actually be available.

The fourth driving licence directive gives Member States two options for implementing the new B driving licence extension to 4.25 tonnes: acquisition through training or through an examination. The respective national legislator decides which option is to be applied.

If training is chosen, the directive stipulates in Annex V that driver training must last at least seven hours. This is similar in principle to the training for B96 combinations. Alternatively, an examination of skills and behaviour may be provided for, the specific details of which are left to the Member States.

Large number of B96.02 applicants expected

B driving licences have been issued since 1 January 1999. Those who can currently only drive vehicles weighing up to 3.5 tonnes with a B driving licence are 44 years old or younger. In 2028, when B96.02 is expected to come into force, these people will already be 47 years old, and in 2035 they will be 54 years old and fully within the target group for motor caravan tourism. Over time, therefore, demand for B96.02 is expected to increase in line with current annual demand. Realistically, there are likely to be a low six-figure number of people interested in B96.02 already. Added to this is ongoing annual demand.

To assess the intention to purchase the B driving licence extension to 4.25 tonnes, relevant questions were asked in a visitor survey at the CARAVAN SALON 2025 in Düsseldorf. The survey confirms a high level of awareness of the new regulation among those interested in motor caravans, as well as a marked interest in acquiring the extension. Around half of those surveyed expressed a concrete intention to purchase. As trade fair visitors are considered a particularly affluent audience, this figure was cautiously adjusted for further demand estimation.

What needs to be done?

Germany must implement the fourth EU driving licence directive quickly and in a practical manner: extending Class B to motor caravans weighing up to 4.25 tonnes offers enormous opportunities for citizens, industry and tourism. It is crucial to have simple and unbureaucratic national regulations that create planning security and avoid overregulation.



Technik/Umwelt/Infrastruktur → **Fahrzeugsicherheit**
Technology/environment/infrastructure → **Vehicle safety**

🚦 Straßenverkehrssicherheit

Reisemobile und Pkw-Caravan-Kombinationen stellen keinen Schwerpunkt im Unfallgeschehen dar. Trotz des stark gestiegenen Reisemobil-Bestands in den vergangenen Jahren blieben die Unfälle mit Verletzten und Toten auf einem konstant niedrigen Niveau. Zu diesem Ergebnis kamen bereits zwei Studien der Bundesanstalt für Straßenwesen (BASt).

Mit einem Anteil von 0,4 Prozent stellen Reisemobile keinen Schwerpunkt im Unfallgeschehen dar. Zu diesem Ergebnis gelangt die aktuelle Untersuchung „Unfallbeteiligung von Wohnmobilen 2010 bis 2020“ der Bundesanstalt für Straßenwesen (BASt)*.

Erfreulicherweise liegen die Unfallfolgen bei den Insassen der Reisemobile sowie der Pkw mit Caravan auf einem sehr niedrigen Niveau. Von 2010 bis 2024 wurden im Mittel weniger als fünf Personen als Nutzer eines Reisemobils bei Straßenverkehrsunfällen getötet. Bei Pkw-Caravan-Kombinationen ist es eine Person. Die Zahlen sind seit Jahren konstant und schwanken um die Mittelwerte. Diese geringe Anzahl von schweren Unfallfolgen bei den Insassen von Reisemobilen und Pkw-Caravan-Kombinationen beruht u. a. auf der insgesamt seltenen Unfallbeteiligung.



QR-Code scannen für den Download des BASt-Berichts „Unfallbeteiligung von Wohnmobilen 2010 bis 2020“.
Scan the QR code to download the BASt report „Unfallbeteiligung von Wohnmobilen 2010 bis 2020“ (Accident involvement of motor caravans 2010 to 2020).

🚦 Road safety

Motor caravans and car-caravan-combinations do not represent a focal point in accident occurrence. Despite the sharp increase in the number of motor caravans in the past years, the number of accidents with injuries and fatalities remained at a constant, very low level. Two studies by the Federal Highway Research Institute (BASt) came to this conclusion.

With a share of 0.4 per cent, motor caravans do not represent a focal point in the accident occurrence. This is the conclusion of the current study „Accident involvement of motor caravans 2010 to 2020“ by the Federal Highway Research Institute (BASt).

Fortunately, the accident consequences for the occupants of motor caravans and passenger car-caravan-combinations are at a very low level. From 2010 to 2024, an average of just under five persons were killed as occupants of a motor caravan in road traffic accidents. In the case of car-caravan-combinations, it is one person. This low number of serious accident consequences among occupants of motor caravans is based, among other things, on the overall infrequent involvement in accidents.



Von 2010 bis 2024 nahm der Bestand an Reisemobilen um 195 Prozent zu, der Bestand an Caravans stieg in diesem Zeitraum um 40 Prozent. Trotz dieses rasanten Bestandswachstums bewegen sich die Unfallfolgen über die Jahre konstant auf einem kaum nachweisbaren Niveau. Natürlich ist jeder Verkehrstote einer zu viel. Bezogen auf den Bestand zeigen Reisemobile eine deutlich geringere Unfallbelastung als Pkw: 126 Beteiligte je 100.000 Reisemobile gegenüber 632 bei Pkw. Von den im Jahr 2024 insgesamt 1.895 tödlich verunglückten Fahrern und Mitfahrern in Kraftfahrzeugen waren zwei Reisemobilinsassen. In Pkw-Caravan-Kombinationen kam eine Person zu Tode.

Unfälle mit Reisemobilen stellen demnach in Deutschland sowohl bei der Betrachtung der absoluten Anzahl der Unfälle als auch bei der Betrachtung des fahrleistungsbezogenen Unfallrisikos keinen dringenden Problembereich der Verkehrssicherheit dar.

Das internationale Unfallgeschehen von Reisemobilen lässt sich nur lückenhaft wiedergeben, da nur noch in fünf weiteren Ländern (teilweise lückenhafte) Daten vorliegen. Es zeigt sich ein ähnliches Bild wie in Deutschland. Trotz zum Teil stark steigender Bestände ist das Unfallgeschehen unverändert.

Unfallgeschehen von Reisemobilen nach Gewichtsklassen

Bei der Betrachtung des Unfallgeschehens von Reisemobilen nach Gewichtsklassen (2019 bis 2024) ergibt sich aufgrund der Bestandsverteilung das erwartete Bild. Entsprechend dem Reisemobil-Bestand von 81,2 Prozent in der Gewichtsklasse bis zu 3,5 t ereignen sich die meisten Unfälle mit Reisemobilbeteiligung in diesem Segment (87,3 Prozent). Die Reisemobile von 3,5 t bis 7,5 t liegen mit 10 Prozent etwas unter ihrem Bestandswert von 18,1 Prozent.

Bei den Reisemobilen über 7,5 t decken sich der Anteil am Gesamtbestand sowie die Unfallbeteiligung von ca. 0,5 Prozent. Auffällig ist, dass bei diesen Reisemobilen im Betrachtungszeitraum von sechs Jahren niemand getötet wurde. Zwei Reisemobilinsassen wurden schwer verletzt und neun leicht verletzt. Bei den Unfallbeteiligten wurden mit sechs Schwerverletzten und zwölf Leichtverletzten vergleichbare Unfallfolgen ermittelt.

Damit wird deutlich, dass auch bei schweren Reisemobilen keine erhöhte Gefahr für andere Verkehrsteilnehmer ausgeht.

From 2010 to 2024, the number of motor caravans increased by 195 per cent, while the number of caravans rose by 40 per cent in the same period. Despite this rapid growth in numbers, the number of accidents has remained constant over the years at a barely detectable level. Of course, every road death is one too many. In relation to the number of vehicles, motor caravans have a significantly lower accident rate than cars: 126 people involved per 100,000 motor caravans compared to 632 for cars.

Of the 1,895 drivers and passengers killed in motor vehicle accidents in 2024, two were motor caravan occupants. One person died in a car-caravan combination.

Accordingly, accidents involving motor caravans do not represent an urgent problem area of road safety, both when considering the absolute number of accidents and when looking at the mileage-related accident risk.

The international accident history of motor caravans can only be represented incompletely, as data are only available in five other countries (some of them incomplete). The picture is like that in Germany. Despite some strong increases in the number of vehicles, the accident rate remains unchanged.

Accidents involving motor caravans by weight class

An analysis of motor caravan accidents by weight class (2019 to 2024) shows the expected picture based on the distribution of the vehicle population. According to the motor caravan stock of 81.2 per cent in the weight class up to 3.5 tonnes, most accidents involving motor caravans occur in this segment (87.3%). At ten per cent, motor caravans weighing over 3.5 tonnes and up to 7.5 tonnes are slightly below the 18.1 per cent of motor caravan stock in this category.

The share of motor caravans over 7.5 tonnes in the total stock and the accident rate of approx. 0.5 per cent are the same. It is striking that no one was killed in these motor caravans in the six-year period under review. Two motor caravan occupants were seriously injured and nine were slightly injured. The consequences of the accidents were similar for those involved, with six seriously injured and twelve slightly injured.

This clearly shows that even heavy motor caravans do not pose an increased risk to other road users.

Unfallbeteiligung von Reisemobilen in Bezug auf die Gewichtsklasse, 2024

Accident involvement of motor caravans by weight class, 2024

Gewichtsklasse Weight class	Anzahl Unfälle mit Reisemobil-Beteiligung* Number of accidents involving motor caravans*	Reisemobil-Unfälle mit Personenschaden Motor caravan accidents with personal injuries						
		Dabei Verunglückte Casualties				Darunter im Reisemobil Verunglückte Including people who died in a motor caravan		
		Insgesamt Total	Getötete Deceased	Schwer- verletzte Seriously injured	Leicht- verletzte Slightly injured	Getötete Deceased	Schwer- verletzte Seriously injured	Leicht- verletzte Slightly injured
< 3.500 kg	1.027	1.639	10	271	1.358	1	67	433
3.501–7.500 kg	126	185	7	20	158	1	6	40
> 7.500 kg	4	10	0	4	6	0	0	1
Unbekannt Unknown	27	37	1	1	35	0	0	4
Gesamt Total	1.184	1.871	18	296	1.557	2	73	478

Quelle: Bundesanstalt für Straßenwesen (BASt); Kraftfahrt-Bundesamt (KBA)

Source: Federal Highway Research Institute (BASt); Federal Motor Transport Authority (KBA)

*Oben den QR-Code scannen für den Download des BASt-Berichts „Unfallbeteiligung von Wohnmobilen 2010 bis 2020“.

*Scan the QR code above to download the BASt report „Unfallbeteiligung von Wohnmobilen 2010 bis 2020“ (Accident involvement of motor caravans 2010 to 2020).



Technik/Umwelt/Infrastruktur → Technik und Normung

Technology/environment/infrastructure → Technology and standardisation

EU-Typgenehmigung für Reisemobile und Caravans

Die Vorschriften zur EU-Typgenehmigung nach der Rahmenverordnung (EU) Nr. 2018/858 bleiben für die deutschen und europäischen Hersteller von Reisemobilen und Caravans von zentraler Bedeutung. Die einmal erteilte EU-Typgenehmigung ermöglicht die Zulassung der Fahrzeuge in allen Mitgliedstaaten ohne zusätzliche nationale Prüfungen. Angesichts des hohen Exportanteils – nahezu die Hälfte der in Deutschland produzierten Freizeitfahrzeuge wird im europäischen Ausland abgesetzt – stellt die EU-Typgenehmigung seit vielen Jahren eine wesentliche Grundlage für den Marktzugang dar.

Reisemobile und Caravans gelten im Typgenehmigungsrecht als Fahrzeuge mit besonderer Zweckbestimmung. Zwar gehören Reisemobile zur Fahrzeugklasse M1, unterscheiden sich jedoch aufgrund ihres Wohnaufbaus grundlegend von Pkw. Der Fokus liegt nicht primär auf dem Fahrbetrieb, sondern auf der Nutzung als mobiler Wohnraum. Küchen-, Schlaf-, Sanitär- und Aufenthaltsbereiche machen die uneingeschränkte Anwendung klassischer Pkw-Vorschriften vielfach unmöglich. Hinzu kommt, dass Reisemobile überwiegend auf Nutzfahrzeugchassis aufgebaut werden, was insbesondere bei Emissions-, Gewichts- und Sicherheitsanforderungen besondere Regelungen erforderlich macht. Diese Besonderheiten werden im Rahmen der mehrstufigen EU-Typgenehmigung berücksichtigt.

Für die kommenden Jahre gewinnt die General Safety Regulation 2 (GSR2) weiter an Bedeutung. Die Verordnung (EU) 2022/2236 sieht vor, dass ab dem 7. Juli 2026 sämtliche neuen Typgenehmigungen auch für Reisemobile und Caravans die erweiterten Sicherheitsanforderungen erfüllen müssen. Ziel der GSR2 ist eine europaweite Verbesserung der Verkehrssicherheit durch den verstärkten Einsatz aktiver Assistenz- und Sicherheitssysteme.

Zu den neu geforderten Systemen zählen unter anderem Spurhaltesysteme, der intelligente Geschwindigkeitsassistent, das Notbremslicht, ein Aufmerksamkeitsassistent sowie Reifendruckkontrollsysteme. Diese Systeme sollen den Fahrer unterstützen, Unfälle vermeiden helfen und kritische Fahrsituationen frühzeitig erkennen. In der Praxis ist jedoch festzuhalten, dass viele dieser Sicherheitsfunktionen bereits heute in zahlreichen Reisemobilen verbaut sind, da sie über die Basisfahrzeuge eingeführt wurden. Insbesondere moderne Nutzfahrzeugplattformen verfügen schon seit einigen Jahren über ein hohes Sicherheitsniveau, von dem auch der Reisemobil-Aufbau profitiert.

Neue Crashtests für Reisemobile sind im Rahmen der GSR2 weiterhin nicht vorgesehen. Für Pkw entwickelte Crashtests lassen sich aufgrund der konstruktiven Besonderheiten von Reisemobilen nicht sinnvoll übertragen. Die EU-Regelungen tragen dem Rechnung, indem passive Sicherheitsanforderungen weitgehend über das jeweilige Basisfahrzeug abgedeckt werden. Zerstörende Prüfungen kompletter Reisemobile wären insbesondere für die überwiegend mittelständisch geprägten Hersteller mit vergleichsweise kleinen Stückzahlen wirtschaftlich nicht darstellbar.

Insgesamt wird die Umsetzung der GSR2-Anforderungen das Sicherheitsniveau von Reisemobilen und Caravans weiter erhöhen, ohne deren besondere Zweckbestimmung aus dem Blick zu verlieren.

EU type approval for motor caravans and caravans

The Framework Regulation (EU) No. 2018/858 on type approval is of particular importance for the German and European manufacturers of caravans and motor caravans. Once they have been EU type approved, caravans and motor caravans can be registered within the EU without undergoing further tests. Given the high proportion of exports – almost half of the recreational vehicles produced in Germany are sold in other European countries – EU type approval has been an essential basis for market access for many years.

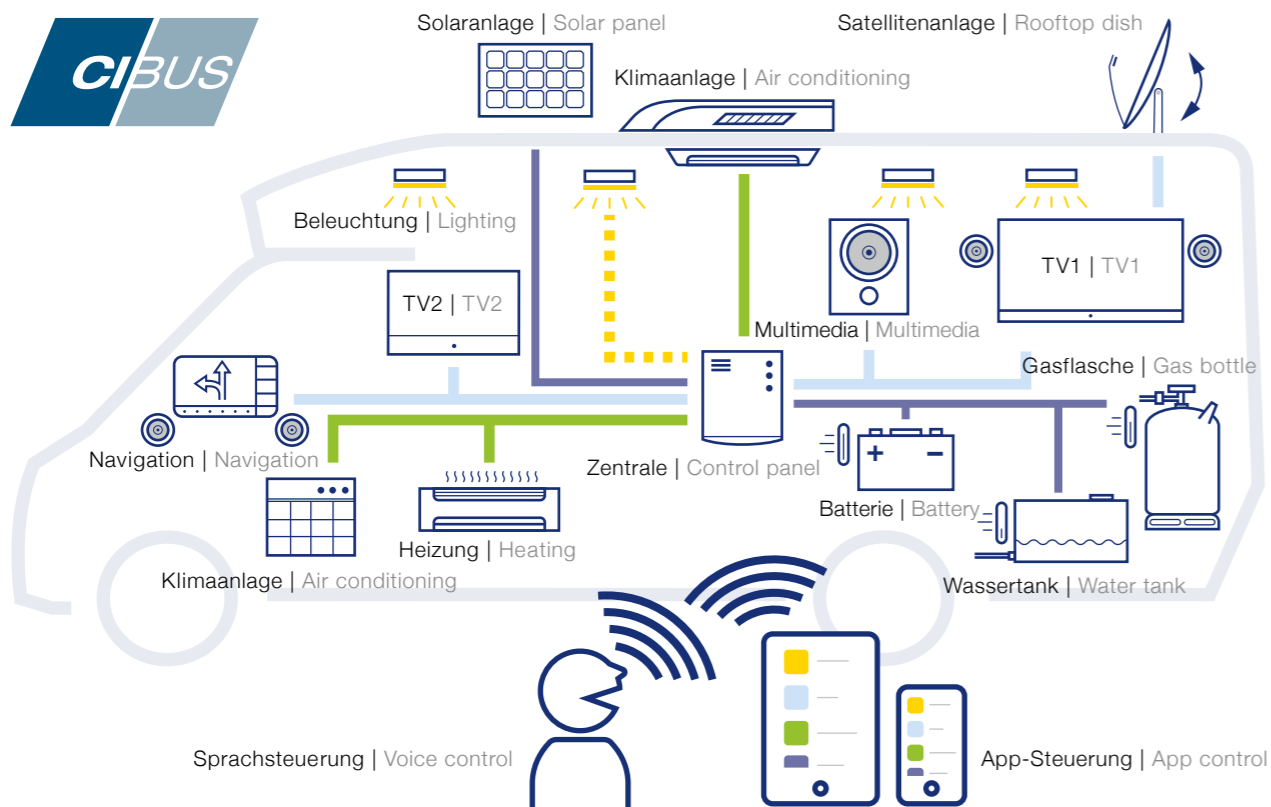
As so-called “special purpose vehicles”, motor caravans and caravans are partially subject to different regulations than cars and trailers. For example, motor caravans are in the M1 category (passenger transport for eight persons plus a driver), like passenger cars, but are exempt from certain regulations due to their special purpose. The living area layout with its equipment features such as kitchen, table, storage compartment and sleeping area, which are not typical of motor vehicles, makes it impossible to use car regulations across the board. In contrast to cars, the emphasis in motor caravans is on living, rather than on driving. In addition, motor caravans are predominantly built on commercial vehicle chassis, which require special regulations, particularly regarding emissions, weight and safety requirements. These special features are considered in the multi-stage EU type approval process.

The General Safety Regulation 2 (GSR2) will continue to gain importance in the coming years. Regulation (EU) 2022/2236 stipulates that, from 7 July 2026, all new type approvals, including those for motor caravans and caravans, must also meet the extended safety requirements. The aim of GSR2 is to improve road safety across Europe through the increased use of active assistance and safety systems.

The newly required systems include lane departure warning systems, intelligent speed assistance, emergency brake lights, driver attention monitoring systems and tyre pressure monitoring systems. These systems are designed to support drivers, help prevent accidents and detect critical driving situations at an early stage. In practice, however, it should be noted that many of these safety features are already installed in numerous motor caravans today, as these systems have already been introduced in the base vehicles. Modern commercial vehicle platforms have had a high level of safety for several years now, which also benefits motor caravan construction.

New crash tests for motor caravans are not planned. Crash tests designed for passenger cars, SUVs and vans are not applicable to motor caravans, as these are based on typical passenger car accident situations. The EU type approval takes this into account in the multi-stage type approval of special purpose motor caravans. Destructive testing of motor caravans is not achievable for the manufacturers, who are predominantly medium-sized companies.

Overall, the implementation of the GSR2 requirements will further increase the safety level of motor caravans and caravans without losing sight of their specific purpose.



Die Weiterentwicklung der Digitalisierung in der Caravaningbranche

Die Caravaningbranche hat frühzeitig auf die zunehmende Digitalisierung reagiert und unter dem Dach des CIVD mit dem CI-BUS einen gemeinsamen Kommunikationsstandard etabliert. Er ermöglicht die zentrale Steuerung und Überwachung zahlreicher Geräte und Funktionen unterschiedlicher Zulieferer im Bordnetz von Freizeitfahrzeugen – etwa Batteriestatus, Füllstände, Wohnraumbeleuchtung, Heizung, Klimaanlage, Kühlschrank oder Satellitenantenne.

Die Einführung einer gemeinsamen Plattform hat Entwicklung, Wartung und Service eines standardisierten Datenbus-Systems deutlich vereinfacht. Seit der Markteinführung im Jahr 2013 hat sich der CI-BUS auf breiter Ebene durchgesetzt: Über 120 Unternehmen sind heute Kooperationspartner und die Zahl CI-BUS-kompatibler Geräte sowie entsprechend ausgestatteter Fahrzeuge wächst kontinuierlich.

Mit der rasanten Weiterentwicklung der Digitalisierung stoßen klassische BUS-Standards jedoch zunehmend an Grenzen. Die steigende Anzahl vernetzter Komponenten und Funktionen in modernen Caravans und Reisemobilen erfordert skalierbare Architekturen, höhere Datenraten und Lösungen, die auch künftige Anforderungen – etwa im Kontext der E-Mobilität – zuverlässig abdecken.

Vor diesem Hintergrund arbeiten der CIVD und seine Mitglieder an einem Nachfolgestandard: dem Caravaning Industry Communication Standard (CICS). Der CICS wird auf dem CAN-Bus basieren und als zukunftsichere Kommunikationsgrundlage die wachsende Gerätevielfalt sowie neue digitale Services unterstützen. Dazu zählen insbesondere Funktionen wie Software-Updates und Fernwartung, verbunden mit hohen Sicherheitsanforderungen. Ziel ist eine robuste, langfristig tragfähige Lösung, die technologische Entwicklungen zuverlässig integriert – und die europäische Caravaningbranche nachhaltig stärkt und auf kommende Digitalisierungstrends vorbereitet.

The further development of the digitalisation in the caravanning industry

The caravanning industry responded early to the growing importance of digitalisation and, under the umbrella of the CIVD, established a shared communication standard with the CI-BUS. This standard enables the central control and monitoring of numerous devices and functions from different suppliers within the on-board network of leisure vehicles, such as battery status, tank levels, interior lighting, heating, air conditioning, refrigerator or satellite antenna.

The introduction of a common platform has significantly simplified the development, maintenance and servicing of a standardised data bus system. Since its market launch in 2013, the CI-BUS has achieved broad market acceptance: more than 120 companies are now cooperation partners, and the number of CI-BUS-compatible devices as well as vehicles equipped accordingly continues to grow steadily.

However, the rapid pace of digitalisation is increasingly pushing traditional bus standards to their limits. The growing number of networked components and functions in modern caravans and motor caravans requires scalable architectures, higher data rates and solutions capable of reliably meeting future requirements, for example in the context of e-mobility. Against this background, the CIVD and its members are working on a successor standard: the Caravaning Industry Communication Standard (CICS). CICS will be based on the CAN bus and, as a future-proof communication foundation, will support the expanding range of devices as well as new digital services. These include, in particular, functions such as software updates and remote maintenance, combined with high security requirements. The objective is a robust, long-term viable solution that reliably integrates technological developments and sustainably strengthens the European caravanning industry while preparing it for upcoming digitalisation trends.

Das speziell für Reisemobile und Caravans verfasste CIVD-Reparaturhandbuch ist eine zentrale Informationsquelle für Sachverständige, Versicherungen und Werkstätten.

Es ist hersteller- und typunabhängig und wird von einem Expertenausschuss kontinuierlich aktualisiert. In diesem Gremium arbeiten neben den Spezialisten der CIVD-Mitglieder auch das Allianz Zentrum für Technik (AZT), der Deutsche Caravaning Handels-Verband (DCHV) und die DEKRA mit. Der Fokus des Ausschusses liegt dabei auf der Abstimmung und dem praxisnahen Testen von Reparaturmethoden, um belastbar zu bestimmen, welche Verfahren als sach- und fachgerechte Reparaturen anzuerkennen sind.

Werkstätten profitieren von klaren Arbeitsbeschreibungen zu Reparaturtechniken am Aufbau, Hinweisen zur Elektroinstallation und zur Flüssiggasanlage sowie von Vorgabezeiten für die Dauer der Arbeiten. Dabei handelt es sich ausdrücklich nicht um eine reine Sammlung von „How-to“-Anleitungen, sondern um beschriebene Verfahren, die als anerkannte Reparaturstandards dienen. Die Reparaturmethoden werden mit den beteiligten Aufbauherstellern abgestimmt und gemeinsam mit dem AZT in Versuchsreihen erprobt – etwa durch Prüfungen zur Klima- und Temperaturbeständigkeit, zum Verhalten bei UV-Einstrahlung sowie zur Bewertung möglicher Farbabweichungen.

Für Sachverständige und Versicherungen sind insbesondere die umfangreichen Kostenaufstellungen zu Ersatzteilpreisen und Arbeitsaufwand relevant. Besonders hilfreich ist zudem die detaillierte Betrachtung einzelner Schadensfälle, da die in Freizeitfahrzeugen verwendeten Materialien häufig deutlich von denen im Pkw-Bereich abweichen und daher eine andere Begutachtung und Schadensfeststellung erfordern.

Das früher auf CD ausgelieferte Reparaturhandbuch wurde 2022 auf eine Online-Plattform umgestellt. Die technische Infrastruktur stellt die Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT) bereit; der CIVD bleibt weiterhin für die Inhalte sowie die Verwaltung der Abonnements verantwortlich. Durch die Online-Lösung können Nutzer jederzeit und ortsunabhängig auf die Inhalte zugreifen – vorausgesetzt, es besteht ein Internetzugang.

Der CIVD wird in den kommenden Jahren kontinuierlich in die Weiterentwicklung des Reparaturhandbuchs investieren – mit dem Ziel, bestehende Reparaturmethoden zu überarbeiten und neue Verfahren zu entwickeln.

The CIVD repair manual, specifically compiled for caravans and motor caravans, is a central source of information for experts, insurance companies and workshops.

It is manufacturer- and model-independent and is continuously updated by an expert committee. In addition to specialists from CIVD member companies, this committee also includes the Allianz Centre for Technology (AZT), the German Caravaning Trade Association (DCHV) and DEKRA. The committee’s focus is on coordinating and practically testing repair methods in order to reliably determine which procedures are to be recognised as proper and professional repairs.

Workshops benefit from clear descriptions of repair techniques relating to the vehicle body, guidance on electrical installations and liquefied gas systems, as well as specified standard times for carrying out the work. This is explicitly not a mere collection of “how-to” instructions, but rather a set of documented procedures that serve as recognised repair standards. The repair methods are coordinated with the participating body manufacturers and tested jointly with AZT in a series of trials, for example through tests on climate and temperature resistance, behaviour under UV exposure and the assessment of potential colour deviations.

For experts and insurance companies, the comprehensive cost breakdowns for spare parts prices and labour requirements are of particular relevance. The detailed analysis of individual damage cases is also especially valuable, as the materials used in leisure vehicles often differ significantly from those used in passenger cars and therefore require different assessment and damage evaluation approaches.

The repair manual, which was previously distributed on CD, was migrated to an online platform in 2022. The technical infrastructure is provided by Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT), while the CIVD remains responsible for the content and the management of subscriptions. The online solution enables users to access the content at any time and from any location, provided that an internet connection is available.

Over the coming years, the CIVD will continue to invest in the further development of the repair manual, with the aim of revising existing repair methods and developing new procedures.



Auf Grundlage eines EuGH-Urteils sowie der darauf aufbauenden Auslegung durch die Europäische Kommission und das Bundesamt für Logistik und Mobilität BALM gilt in Deutschland derzeit die Rechtsauffassung, dass Reisemobile und Reisemobil-Kombinationen mit einer zulässigen Gesamtmasse von mehr als 7,5 t unter bestimmten Voraussetzungen den Sozialvorschriften des Güterverkehrs unterliegen und damit zum Einbau und zur Nutzung eines Fahrtenschreibers verpflichtet sind. Betroffen sind insbesondere Fahrzeuge mit Anhänger oder mit speziellen Ladevorrichtungen. Die Anwendung erfolgt unabhängig davon, ob das Fahrzeug gewerblich oder privat genutzt wird.

Nach Auffassung des CIVD geht diese Rechtsauffassung am Regelungszweck der Sozialvorschriften vorbei. Diese dienen dem Schutz von Arbeitnehmern im gewerblichen Güterverkehr. Bei privat genutzten Reisemobilen fehlt es jedoch an einem Arbeits- oder Beschäftigungsverhältnis. Zentrale Begriffe wie Arbeitszeit, Ruhezeit oder Fahrtunterbrechung lassen sich auf eine reine Freizeitnutzung nicht sachgerecht übertragen. Vor diesem Hintergrund erscheint der Einsatz von Fahrtenschreibern in privat genutzten Fahrzeugen nicht begründbar. Darüber hinaus ergeben sich erhebliche praktische und rechtliche Probleme. Die technische Nachrüstung, die Beantragung von Fahrerkarten sowie die Einhaltung umfangreicher Dokumentationspflichten sind für private Halter kaum praktikabel und mit einem unverhältnismäßigen bürokratischen Aufwand verbunden. Die unklare Abgrenzung zwischen Gepäck- und Güterbeförderung führt zu Rechtsunsicherheit für Fahrzeughalter, Hersteller, Händler und Vollzugsbehörden. Ein zusätzlicher Beitrag zur Verkehrssicherheit ist angesichts der sehr geringen Unfallzahlen mit Reisemobilen über 7,5 t nicht erkennbar. Gleichzeitig stehen einzelne Vorgaben der Sozialvorschriften, etwa zu Ruhezeiten außerhalb des Fahrzeugs, im Widerspruch zur Zweckbestimmung von Reisemobilen als Wohn- und Freizeitfahrzeuge.

Vor diesem Hintergrund hat sich der CIVD gemeinsam mit betroffenen Herstellern frühzeitig und kontinuierlich für eine rechtssichere und praxisingerechte Klarstellung auf nationaler und europäischer Ebene eingesetzt und die in Deutschland praktizierte Auslegung kritisch begleitet.

Ein wichtiges Signal kommt nun von europäischer Ebene. Im Rahmen eines Maßnahmenpakets zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des EU-Automobilsektors hat die Europäische Kommission klargestellt, dass nichtgewerblich genutzte Reisemobile und Reisemobil-Kombinationen über 7,5 t künftig ausdrücklich von den Lenk- und Ruhezeiten sowie den Fahrtenschreibervorschriften ausgenommen werden können. Damit wird die Grundlage für eine differenziertere und verhältnismäßige Anwendung der Sozialvorschriften geschaffen. Die konkrete Umsetzung bleibt dem weiteren europäischen und nationalen Gesetzgebungsverfahren vorbehalten. Aus heutiger Sicht ist im weiteren Verlauf des Jahres 2026 mit einer entsprechenden Anpassung zugunsten von Reisemobilisten und der Caravanning-Industrie zu rechnen.

Based on a ruling of the European Court of Justice and the interpretation based on it by the European Commission and the Federal Office for Logistics and Mobility (BALM), the legal opinion currently applies in Germany that motor caravan and motor caravan combinations with a permissible total mass of more than 7.5 tonnes are subject to the social regulations for freight transport under certain conditions and are therefore subject to the obligation to install and use a tachograph. This applies to vehicles with trailers or special loading equipment. The application is independent of whether the vehicle is used commercially or privately.

In the opinion of the CIVD, this legal opinion misses the regulatory purpose of the social regulations. These serve to protect employees in commercial freight transport. However, in the case of privately used motor caravans, there is no employment relationship. Key terms such as working time, rest periods or breaks cannot be appropriately applied to purely recreational use. Against this background, the use of tachographs in privately used vehicles is not justifiable.

In addition, there are considerable practical and legal problems. The technical retrofitting, the application for driver cards and compliance with extensive documentation requirements are hardly practicable for private owners and involve a disproportionate amount of bureaucracy. The unclear distinction between luggage and goods transport leads to legal uncertainty for vehicle owners, manufacturers, dealers and enforcement authorities. Given the very low number of accidents involving motor caravans over 7.5 tonnes, there is no discernible additional contribution to road safety. At the same time, individual provisions of social regulations, such as those on rest periods outside the vehicle, contradict the intended purpose of motor caravans as residential and recreational vehicles.

Against this background, the CIVD, together with the manufacturers concerned, has been campaigning early and continuously for a legally secure and practical clarification at national and European levels and has critically monitored the interpretation practised in Germany.

An important signal is now coming from the European level. As part of a package of measures to strengthen the competitiveness of the EU automotive sector, the European Commission has made it clear that non-commercial motor caravans and motor caravan combinations over 7.5 tonnes can in future be exempted from driving and rest time regulations and tachograph requirements. This will lay the foundation for a more differentiated and proportionate application of social regulations. The specific implementation remains subject to further European and national legislative procedures. From today's perspective, a corresponding adjustment in favour of motor caravan owners and the caravanning industry can be expected in the course of 2026.

 **Workshops und Seminare**

Spezielle normative, technische Vorschriften, Anforderungen an Materialien und Stoffverbote, aktuelle Gerichtsurteile mit Branchenbezug oder allgemeine Fragen des Vertriebsrechts: Das Spektrum der technischen und rechtlichen Anforderungen an die Freizeitfahrzeughersteller und die Zulieferer wächst ständig. Der CIVD legt daher größten Wert darauf, seinen Mitgliedern zu allen branchenrelevanten Themen Seminare und Informationsveranstaltungen anzubieten, die speziell auf die Belange der Branche zugeschnitten sind. Aufgrund der pandemiebedingten Situation konnten Seminare in den letzten Jahren nur eingeschränkt stattfinden oder als Webinare angeboten werden.

In den Grundlagenseminaren zur Normung werden die normativen Anforderungen an Caravans und Reisemobile vorgestellt und mit Beispielen aus der Praxis eingehend erläutert. Das Normungsseminar für Einsteiger und zur Auffrischung wird in der Regel als offene Veranstaltung angeboten, kann aber bei Bedarf auch als spezielle Inhouse-Schulung durchgeführt werden. Erfahrungsgemäß fördern die Gespräche vor Ort und in den Pausen den Austausch und das Networking. Ebenso werden neueste Entwicklungen bei durch den CIVD geführten Projekten, wie zum Beispiel dem CI-BUS, beleuchtet. Informationsveranstaltungen zur EU-Typgenehmigung und Material Compliance runden das Angebotsspektrum ab. Darüber hinaus wurden seit über 20 Jahren in 35 Veranstaltungen von einer international tätigen Kanzlei Workshops zur „Vertragsgestaltung, Gewährleistung, Garantie und Produkthaftung“ durchgeführt. In diesen wird mit sehr viel Branchenkenntnis und Praxis-Know-how das System der Sachmängelhaftung auch anhand von aktuellen Fällen erklärt. Das Angebot an Workshops wird fortlaufend erweitert und aktuell angepasst. Der CIVD ist bestrebt, weitere branchenrelevante Themen in die praxisbezogenen Workshops aufzunehmen. Im Workshop „Rechtseminar für Einsteiger in die Caravanningbranche“ wird rechtliches Basiswissen für die Bereiche Vertragsgestaltung, Gewährleistung, Garantie und Produkthaftung vermittelt. Dieser richtet sich an diejenigen, die noch nie einen CIVD-Rechtseminar besucht haben oder einfach nur ihr Wissen auffrischen möchten.

 **Workshops and seminars**

Special normative, technical regulations, requirements for materials and substance bans, current court rulings with industry relevance or general questions of sales law: the spectrum of technical and legal requirements for recreational vehicle manufacturers and suppliers is constantly growing. The CIVD therefore attaches great importance to offering its members seminars and information events on all topics relevant to the industry, which are especially suited to the concerns of the industry. Due to the pandemic situation, seminars could only be held to a limited extent or offered as webinars in recent years.

In the basic seminars on standardisation, the normative requirements for caravans and motor caravans are presented and explained in detail with practical examples. The standardisation seminar for beginners and as a refresher is held usually in presence. Experience has shown that on-site discussions, especially during the breaks, encourage exchange and networking. Equally, the latest developments in CIVD projects, such as the CI-BUS, will be highlighted. Information events on EC type approval and material compliance round off the range of offerings.

In addition, for over 20 years, an internationally operating law firm has organised workshops on the topic of “Contracts, warranties, guarantees and product liability”. These workshops explain the liability system for material defects with a great deal of industry knowledge and practical know-how, with reference to current cases. The range of workshops is continually expanded and updated. The CIVD intends to include further industry-relevant topics in practical workshops. The workshop “CIVD legal seminar for newcomers to the caravanning industry” provides basic legal knowledge in the areas of contracts, guarantees, warranties and product liability. This workshop is aimed at people who have never been to a CIVD legal workshop before, or who simply want to refresh their knowledge.

CIVD-Workshops 2025 und 2026 | CIVD workshops 2025 and 2026

15. und 16. Juli 2025 In-House-Schulung 15 and 16 July 2025 In-house training	Grundlagen der Normung Basics in standardisation
3. September 2025 3 September 2025	Information Event CICS Information Event CICS
30. September 2025 30 September 2025	Rechtseminar für Einsteiger Legal workshop for newcomers
11. Dezember 2025 11 December 2025	Rechtseminar für Spezialisten Legal workshop for specialists
15. Januar 2026 15 January 2026	Webinar Überarbeitung 1645-1/1646-1 Webinar update on 1645-1/1646-1
3. Februar 2026 3 February 2026	Webinar Überarbeitung 1645-1/1646-1 Webinar update on 1645-1/1646-1
Offene Seminare (Q2 2026) In-House-Schulungen (auf Anfrage) Open seminars (2nd quarter 2026) In-house training (on request)	Grundlagen der Normung Basics in standardisation

Ausbildung: „Caravan- und Reisemobiltechnik“

Mit der Einführung der Fachrichtung „Caravan- und Reisemobiltechnik“ innerhalb der Ausbildung zum Karosserie- und Fahrzeugbaumechaniker hat die Caravaningbranche erstmals einen Ausbildungsweg geschaffen, der gezielt auf ihre Anforderungen zugeschnitten ist. Die Auszubildenden legen damit den Grundstein für eine neue Generation von Fachkräften, die sich auf Produktion, Instandhaltung und Reparatur von Caravans und Reisemobilen spezialisiert.

Der Bestand an Freizeitfahrzeugen wächst seit Jahren kontinuierlich und erreicht immer neue Höchststände. Entsprechend steigt der Bedarf an qualifizierten Fachkräften für Wartung und Reparatur. Gleichzeitig unterscheiden sich Freizeitfahrzeuge in vielen Punkten deutlich von anderen Kraftfahrzeugen. Um diesen Besonderheiten gerecht zu werden, hat der CIVD intensiv daran gearbeitet, einen Ausbildungsberuf zu etablieren, der die spezifischen Anforderungen der Branche passgenau abbildet. Die Technologie in modernen Fahrzeugen entwickelt sich rasant – und die kommenden Jahre bringen weitere Neuerungen. Innovative Werkstoffe, vernetzte Systeme, Fahrerassistenzsysteme und Fortschritte in der Elektromobilität erfordern eine stetige Weiterentwicklung von Betrieben und Personal. Damit steigen auch die Ansprüche an eine fundierte und praxisnahe Ausbildung.

Die neue Fachrichtung „Caravan- und Reisemobiltechnik“ vermittelt daher nicht nur Grundlagen im Fahrzeugbau, sondern auch die Installation und Wartung elektrischer, elektronischer, hydraulischer und pneumatischer Systeme in Freizeitfahrzeugen. Fertigkeiten wie Kleben und Dichten sind ebenso Bestandteil des Lehrplans wie das Ausrüsten und Warten von Ver- und Entsorgungssystemen. Darüber hinaus zählen Schadensbegutachtung und Reparatur zu den zentralen Ausbildungsinhalten.

Vocational training: “Caravan and Motor Caravan Technology”

With the introduction of the specialisation in “Caravan and Motor Caravan Technology” within the vocational education programme for body and vehicle construction mechanics, the caravanning industry has created its first profession specifically tailored to its needs. Trainees are laying the foundation for a new generation of skilled workers specialised in the production, maintenance and repair of caravans and motor caravans.

The number of leisure vehicles in stock has been steadily increasing for years, consistently reaching new record highs. The demand for skilled labour in manufacturers’ factories and workshops is correspondingly high. Recreational vehicles, however, exhibit numerous specific differences compared to other motor vehicles. To meet these requirements, the CIVD has worked intensively to establish a vocational education programme that addresses the unique needs of the industry. Technology in modern vehicles is advancing rapidly, and the future promises further innovations. The use of innovative materials, the integration of connected systems, driver assistance systems and advancements in electromobility necessitate continuous development within companies and their workforce. These challenges bring higher demands for well-trained employees.

The new specialisation “Caravan and Motor Caravan Technology” not only covers the fundamentals of vehicle construction but also includes the installation and maintenance of electrical, electronic, hydraulic and pneumatic systems in leisure vehicles. Skills such as bonding and sealing are integral parts of the curriculum, as are equipping and servicing supply and disposal systems. Additionally, damage assessment and repair are central training components.

Der neue Ausbildungsberuf basiert auf einer doppelten Rechtsgrundlage und steht damit sowohl der Industrie als auch dem Handwerk offen. Im ersten Ausbildungsjahr werden die Auszubildenden gemeinsam mit anderen fahrzeugtechnischen Berufen unterrichtet, bevor sie sich anschließend in den jeweiligen Fachrichtungen spezialisieren.

Die ersten Zwischenprüfungen wurden bereits erfolgreich abgeschlossen. Zudem wurden in den meisten Bundesländern mehrere Schulstandorte festgelegt, an denen die neue Fachrichtung künftig unterrichtet wird – ein wichtiger Schritt für eine verlässliche und flächendeckende Umsetzung.

Mit dieser Initiative begegnet die Caravaningbranche nicht nur den wachsenden Marktanforderungen, sondern stärkt auch ihre Zukunftsfähigkeit und schafft die Grundlage für eine nachhaltige Fachkräftesicherung.

Um über die neue Ausbildung zu informieren und sie aktiv zu bewerben, setzt der CIVD auf vielfältige Maßnahmen. Bereits ab dem CARAVAN SALON 2022 wurden mit der aktualisierten Website sonnigekarriere.de, einem Imagefilm, Broschüren und PR-Aktivitäten die Grundlagen für eine eigene Kampagne gelegt. Sie richtet sich inzwischen an drei Zielgruppen: potenzielle Auszubildende, deren Eltern bzw. Umfeld sowie Multiplikatoren – also Personen und Institutionen, die das Angebot weitertragen. Die eingesetzten Kanäle und Maßnahmen sind zielgruppengerecht gestaltet und konzentrieren sich vor allem auf Online-Formate, insbesondere auf soziale Medien. Zusätzliche Reichweite entsteht unter anderem durch Kooperationen mit ausbildung.de und studyliflix.de.

This new vocational education programme is based on a dual legal framework and is open to both the industrial and craft sectors. During the first year of education, apprentices are taught other vehicle technology professions before specializing in their respective fields. With this initiative, the caravanning industry not only meets the growing demands of the market but also establishes the foundation for a future-proof development and the sustainable strengthening of the sector.

The first interim examinations have already been successfully completed in some cases. In addition, several training locations have been designated in most federal states where the new specialisation will be taught in the future – an important step towards reliable and comprehensive implementation nationwide.

The CIVD is using a wide range of measures to provide information about the new vocational education and actively promote it. Starting at the CARAVAN SALON 2022, the updated website sonnigekarriere.de, an image film, brochures and PR activities have created the basis for a dedicated advertising campaign for the new profession. The campaign is now aimed at three target groups: potential trainees, their parents or their environment and multipliers – i.e. people and institutions that spread the word about the training on offer. The channels and measures used are designed to suit the target group and focus primarily on online formats, especially social media. Additional reach is created by cooperations with ausbildung.de, studyliflix.de and Mehr Zeit für Kinder e. V., among others. The association addresses 10,000 German schools and their teachers and pupils with its education initiative.



Die Social-Media-Maßnahmen erzeugen kontinuierlich Aufmerksamkeit für den Caravaning-Ausbildungsberuf. Social media measures continuously generate attention for the caravanning apprenticeship.

ausbildung.de ist die führende Online-Plattform für Schülerinnen und Schüler, die nach passenden Ausbildungsberufen und -angeboten suchen. ausbildung.de is the leading online platform for school pupils looking for suitable apprenticeships and training opportunities.



Bereits seit dem CARAVAN SALON 2022 ist der Messestand für Auszubildende ein gut frequentierter Anlaufpunkt für Interessierte. Since CARAVAN SALON 2022, a trainee exhibition stand has been a popular destination for interested visitors.

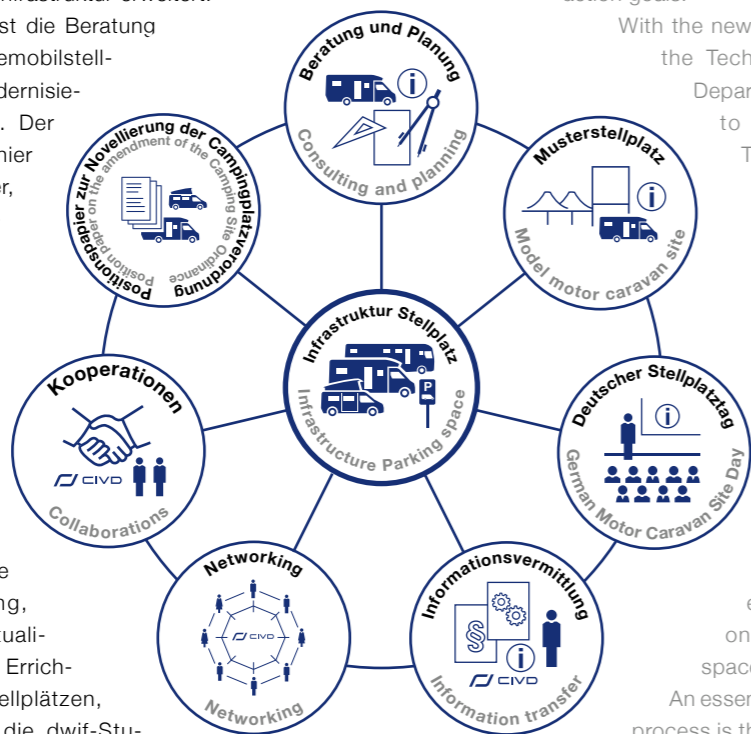
Tourismusmotor Caravanning

Fünf Jahre Caravanning-Infrastruktur

Seit nunmehr fünf Jahren widmet sich der CIVD explizit dem Thema Caravanning-Infrastruktur. Nicht, dass der Verband in den Jahren zuvor hierzu nicht schon aktiv gewesen wäre. Nur zwei Meilensteine seien hier angeführt: Als Verband Deutscher Wohnwagen- und Wohnmobil-Hersteller (VDWH) erstellte der CIVD 1987 das erste Stellplatzverzeichnis mit 77 Übernachtungsstätten, 1995 folgte in Kooperation mit Promobil die Reisemobil-Servicekarte mit immerhin 384 Stellplätzen. Im Jahr 2000 legte der Herstellerverband als Kooperationspartner mit der Internationalen Bodensee-Stiftung in Konstanz (dem späteren Ecocamping) den Grundstein für die Formulierung umweltorientierter Standards für das Platzmanagement auf Campingplätzen und gilt seitdem gerade in Nachhaltigkeitsfragen als geschätzter Experte. Mit der exponentiellen Wachstumskurve im Freizeitfahrzeugmarkt und dem Corona-Peak war es erforderlich, die vielen Einzelaktivitäten zu bündeln und als strategische Handlungsziele auszuweisen. Mit der 2021 neu geschaffenen Stelle wurde das Referat Technik und Umwelt um das Thema Infrastruktur erweitert.

Dreh- und Angelpunkt ist die Beratung und Planung von Reisemobilstellplätzen zu Neubau, Modernisierung oder Erweiterung. Der CIVD zeigt sich auch hier als verlässlicher Partner, der neutral und markenunabhängig zu Standortwahl, Konzeption, Planung, Zielgruppe und Infrastrukturausstattung berät, mit dem Schwerpunkt Reisemobilstellplätze, aber auch Campingplätze.

Wesentlicher Bestandteil der Beratung ist die Informationsvermittlung, wie etwa die 2025 aktualisierte Planungshilfe zur Errichtung von Reisemobilstellplätzen, der Outdoorkompass, die dwif-Studien zum Wirtschaftsmotor Reisemobil-Tourismus oder die zahlreichen Info-Veranstaltungen, in die sich der Verband als Branchenexperte einbringt. Als Initiator und Organisator des Deutschen Stellplatztages wendet sich der Verband mit einem einzigartigen Veranstaltungsprogramm gezielt an Kommunen, private Investoren sowie Touristiker, um über infrastrukturelle Trends zu informieren, während der Musterstellplatz anlässlich des CARAVAN SALON Beratung aus der Perspektive des Praktikers bietet. Darüber hinaus ist der CIVD zur Förderung des Caravanings in Kooperationen aktiv und pflegt branchenweites Networking, etwa an Hochschulen oder in der Arbeitsgemeinschaft Reisemobil-Tourismus, vor allem aber auch in politischen Kreisen. Mit dem Positionspapier zur Novellierung der Campingplatz-



Caravanning as a tourism engine

Five years of caravanning infrastructure

For five years now, the CIVD has been explicitly dedicated to the topic of caravanning infrastructure. Not that the association had not already been active in this area in previous years. Just two milestones are mentioned here: as the Association of German Caravan and Motor Caravan Manufacturers (VDWH), the CIVD created the first directory of parking spaces in 1987 with 77 overnight accommodation sites, followed in 1995 by the motor caravan service map with no fewer than 384 motor caravan sites in cooperation with Promobil. In 2000, the manufacturers' association, as a cooperation partner with the International Lake Constance Foundation in Constance (later Ecocamping), laid the foundation for the formulation of environmentally oriented standards for site management at campsites and has since been regarded as a valued expert partner, particularly in sustainability issues. With the exponential growth curve in the recreational vehicle market and the peak of the coronavirus pandemic, it became necessary to bundle the many individual activities and identify them as strategic action goals.

With the new position created in 2021, the Technology and Environment Department has been expanded to include infrastructure. The focus is on consulting and planning for motor caravan sites in terms of new construction, modernisation or expansion. Here, too, the CIVD proves itself to be a reliable partner, providing neutral and brand-independent advice on location selection, design, planning, target groups and infrastructure equipment, with a focus on motor caravan parking spaces but also campsites.

An essential part of the consultation process is the provision of information, such as the 2025 updated planning guide for the construction of motor caravan sites, the Outdoorkompass, the DWIF studies on motor caravan tourism as an economic driver and the numerous information events in which the association participates as an industry expert. As the initiator and organiser of German Motor Caravan Site Day, the association offers a unique programme of events aimed specifically at local authorities, private investors and tourism professionals to provide information on infrastructure trends, while the model motor caravan site at CARAVAN SALON offers advice from a practical perspective.

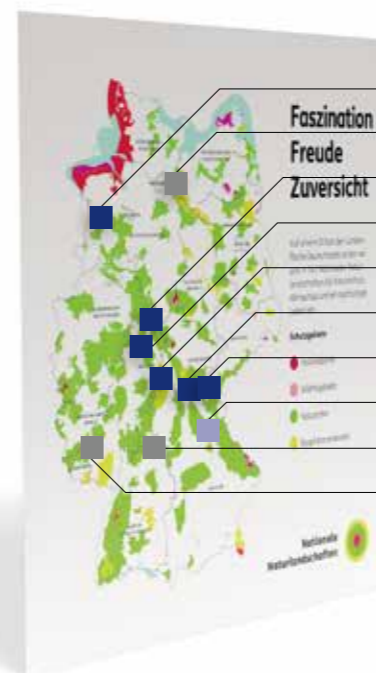
In addition, the CIVD is actively involved in promoting caravanning through cooperation and maintains industry-wide networking, for example at universities or in the

verordnung adressiert der Verband seine Vorschläge zu vereinfachten Bauvorhaben für Stellplätze direkt an die jeweiligen Landesorganisationen, 2026 folgt ein Konzeptpapier.

Nachhaltiger und klimafreundlicher Caravanning-Tourismus in den Nationalen Naturlandschaften (NNL)

Vor einem Jahr hat der CIVD in Kooperation mit den Nationalen Naturlandschaften mehrere Pilotprojekte initiiert, um praxistaugliche Konzepte und Lösungen für einen nachhaltigen, Klima- und naturverträglichen Caravanning-Tourismus zu erproben und zu multiplizieren. Kurzfristiges Ziel der verbandsübergreifenden Kooperation ist es, dass sich das Angebot an Park- und Übernachtungsmöglichkeiten für Caravanning-Urlauber so weiterentwickelt, dass die biologische Vielfalt erhalten bleibt, dass attraktive Möglichkeiten für das Naturerleben für die Caravanning-Urlauber entstehen und dass die regionale nachhaltige Wertschöpfung gestärkt wird. Das langfristige Ziel von NNL e. V., VDN e. V. und CIVD besteht darin, eine attraktive und nachhaltige Caravanning-Infrastruktur zu schaffen und den Mobilreisenden mithilfe digitaler Technologien nützliche Informationen bereitzustellen. Die gemeinsame Vision: Caravanning in Deutschlands schönsten Naturlandschaften im Einklang mit Naturschutz und nachhaltiger Regionalentwicklung. Kennzeichnend für das Kooperationsprojekt ist die ressourceneffiziente Realisierung, die starke Verzahnung mit den Partnerbetrieben in den NNL sowie die regionale Wertschöpfung vor Ort.

Erstes Pilotprojekt war das Biosphärenreservat Schaalsee und Flusslandschaft Elbe in Mecklenburg-Vorpommern, wo durch die Beratungsaktivitäten des Verbandes schon im Jahr 2026 erste dezentrale Standortpotenziale mit einfacher, funktionaler Infrastruktur umgesetzt werden. Weitere Projekte sind in den Nationalparks im Hunsrück sowie im Biosphärenreservat der Hessischen Rhön am Laufen. Bei einigen Standorten in diesen Regionen steht eine Realisierung schon für 2026 in Aussicht. Weitere interessierte Nationale Naturlandschaften haben sich für 2026 zur Beratung durch den CIVD angekündigt. Info-Abende und Standortbegehungen mit Einzelfallanalysen sind geplant für Emsland, Reinhardswald, Habichtswald, Thüringer Wald und Thüringer Meer, Fränkische Schweiz, Hessischer Spessart sowie die Eifel.



Working Group on Motor Caravan Tourism, but above all in political circles. With its position paper on the amendment of the Camping Site Ordinance, the association is addressing its proposals for simplified construction projects for motor caravan sites directly to the respective state organisations, with a concept paper to follow in 2026.

Sustainable and climate-friendly caravanning tourism in national nature reserves

A year ago, the CIVD, in cooperation with national nature reserves, initiated several pilot projects to test and replicate practical concepts and solutions for sustainable, climate-friendly and nature-compatible caravanning tourism. The short-term goal of this cross-association cooperation is to develop the range of parking and accommodation options for caravanning holidaymakers in such a way that biodiversity is preserved, attractive opportunities for caravanning holidaymakers to experience nature are created and regional sustainable value creation is strengthened. The long-term goal of NNL e. V., VDN e. V. and the CIVD is to create an attractive and sustainable caravanning infrastructure and to use digital technologies to inform and guide mobile travellers. The shared vision: caravanning in Germany's most beautiful natural landscapes in harmony with nature conservation and sustainable regional development. The cooperation project is characterised by resource-efficient implementation, close links with partner companies in the NNL and regional value creation on site.

The first pilot project was the Schaalsee Biosphere Reserve and Elbe River Landscape in Mecklenburg-Western Pomerania, where the association's advisory activities will result in the implementation of the first decentralised, simple and functional infrastructure as early as 2026. Further projects are underway in the national parks in the Hunsrück and in the Hessian Rhön Biosphere Reserve. At some locations in these regions, implementation is already planned for 2026. Other interested national nature reserves have already announced that they will seek advice from the CIVD in 2026. Information evenings and site visits with individual case analyses are planned for Emsland, Reinhardswald, Habichtswald, Thüringer Wald and Thüringer Meer, Fränkische Schweiz, Hessischer Spessart and the Eifel.

- Emsland (Naturparks Hümmling & Bourtanger Moor)
- Schaalsee/Lauenburgische Seen
- Reinhardswald
- Habichtswald
- Rhön
- Thüringer Wald
- Thüringer Meer (Naturpark Thüringer Schiefergebirge/Obere Saale)
- Fränkische Schweiz
- Hessischer Spessart
- Hunsrück-Hochwald (ggf. noch | if necessary Soonwald-Nahe im Hunsrück)

- Im Prozess | In process
- Intensives Gespräch | Under active discussion
- Gespräch steht noch aus | Discussion still pending

Deutscher Stellplatztag

Die erfreuliche Entwicklung des Caravanings bietet Regionen abseits stark frequentierter Destinationen die Chance, am Caravaning-Boom teilzuhaben. Vor diesem Hintergrund luden der CIVD und seine Partner ADAC und Deutscher Tourismusverband (DTV) zum 5. Deutschen Stellplatztag nach Düsseldorf ein. Dieses Mal war es an der Zeit, über Projekte und Planungen zu berichten, die auf den Deutschen Stellplatztagen ihren Anfang genommen hatten. Gemäß dem Motto „Aus dem Stellplatztag für den Stellplatztag“ ging es am Montag, den 1. September 2025 von 10:30 bis 14:45 Uhr anlässlich des CARAVAN SALON in Düsseldorf um initiierte Projekte und was daraus geworden ist.

Das Veranstaltungsprogramm mit langjährigen Branchenexperten bot den 120 Teilnehmern spannende Einblicke in das Planungs- und Baurecht mit konkretem Bezug auf Reisemobilstellplätze. Anhand von praktischen Beispielen erläuterten die Experten, wie man Vorhaben effizient planen und bürokratische Hemmnisse möglichst schon im Vorfeld vermeiden kann.

So erläuterten Matthias Funke und Carola Hestermann von Funke & Funke, wie man als Bauherr eine Baugenehmigung erlangt und welche Behörden in Planungsprozesse involviert sind. Vor jedem Planungsprozess sollte die Machbarkeit analysiert und die Wirtschaftlichkeit ermittelt werden, was ausführlich von Uwe Dietz erläutert wurde.

Herbert Weydringer von HWPlan referierte den spannenden Planungsprozess eines künftigen Leuchtturmbetriebs bei einer Brauerei im oberbayerischen Maxlrain. Dort sollen in drei Planungsphasen zuerst auf einem Parkplatz ein Kurzübernachtungsplatz für Wohnmobile entstehen, später ein komfortabler Wohnmobilhafen. Von Anfang an mit dabei ist bei diesem Projekt der CIVD, der vor allem in Sachen Infrastruktur, Ausstattung und Zielgruppenansprache seine Expertise mit einbringen wird.

Apropos Zielgruppe: Park4night hat exklusiv für den CIVD eine große Umfrage an 2.000 User gerichtet und darüber in einem humorvollen Vortrag berichtet. Was wünschen sich Gäste heute und morgen von einem Stellplatz? Im Anschluss an die Vorträge nahmen die Teilnehmer die Gelegenheit wahr, sich direkt mit den Experten zu einzelnen Projekten auszutauschen oder sich ganz praktisch Infrastrukturelemente auf dem Musterstellplatz auf der Freifläche des CARAVAN SALON anzusehen.

German Motor Caravan Site Day

The encouraging development of caravanning offers regions away from heavily frequented destinations the opportunity to participate in the caravanning boom. Against this backdrop, the CIVD and its partners ADAC and the German Tourism Association (DTV) invited guests to Düsseldorf for the fifth time. This time, it reported on projects and plans that had begun at the German Motor Caravan Site Day. In line with the motto "From the German Motor Caravan Site Day", the focus on Monday, 1 September 2025, from 10:30 a.m. to 2:45 p.m. at the CARAVAN SALON in Düsseldorf was on projects that had been initiated and what had become of them.

The event programme, featuring long-standing industry experts, offered the 120 participants exciting insights into planning and building law with specific reference to motor caravan sites. Using practical examples, the experts explained how to plan projects efficiently and avoid bureaucratic obstacles as far as possible in advance.

Matthias Funke and Carola Hestermann from Funke & Funke explained how to obtain a building permit as a builder and which authorities are involved in the planning process. Before any planning process, the feasibility should be analysed and the economic viability determined, as Uwe Dietz explained in detail.

Herbert Weydringer from HWPlan gave a presentation on the exciting planning process for a future flagship operation at a brewery in Maxlrain, Upper Bavaria. There, in three planning phases, a short-stay motor caravan site will first be created in a car park, followed later by a comfortable motor caravan harbour. The CIVD has been involved in this project from the outset and will contribute its expertise, particularly in terms of infrastructure, facilities and target group communication.

Speaking of target groups, Park4night conducted a large survey of 2,000 users exclusively for the CIVD and reported on it in a lively presentation. What do guests want from a motor caravan site today and tomorrow? Following the presentations, participants took the opportunity to talk directly with the experts about individual projects or to take a practical look at infrastructure elements at the model motor caravan site on the open-air grounds of the CARAVAN SALON.



Musterstellplatz

Mittlerweile hat sich der Musterstellplatz zu einer etablierten internationalen Branchenshow entwickelt. Als B2B-Veranstaltung lockt die Infrastrukturmesse nicht nur kommunale oder private Stellplatzinteressierte aus Deutschland an. Das Einzugsgebiet ist europäischer geworden, so die Aussteller. Einige Geschäftsbesucher kommen aus dem Benelux-Raum, Österreich, Kroatien, der Schweiz sowie aus Frankreich, Spanien oder Italien, um sich vor Ort zu informieren oder manchmal auch gleich zu ordern. Dies bestätigt erneut, dass die Ausstellung auf dem Freigelände mit einem Musterstellplatz das Thema für Interessierte erlebbar und damit begreifbarer macht. Auf dem nunmehr 6. Musterstellplatz präsentierten zwölf Aussteller als Experten die technische Infrastruktur wie Stromsäulen, Entsorgungssäulen, Parkscheinautomaten, digitale Reservierungs- und Bezahlssysteme oder Stellplatzsuchportale. Auch nachhaltige Energiesysteme, Brennstoffzelle und Wasserstoff wurden anschaulich erläutert. Vor allem viele Erstbesucher nutzten die vom CIVD vor Ort angebotenen Beratungsleistungen, um ausführlicher in die Thematik einzutauchen oder sich bei schon bestehenden Planungen eine zweite Meinung abzuholen.

Daneben waren auch drei Tourismusvermarkter dabei, um mit interessierten Messebesuchern zum Thema Caravaning in den Austausch zu kommen und die Urlaubsform zu promoten. Das erfolgreiche Konzept wird auf dem 65. CARAVAN SALON fortgeführt.

Planungshilfe Reisemobilstellplatz

In 2025 hat der CIVD zum CARAVAN SALON auch die Planungshilfe Reisemobilstellplatz in aktualisierter Version herausgegeben. Format und Gestaltung sind neu. Ziel war es, die Thematik Infrastruktur möglichst anschaulich und für alle besser zugänglich zu machen. Dazu wurden viele Texte in anschauliche Informationsgrafiken oder in selbsterklärende Schaubilder umgewandelt. Die Planungshilfe soll Erstanlaufstelle für interessierte Stellplatzbetreiber sein und einen möglichst einfachen Einstieg in die komplexe Thematik bieten, von der Wirtschaftlichkeitsrechnung über die Konzeptionierung eines Stellplatzes bis zu dessen Planung. Ein runder Abschluss für jeden Besuch des Musterstellplatzes.

Model motor caravan site

The model motor caravan site has now established itself as an international trade show. As a B2B event, the infrastructure fair attracts not only municipal and private motor caravan site operators from Germany. According to exhibitors, the catchment area has become more European. Some business visitors come from the Benelux region, Austria, Croatia, Switzerland, France, Spain and Italy to gather information on site or sometimes even place orders. This confirms once again that the exhibition on the open-air grounds with a model motor caravan site makes the topic more tangible and thus easier to understand for interested parties.

At the sixth model motor caravan site, 12 exhibitors presented their expertise in technical infrastructure such as charging stations, waste disposal stations, parking ticket machines, digital reservation and payment systems, and parking space search portals. Sustainable energy systems, fuel cells and hydrogen were also clearly explained. Many first-time visitors in particular took advantage of the consulting services offered by the CIVD on site to delve deeper into the topic or to get a second opinion on existing plans.

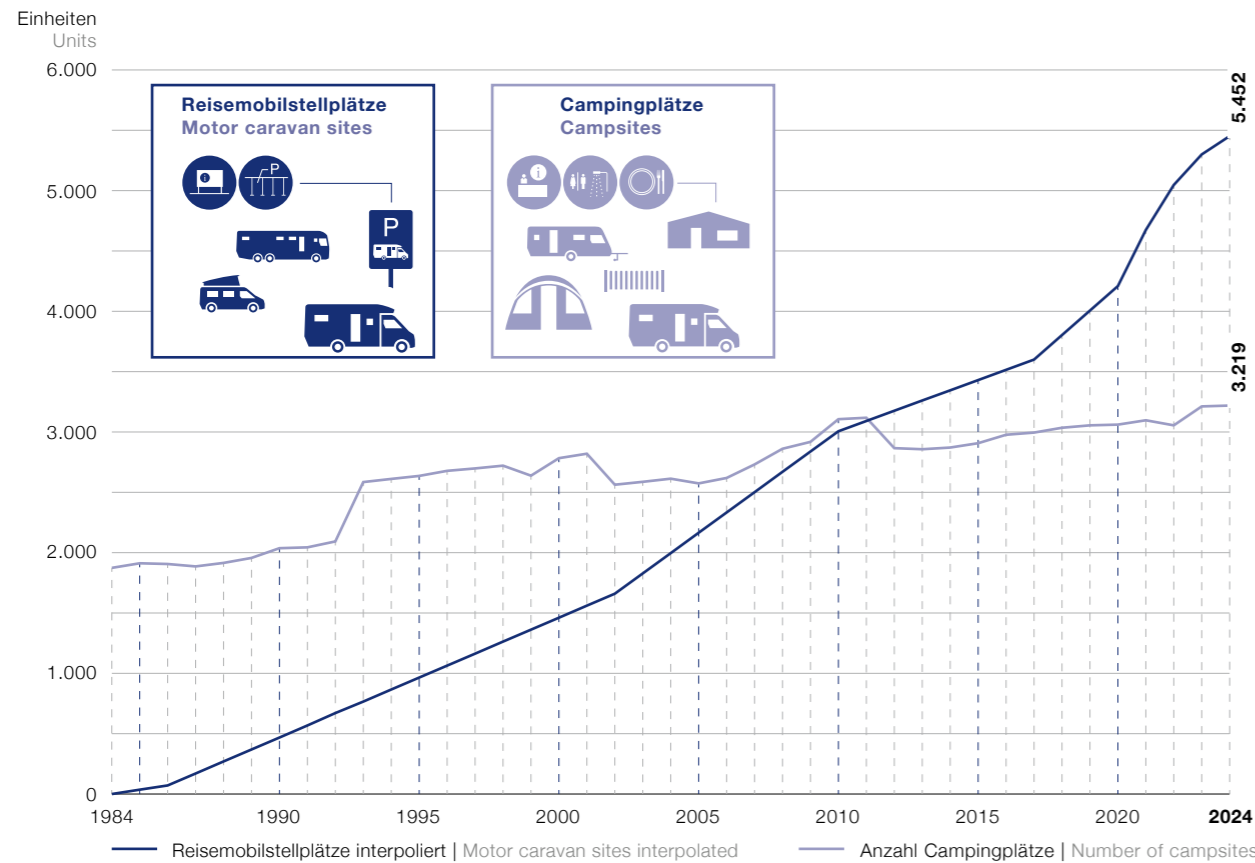
In addition, three tourism marketers were also present to engage with interested trade fair visitors on the topic of caravanning and to promote this form of holiday. The successful concept will be continued at the 65th CARAVAN SALON.

Planning guide for motor caravan sites

In 2025, the CIVD also published an updated version of its planning guide at the CARAVAN SALON. The format and design are new. The aim was to make the topic of infrastructure as clear as possible and more accessible to everyone. To this end, many texts were converted into clear information graphics or self-explanatory diagrams. The planning guide is intended to be the first point of contact for interested motor caravan site operators and to offer the simplest possible introduction to the complex topic, from profitability calculations and the conceptual design of a motor caravan site to its planning. A perfect conclusion to any visit to the model motor caravan site.



Verhältnis zwischen Campingplätzen und Reisemobilstellplätzen im Lauf der Zeit
Ratio of campsites to motor caravan sites over time



Quelle: Statistisches Bundesamt, dwif | Source: Federal Statistical Office, dwif

Campingplätze und Reisemobilstellplätze sollten unterschiedlich reguliert werden

Reisemobilstellplätze sind keine Weiterentwicklung von Campingplätzen, sondern ein alternatives Übernachtungskonzept, an das die Reisenden niedrigere Ansprüche stellen als an Campingplätzen. Daher sollten sie losgelöst von klassischen Campingplätzen betrachtet werden. In der Regel sind Reisemobilstellplätze wesentlich kleinere und weniger komplexe, eher parkplatzähnliche Anlagen. Dementsprechend ist der Planungsaufwand geringer als bei Campingplätzen. Der CIVD meint, dass eine „Campingplatzverordnung“ kaum einem Campingplatz und einem Reisemobilstellplatz zugleich gerecht werden kann. Wünschenswert wäre eine modifizierte Camping- und Stellplatzverordnung, die die Art und Typisierung der Stellplätze nach Basic, Standard und Premium berücksichtigt. Mit dem Positionspapier „Für eine zeitgemäße Anpassung der Campingplatzverordnungen zur Stärkung des Caravaning-Tourismus in den Regionen“ hat der Verband schon vor zwei Jahren der Politik konkrete Vorschläge an die Hand gegeben, welche Stellplatztypen und welche Stellplatzdimensionierungen sich alternativ ohne eine Campingplatzverordnung regulieren ließen. In einem zweiten Schritt hat der CIVD zusammen mit einem Stadt- und Regionalplaner sowie in Absprache mit Branchenexperten das Konzeptpapier weiter konkretisiert. Auf der Grundlage einer umfassenden Analyse des allgemeinen Planungsrechts kann der Verband Lösungsansätze benennen, wie man im niedrigschwelligen Bereich das Planungsverfahren gerade für einfache, funktionale Stellplätze erleichtern könnte, indem man etwa Transitplätze aus der Campingplatzverordnung bzw. aus der Bau-nutzungsverordnung herausnimmt. Der CIVD bietet damit eine klare Handlungsempfehlung, die künftig als Vorlage für künftige Campingplatznovellierungen dienen könnte.

Campsites and motor caravan sites should be regulated differently

Motor caravan sites are not a further development of campsites, but an alternative accommodation concept to which travellers have lower expectations than campsites. They should therefore be considered separately from traditional campsites. As a rule, motor caravan sites are much smaller and less complex, more like car parks. Accordingly, the planning effort involved is less than for campsites. The CIVD believes that a “campsite regulation” can hardly do justice to both campsites and motor caravan sites. A modified camping and regulation for motor caravan sites that takes into account the type and classification of motor caravan sites as basic, standard and premium would be desirable. Two years ago, in its position paper “For a contemporary adaptation of camping site regulations to strengthen caravanning tourism in the regions”, the association presented politicians with concrete proposals as to which types of motor caravan sites and which dimensions of motor caravan sites could be regulated alternatively without a camping site regulation. In a second step, the CIVD worked with an urban and regional planner and consulted with industry experts to further refine the concept paper. Based on a comprehensive analysis of general planning law, the association can identify possible solutions for simplifying the planning process for simple, functional motor caravan sites in the low-threshold area, for example by removing transit motor caravan sites from the Camping Site Ordinance or the Building Use Ordinance. The CIVD thus offers a clear recommendation for action that could serve as a template for future campsites amendments.

Nachhaltigkeit

Niedrigschwellige und klimafreundliche Übernachtungsangebote als Wertschöpfungstreiber für Regionen und Kommunen

Im Rahmen des gesamtdeutschen Tourismus findet jede elfte Übernachtung auf einem Campingplatz statt. 45 Millionen Übernachtungen auf Campingplätzen sowie 18,5 Millionen Übernachtungen auf Reisemobilstellplätzen weisen dem Caravaning eine Schlüsselfunktion zu. Das eröffnet Regionen und Kommunen auch Chancen auf Wertschöpfung, besonders dann, wenn die touristische Infrastruktur gerade bei Reisemobilstellplätzen niedrigschwellig erfolgen kann. In den letzten Jahren hat der Verband mit seinen vielfältigen Beratungsangeboten, u. a. basierend auf den Ergebnissen des Leitfadens klimafreundlicher Reisemobilstellplatz, erfolgreich dazu beigetragen, touristische Infrastruktur mit geringem finanziellem Aufwand aufzubauen: einfach, funktional und ohne großen Flächenfraß. Das wissen auch die Caravaning-Urlauber sehr zu schätzen. Denn eine GfK-Studie zeigt, dass Caravaning verglichen mit anderen Fortbewegungsmitteln eine ökologisch verträgliche Art des Reisens ist und umweltbewusste, naturliebende und glückliche Reisende als Gäste in die Destinationen bringt.

Weingut und Reisemobilstellplatz: eine CIVD-Initiative für umweltfreundlichen Urlaub

Viele Caravaning-Urlauber genießen das Gläschen Wein als gennussreichen Abschluss ihrer Tagesetappe. Ein Standplatz direkt beim Winzer ist für Gast und Gastgeber eine Win-win-Situation. Da die Gäste zum Weinbauern kommen, bieten sie den Winzern eine ideale Form des Direktvertriebs, in vielen Fällen sind Caravaning-geeignete Areale ohnehin vorhanden oder können durch einfache Infrastrukturmaßnahmen kostengünstig bereitgestellt werden. Der CIVD hat seit 2022 den Austausch mit Winzern über Messeauftritte und Workshops intensiviert. Als Grundlage dafür dient der aktuelle CIVD-Leitfaden „Weingut und Reisemobilstellplatz“, der die Interessierten leicht verständlich ins Thema bringt und die wirtschaftliche Relevanz für Winzer verdeutlicht. Darüber hinaus hat der CIVD auch in 2025 Standortanalysen sowie Beratungsgespräche oder Webinare durchgeführt, um Winzern zu erläutern, wie sie umweltfreundliche Kurzübernachtungsangebote zur Verfügung stellen können.

Sustainability

Low-threshold and climate-friendly accommodation options as drivers of value creation for regions and municipalities

Within the context of tourism in Germany as a whole, one in every eleven overnight stays takes place at a campsite. With 45 million overnight stays at campsites and 18.5 million overnight stays at motor caravan sites, caravanning plays a key role. This also opens up opportunities for regions and local authorities to add value, especially when the tourist infrastructure can be low-threshold, particularly in the case of motor caravan sites. In recent years, the association has successfully contributed to the development of tourist infrastructure at low financial cost with its wide range of advisory services, based in part on the results of the guide to climate-friendly motor caravan sites: simple, functional and without consuming large amounts of space. Caravanning holidaymakers also greatly appreciate this. A GfK study shows that caravanning is an environmentally friendly way of travelling compared to other modes of transport and attracts environmentally conscious, nature-loving and happy travellers to destinations.

Winery and motor caravan sites: a CIVD initiative for environmentally friendly holidays

Many caravanning holidaymakers enjoy a glass of wine as a pleasant way to end their day's journey. A pitch right next to a winery is a win-win situation for both guests and hosts. As guests come to the winegrowers, they offer them an ideal form of direct sales. In many cases, areas suitable for caravanning are already available or can be created inexpensively with simple infrastructure. For this reason, the CIVD has intensified its exchange with winegrowers through trade fair appearances and workshops since 2022. The basis for this is the current CIVD guide “Winery and motor caravan parking sites”, which provides interested parties with an easy-to-understand introduction to the topic and highlights the economic relevance for winegrowers. In addition, the CIVD also conducted location analyses, consultations and webinars in 2025 to explain to winegrowers how they can provide environmentally friendly short-stay accommodation.



Internationaler CARAVAN SALON

International CARAVAN SALON

Der CARAVAN SALON in Düsseldorf ist die größte und wichtigste Plattform der internationalen Caravaning-Industrie und setzt als Weltleitmesse maßgebliche Impulse für die gesamte Branche.

The CARAVAN SALON in Düsseldorf is the largest and most important platform for the international caravanning industry and, as the world's leading caravanning trade fair, sets the



Mit **über 270.000 Besuchern** aus **über 80 Ländern** sowie **mehr als 800 Ausstellern** unterstrich der CARAVAN SALON in seiner 64. Ausgabe erneut seine herausragende Bedeutung als **weltweit größte und wichtigste Caravaning-Messe**.

With **over 270,000 visitors** from **more than 80 countries** and **over 800 exhibitors**, the 64th edition of CARAVAN SALON once again underlined its outstanding importance as **the world's largest and most important caravanning trade fair**.

che. Als ideeller Träger übernimmt der CIVD dabei eine zentrale Rolle in der konzeptionellen Ausrichtung sowie in der Planung, Organisation und erfolgreichen Durchführung der Messe.

Mit über 270.000 Besuchern aus mehr als 80 Ländern und über 800 Ausstellern unterstrich der CARAVAN SALON in seiner 64. Ausgabe erneut seine herausragende Bedeutung als weltweit führende Caravaning-Messe. Nirgendwo sonst wird die gesamte Bandbreite an Produktneuheiten und Innovationen so umfassend präsentiert wie in Düsseldorf.

Politik zu Gast

Der CARAVAN SALON ist aber längst mehr als eine reine Produktschau und Verkaufsmesse. Er ist zugleich ein wichtiges

benchmark for the entire industry. As the conceptual sponsor, the CIVD plays a central role in the planning, organisation and successful hosting of the trade fair.

With over 270,000 visitors from more than 80 countries and over 800 exhibitors, the 64th edition of the CARAVAN SALON once again underlined its outstanding importance as the world's leading caravanning trade fair. Nowhere else is the entire range of new products and innovations presented as comprehensively as in Düsseldorf.

Policymakers in dialogue with the industry

However, the CARAVAN SALON has long been more than just a trade fair. It is also an important platform for political

Forum für den politischen Dialog. Neben Verkehrs- und Tourismuspolitikerinnen und -politikern aus dem Deutschen Bundestag sowie Vertreterinnen und Vertretern aus Kommunen und Tourismusorganisationen war auch der nordrhein-westfälische Ministerpräsident Hendrik Wüst zu Gast, der die Messe eröffnete. Er machte deutlich: „Der CARAVAN SALON zeigt eindrucksvoll, wie Technik und Vision zusammengehen. Die Caravaningbranche steht zudem beispielhaft für den Strukturwandel in Nordrhein-Westfalen, indem sie Nachhaltigkeit mit Fortschritt verbindet und qualifizierte Arbeitsplätze in vielen Bereichen schafft. Damit ist sie Zukunftstreiber und zugleich wichtiger Impulsgeber für die Tourismusbranche.“

dialogue. In addition to politicians from the German Bundestag responsible for transport and tourism, as well as representatives from local authorities and tourism organisations, North Rhine-Westphalia's State Prime Minister Hendrik Wüst was also a guest and opened the fair. He made it clear: "The CARAVAN SALON impressively demonstrates how technology and vision go hand in hand. The caravanning industry is also exemplary for the structural change in North Rhine-Westphalia, combining sustainability with progress and creating skilled jobs in many areas. This makes it a driver of the future and, at the same time, an important source of inspiration for the tourism industry."

Konferenzprogramm setzt branchenübergreifende Impulse

Ergänzend zum Messegesehen bot der CARAVAN SALON Fachbesuchern ein umfangreiches Konferenzprogramm, das der CIVD mit seinen Fachformaten maßgeblich mitgestaltete. Beim 5. Deutschen Stellplatztag des CIVD diskutierten mehr als 120 Teilnehmer aus Kommunen, Wirtschaft und Tourismus über bestehende Engpässe sowie Entwicklungschancen im Bereich der Caravaning-Infrastruktur. Auch das CIVD-Symposium „Natur.Tourismus.Zukunft“ setzte wichtige inhaltliche Akzente. Die Veranstaltung stand in diesem Jahr unter dem Motto „Mit allen Sinnen unterwegs“ und wurde von Silke Krebs, Staatssekretärin im nordrhein-westfälischen Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie, mit einem Grußwort eröffnet. Reinhard Meyer, ehemaliger Wirtschaftsminister in Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein und heute Präsident des Deutschen Tourismusverbandes, diskutierte gemeinsam mit den Teilnehmenden zentrale Zukunftsfragen des Tourismus. Im Fokus der Fachvorträge standen nachhaltige Konzepte, regionale Wertschöpfungsketten, digitale Besucherlenkung sowie neue Qualitätsstandards im Outdoor- und Wandertourismus.

Conference programme provides cross-industry impulses

In addition to the trade fair, CARAVAN SALON offered trade visitors an extensive conference programme, which the CIVD played a key role in shaping with its expert formats. At the CIVD's fifth German Motor Caravan Site Day, more than 120 participants from local authorities, business and tourism discussed existing bottlenecks and development opportunities in the field of caravanning infrastructure. The CIVD symposium Nature. Tourism. Future. also set important thematic accents. This year's event was held under the motto "Travelling with all your senses" and was opened with a welcome address by Silke Krebs, State Secretary in the North Rhine-Westphalian Ministry of Economic Affairs, Industry, Climate Protection and Energy. Reinhard Meyer, former Minister of Economic Affairs in Mecklenburg-Western Pomerania and Schleswig-Holstein and now President of the German Tourism Association, discussed key issues for the future of tourism with the participants. The specialist presentations focused on sustainable concepts, regional value chains, digital visitor guidance and new quality standards in outdoor and hiking tourism.



Oben: Der nordrhein-westfälische Ministerpräsident Hendrik Wüst eröffnete den 64. CARAVAN SALON und informierte sich während seines gemeinsamen Messe- und Rundgangs mit Vertretern des CIVD und der Messe Düsseldorf über das vielfältige Angebot zum Thema mobile Freizeit. Links im Bild: CIVD-Präsident Bernd Löher.

Rechts oben: Beim 5. Deutschen Stellplatztag des CIVD diskutierten 120 Fachleute über die Chancen und Herausforderungen beim Ausbau der Stellplatzinfrastruktur und das Potenzial für die regionale Wertschöpfung.

Rechts unten: Die Staatssekretärin im Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen Silke Krebs eröffnete das 4. Symposium „Natur.Tourismus.Zukunft“ mit einem Grußwort.

Above: North Rhine-Westphalia's State Prime Minister Hendrik Wüst opened the 64th CARAVAN SALON and, during his tour of the exhibition with representatives of the CIVD and Messe Düsseldorf, learned about the wide range of products and services on offer in the field of mobile leisure. Pictured left: CIVD President Bernd Löher.

Top right: At the fifth German Motor Caravan Site Day organised by the CIVD, 120 experts discussed the opportunities and challenges involved in expanding caravanning infrastructure and the potential for regional economic growth.

Bottom right: The State Secretary in the Ministry of Economic Affairs, Industry, Climate Protection and Energy of the State of North Rhine-Westphalia, Silke Krebs, opened the fourth symposium Nature. Tourism. Future with a welcoming address.



Caravaning- und Touristikmessen in Deutschland

Caravanning and tourism trade fairs in Germany

Messen spielen für die deutsche und europäische Caravaning-Industrie eine zentrale Rolle. Sie fungieren nicht nur als wichtiges Stimmungsbarmeter der Branche, sondern sind zugleich ein bedeutender Anlaufpunkt für kaufinteressierte Endkunden. Dank des weiterhin hohen Interesses von Urlaubern an Reisemobilen und Caravans verzeichneten die deutschen Caravaning-Messen insgesamt ein sehr solides Messejahr 2025. Sowohl die „Freizeit, Touristik & Garten“ in Nürnberg als auch die „Touristik & Caravaning“ in Leipzig konnten ihre Besucherzahlen gegenüber dem Vorjahr sogar steigern. Auch 2025 setzte der CARAVAN SALON in Düsseldorf als weltweit größte und wichtigste Messe der Branche ein eindrucksvolles Zeichen: Mit rund 270.000 Besuchern aus über 80 Ländern sowie mehr als 800 Ausstellern bestätigte die Weltleitmesse einmal mehr ihre herausragende Bedeutung und setzte erneut Maßstäbe.

Positiver Jahresauftakt für das Messejahr 2026

Mit der CMT in Stuttgart beginnt traditionell das Messejahr der Branche. Sie gilt als früher Indikator für die Kundenstimmung zu Jahresbeginn. Entsprechend positiv fiel das Fazit von Veranstaltern und Ausstellern im Januar aus: Rund 265.000 Besucherinnen und Besucher bedeuteten einen leichten Zuwachs gegenüber dem Vorjahr. Das umfangreiche Angebot an Reisemobilen und Caravans stieß auf großes Interesse und bestätigte die weiterhin hohe Nachfrage nach mobilem Urlaub.

Trade fairs play a central role for the German and European caravanning industry. Not only do they serve as an important indicator of the industry's climate, they are also a significant point of contact for potential customers. Thanks to the continuing high level of interest among holidaymakers in motor caravans and caravans, German caravanning trade fairs enjoyed a very solid year overall in 2025. Both the Freizeit, Touristik & Garten in Nuremberg and the Touristik & Caravaning in Leipzig even managed to increase their visitor numbers compared to the previous year. In 2025, the CARAVAN SALON in Düsseldorf, the world's largest and most important trade fair for the industry, once again made an impressive mark: with around 270,000 visitors from over 80 countries and more than 800 exhibitors, the world's leading trade fair once again confirmed its outstanding importance and set new standards.

Positive start to the 2026 trade fair year

The CMT in Stuttgart traditionally marks the start of the trade fair year for the industry. It is considered an early indicator of customer sentiment at the beginning of the year. Organisers and exhibitors were highly positive in their assessment in January: around 265,000 visitors attended, representing a slight increase on the previous year. The extensive range of motor caravans and caravans on display attracted considerable interest and confirmed the continuing high demand for mobile holidays.

Caravanning- und Touristikmessen in Deutschland 2024/2025/2026

Caravanning and tourism trade fairs in Germany 2024/2025/2026

Monat Month	Messe Trade fair	Ausstellungsfläche in qm (netto) Exhibition space in sqm (net)			Anzahl der Aussteller Number of exhibitors			Besucher Visitors			Anteil der Caravaning-interessierten Besucher (CIVD-Schätzung) Proportion of visitors interested in caravanning (CIVD estimate)		
		2024	2025	2026	2024	2025	2026	2024	2025	2026	2024	2025	2026
Januar January	CMT, Stuttgart 18.-26.01.2025 17.-25.01.2026	80.431	81.262	81.200	1.549	1.528	1.626	233.931	261.004	265.345	95.912	107.012	143.286
Februar February	REISEN & CARAVANING, Hamburg 06.-09.02.2025 05.-08.02.2026	21.699	20.879	21.778	429	427	486	68.929	65.000	58.165	45.493	42.900	38.389
	ABF/B.I.G., Hannover 12.-16.02.2025 11.-15.02.2026	43.891	46.058	46.025	529	531	574	84.029	76.213	81.454	24.368	22.102	23.622
	f.re.e, München 19.-23.02.2025 18.-22.02.2026	35.384	36.560	33.668	1.015	961	939	147.243	124.592	133.725	50.063	42.361	45.467
	Reise+Camper, Essen 19.-23.02.2025 25.02.-01.03.2026	36.405	31.215		798	746		85.687	80.783		33.418	31.505	
	Freizeit, Touristik + Garten, Nürnberg 12.-16.03.2025 04.-08.03.2026	22.563	36.267		457	514		67.962	71.000		25.826	26.980	
August August	CARAVAN SALON, Düsseldorf 29.08.-07.09.2025 28.08.-06.09.2026	134.536	125.934		783	810		255.211	270.421		255.211	270.421	
November November	Touristik & Caravaning, Leipzig 19.-23.11.2025 18.-22.11.2026	27.500	27.740		450	470		56.900	59.500		21.622	22.610	

FKM-geprüft, nach Messeangaben | Verified by the FKM, according to fair information
Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen (FKM) | Society for the Voluntary Control of Fair and Exhibition Statistics
Redaktionsschluss: 11.03.2026 | Editorial deadline 11 March 2026

Internationale Caravaning- und Touristikmessen

International caravanning and tourism trade fairs

Traditionell eröffnet der CARAVAN SALON in Düsseldorf die europäische Messesaison. Auch 2025 bestätigte er mit einem sehr guten Besucherergebnis sowie einer Rekordbeteiligung auf Ausstellerseite seine Rolle als Weltleitmesse der Branche. Von der weiterhin hohen Begeisterung der Urlauber für Caravaning profitierten darüber hinaus zahlreiche weitere europäische Messen: Die Messen in Parma, Paris, Birmingham und Wels konnten ihre Besucherzahlen im Vergleich zum Vorjahr jeweils steigern. Auch international setzte sich diese positive Entwicklung fort. So verzeichnete unter anderem die „All in CARAVANING“ in Peking ebenfalls wachsende Besucherzahlen.

Traditionally, the CARAVAN SALON in Düsseldorf opens the European trade fair season and this year once again confirmed its role as the world's leading trade fair for the industry with excellent visitor numbers and record participation on the exhibitor side. Numerous other European trade fairs also benefited from the continuing high level of enthusiasm for caravanning among holidaymakers: the trade fairs in Parma, Paris, Birmingham and Wels all increased their visitor numbers compared to the previous year. This positive development also continued internationally. Among others, the All in CARAVANING in Beijing also recorded growing visitor numbers.



Internationale Caravaning- und Touristikmessen 2024/2025/2026

International caravanning and tourism trade fairs 2024/2025/2026

Monat Month	Messestandort Trade fair location	Messe Trade fair	Ausstellungsfläche in qm (netto) Exhibition space in sqm (net)			Anzahl der Aussteller Number of exhibitors			Besucher Visitors		
			2024	2025	2026	2024	2025	2026	2024	2025	2026
Januar January	🇯🇵 Tokio 30.01.-02.02.2026	Japan Camping Car Show	33.750			171			46.459		
Mai May	🇨🇳 Peking 15.-17.05.2026	All in CARAVANING	27.000	27.000		95	110		12.075	18.268	
August August	🇩🇪 Düsseldorf 28.08.-06.09.2026	CARAVAN SALON	134.536	125.934		783	810		255.211	270.421	
September September	🇸🇪 Jönköping 09.-13.09.2026	Scandinavian Caravan Show	30.000	30.000		140	130		34.100	33.500	
	🇮🇹 Parma 12.-20.09.2026	Il Salone del Camper	43.836	41.365		239	233		104.828	107.107	
	🇫🇷 Paris 26.09.-04.10.2026	Salon des Véhicules de Loisirs	52.000	45.000		160	150		85.000	87.000	
	🇳🇱 Utrecht 30.09.-04.10.2026	Kampeer & Caravan	22.671	22.371		218	245		41.772	40.082	
	🇪🇸 Barcelona alle 2 Jahre every 2 years 10.2027	Salón Caravaning	-	32.000	-	-	180	-	-	62.000	-
Oktober October	🇦🇹 Wels 14.-18.10.2026	Caravan Salon Austria	28.000	28.000		230	225		45.000	47.200	
	🇬🇧 Birmingham 13.-18.10.2026	The Motorhome & Caravan Show	55.581	55.937		282	289		95.253	96.149	
	🇨🇭 Bern 22.-26.10.2026	Suisse Caravan Salon	30.000	40.000		380	380		57.000	57.000	

Auswahl relevanter Caravaning- und Touristikmessen | Selection of relevant caravanning and tourism trade fairs
*Brutto nach Messeangaben | *Gross according to fair information
Redaktionsschluss: 11.03.2026 | Editorial deadline 11 March 2026

Marketingkommunikation Marketing communication

Die Caravanning Informations GmbH (CIG) fungiert als Marketingeinheit des Branchenverbands und verfolgt seit vielen Jahren konsequent das Ziel, Caravanning als moderne und attraktive Form des Reisens zu vermitteln. Mit ihrer mehrfach prämierten Imagekampagne nutzt sie ein breites Spektrum aktueller Kommunikations- und PR-Maßnahmen, um die Faszination des Caravanings glaubwürdig und emotional zu transportieren – bewusst ohne die Hervorhebung einzelner Marken oder Hersteller.

Die vom CIVD initiierte Kampagne ist in Umfang und Wirkung innerhalb der Branche beispiellos und unterstreicht die außergewöhnliche Geschlossenheit des gesamten Caravanning-Sektors. Diese gemeinsame Ausrichtung zeigt deutliche Ergebnisse: Untersuchungen belegen, dass die Initiative das Ansehen und die Attraktivität des Caravanings dauerhaft stärkt. Auch der Handel berichtet, dass durch die Aktivitäten neue Kundengruppen erreicht werden. Zudem hat sich der deutsche Markt für Caravanning seit Start der Kampagne dynamischer entwickelt als jeder andere in Europa – ein Erfolg, den die Verbandsinitiative maßgeblich mitgestaltet hat.

The Caravanning Informations GmbH (CIG), acting as the marketing unit of the industry association, has been pursuing the goal of presenting caravanning as a modern and appealing form of travel for many years. With its multi-award-winning image campaign, it employs a wide range of contemporary marketing and PR tools to convey the fascination of caravanning in an authentic and emotional way – deliberately without highlighting individual brands or manufacturers. The campaign initiated by the CIVD is unparalleled in both scope and impact, underscoring the remarkable unity within the caravanning sector. This collective commitment is producing clear results: studies show that the initiative has sustainably improved the image and attractiveness of caravanning. Retailers also confirm that the measures are successfully reaching new target groups. Furthermore, the German caravanning market has grown more dynamically since the start of the campaign than any other market in Europe – a success to which the association's initiative has undoubtedly made a significant contribution.



Marketingkommunikation → 360-Grad-Kampagne
Marketing communication → 360-degree image campaign

360-Grad-Kampagne

Die Imagekampagne des Verbandes hat sich über die Jahre stetig weiterentwickelt und nutzt heute ein breites Spektrum relevanter Kommunikationskanäle. Während TV-Werbung weiterhin ein zentraler Baustein bleibt, entfaltet die Kampagne ihre Wirkung inzwischen vor allem durch das Zusammenspiel zahlreicher Maßnahmen, die unterschiedliche Zielgruppen dort erreichen, wo sie sich bewegen. Auf diese Weise ist eine umfassende 360-Grad-Kommunikation entstanden, die kontinuierlich ausgebaut und optimiert wird.

Die Website caravanning.info ist Absender der Kampagne und bietet inspirierende Inhalte sowie fundierte Informationen für alle, die sich mit dem Thema Caravanning beschäftigen. Gemeinsam mit Social Media, Content-Marketing, PR, verschiedenen Kooperationen und weiteren Formaten bildet sie ein vernetztes Kommunikationsökosystem. Diese Vielfalt ermöglicht es der Kampagne, die Attraktivität des Caravanings modern, emotional und zielgruppenspezifisch zu vermitteln – und sowohl bestehende Interessenten zu begeistern als auch neue Zielgruppen zu erreichen.

360-degree image campaign

The association's image campaign has continuously evolved over the years and now relies on a broad spectrum of relevant communication channels. While TV advertising remains a central component, the campaign's impact is increasingly driven by the interplay of numerous measures that reach different target groups where they are active. In this way, a comprehensive 360-degree communication approach has emerged, which is continuously expanded and refined.

The website caravanning.info serves as the campaign's sender and provides inspiring content as well as reliable information for anyone interested in the topic of caravanning. Together with social media, content marketing, PR, various partnerships and additional formats, it forms an interconnected communication ecosystem. This diversity enables the campaign to present the appeal of caravanning in a modern, emotional and target-group-specific way – successfully engaging existing audiences while also reaching new ones.



TV-Werbung

Die Fernsehwerbung bringt die Essenz des Caravanning-Urlaubs auf den Punkt: die Freiheit, die Freizeit unabhängig und individuell zu gestalten. Im Zentrum der neuen Kampagne stehen echte Caravanning-Reisende. Ein Best-Ager-Paar, eine Familie und zwei junge Paare wurden bereits Monate vor Beginn der Dreharbeiten interviewt. Die in diesen Interviews erzählten persönlichen Erlebnisse, Eindrücke und Gedanken bildeten die kreative Grundlage für die neuen Filme. Gefilmt wurden die Aktivitäten und Erlebnisse, die sie am Caravanning lieben – ohne vorgegebenes Skript der Agentur. Was sie in den Spots sagen, sind ihre Worte: authentisch, berührend und maximal nahbar. Man hört und spürt die Begeisterung: Hier sprechen Menschen, die Caravanning wirklich leben.

TV campaign

The TV commercials capture the essence of a caravanning holiday: the freedom to shape one's leisure time independently and individually. At the heart of the new campaign are real caravanning travellers. A best-ager couple, a family and two young couples were interviewed months before filming began. The personal experiences, impressions and thoughts shared in these interviews formed the creative foundation for the new films. The camera focused on the activities and moments they love about caravanning – without a predefined agency script. What they say in the spots are their own words: authentic, moving and genuinely relatable. You can hear and feel the enthusiasm: these are people who truly live caravanning.

caravanning.info

Für routinierte Caravanning-Liebhaber gehört die große Bandbreite dieser Urlaubsform ganz selbstverständlich zur Faszination – für Einsteiger kann genau diese Vielfalt jedoch zunächst überwältigend sein. Reisen mit Caravan oder Reisemobil unterscheiden sich in vielen Punkten von anderen Urlaubsorten und bringen eine Reihe spezifischer Fragen mit sich. An dieser Stelle kommt das Verbraucherportal caravanning.info ins Spiel: Es weckt nicht nur Interesse an der mobilen Reiseform, sondern führt vor allem Neulinge Schritt für Schritt an ihr erstes gelungenes Caravanning-Erlebnis heran. Die Website stellt umfangreiche Informationen bereit, die bei der Wahl eines geeigneten Fahrzeugs unterstützen und individuelle Bedürfnisse berücksichtigen. Zentrale Themen wie Führerscheinbestimmungen, Beladung oder grundlegende Abläufe werden verständlich und praxisnah erläutert. Wer nach Inspiration sucht, findet authentische Erfahrungsberichte sowie Empfehlungen zu Camping- und Stellplätzen. Darüber hinaus erleichtert eine integrierte Händler- und Vermietersuche den Weg zum passenden Ansprechpartner in der Region. Ergänzt wird das Angebot durch hilfreiche Check- und Packlisten, die die Reisevorbereitung vereinfachen, sowie einen wachsenden Ratgeberbereich für unterwegs. Auf diese Weise sorgt das Portal dafür, dass der Einstieg ins Caravanning nicht nur reibungslos gelingt, sondern auch zu einem besonders schönen und erinnerungswürdigen Urlaub wird.

caravanning.info

For seasoned caravanning enthusiasts, the diversity of this form of travel is part of its appeal – but for newcomers, it can initially feel a bit overwhelming. Travelling with a caravan or motor caravan differs from other types of holidays and involves a number of details that require clear explanation. This is where the consumer portal caravanning.info comes in: it not only sparks interest in the world of mobile travel but also guides beginners step by step toward their first successful caravanning experience. The website provides extensive information to help users choose the right vehicle based on their individual needs. Key topics such as driving licence requirements, proper loading and essential procedures are explained in a practical and easy-to-understand way. Those seeking inspiration will find authentic travel reports as well as recommendations for campsites and pitches. An integrated dealer and rental company search makes it easy to find the right specialist in the local area. The platform also offers helpful checklists to simplify trip preparation, along with an expanding on-the-go advice section for support while travelling. In this way, the portal ensures that newcomers' first caravanning holiday is not only smooth and stress-free but also a truly memorable experience.

Drei zielgruppenspezifische TV-Spots werben in vier Flights pro Jahr für die Urlaubsform Caravanning. Ergänzend vermitteln kurze Spot-Varianten saisonale Themen wie den CARAVAN SALON oder animieren zur Fahrzeugmiete – dem idealen Einstieg in diese Freizeitform. Die Spots lassen sich per QR-Code abrufen. Three target group-specific TV adverts promote caravanning as a form of holiday in four flights per year. In addition, short adverts communicate seasonal themes, such as the CARAVAN SALON, or encourage people to rent a vehicle – the ideal introduction to this form of leisure. The adverts can be accessed via QR code.

Das Verbraucherportal caravanning.info bildet das Zentrum der Imagekampagne. Der Bereich für Einsteiger unterstützt sowohl in der Phase der Reiseplanung als auch während der Reise selbst. Die Händler- und Vermietersuche führt zu den nächstgelegenen Händlerbetrieben. The consumer portal caravanning.info serves as the endorsing brand behind the image campaign. The section for beginners provides support both during the trip planning phase and during the trip itself. The dealer and hire company search leads to the nearest dealerships.

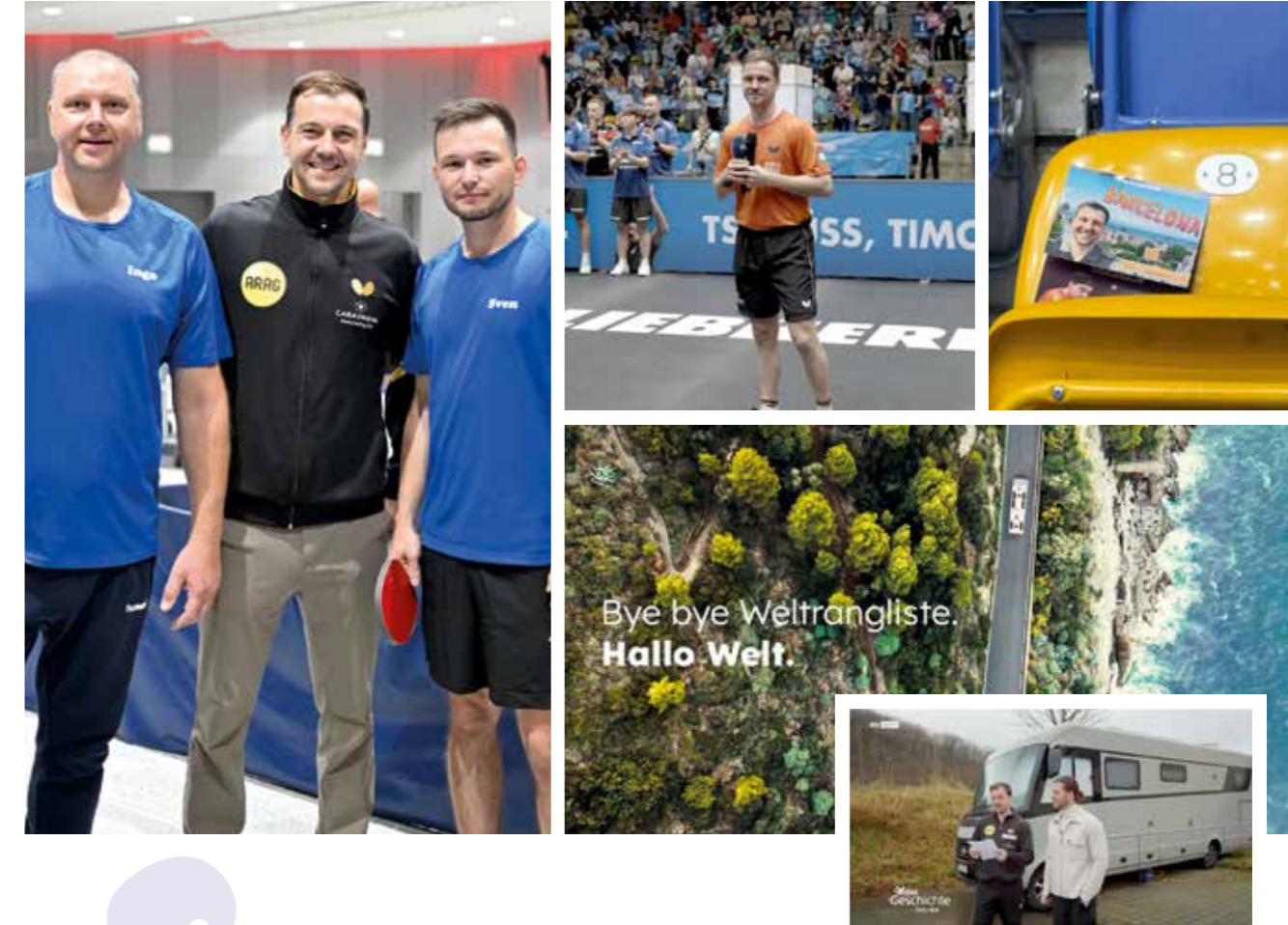
Social Media

Die sozialen Netzwerke gehören inzwischen zu den wichtigsten Kommunikationskanälen des Verbandes. Unter dem Auftritt @caravaninginfo sprechen wir insbesondere Menschen an, die klassische Medien kaum noch nutzen. Auf Facebook, Instagram und YouTube stellen wir Caravaning-Fans und Interessierten abwechslungsreiche Inhalte bereit, die sowohl inspirieren als auch informieren. Dazu zählen Anregungen für Reisen, Hinweise zu Camping- und Stellplätzen, eindrucksvolle Landschaftsbilder ebenso wie interaktive Aktionen und Gewinnspiele. Mit kurzen Texten, starken Bildern und lebendigen Videos bieten die Kanäle einen leicht zugänglichen und unterhaltsamen Einstieg in die Welt des Caravanings.

Social media

Social media has become one of the most important communication channels for the association. Under the handle @caravaninginfo, we particularly engage people who make little use of traditional media. On Facebook, Instagram and YouTube, we provide caravanning enthusiasts and interested audiences with a diverse range of content designed to both inspire and inform. This includes travel ideas, recommendations for campsites and pitches, impressive landscape imagery, as well as interactive activities and giveaways. With concise text, strong visuals and dynamic videos, the channels offer an accessible and entertaining introduction to the world of caravanning.

Die sozialen Medien schaffen eine kontinuierliche Verbindung und ermöglichen einen direkten Austausch mit der Zielgruppe. Über die QR-Codes gelangen Sie ganz einfach zu den Social-Media-Kanälen von **caravaning.info**.
 The social media create a constant connection and enable a direct exchange with the target group. You can easily access the social media channels of **caravaning.info** via the QR codes.



Timo Boll ist auch Schirmherr des CIVD-Tischtennisturniers im Rahmen des CARAVAN SALON, bei dem sich zahlreiche Mitarbeiter der CIVD-Mitgliedsunternehmen sportlich messen. Timo Boll also serves as patron of the CIVD table tennis tournament held as part of CARAVAN SALON, where numerous employees from CIVD member companies compete in a sporting contest.

Unterwegs mit Timo Boll

Empfehlungen und ehrliche Einschätzungen von glaubwürdigen Persönlichkeiten entfalten häufig eine stärkere Wirkung als klassische Markenkommunikation. Vor diesem Hintergrund setzt der CIVD gezielt auf Markenbotschafter und Influencer, deren Authentizität im Fokus steht. Eine herausragende Rolle spielt dabei Tischtennislegende Timo Boll. Der Ausnahmesportler ist passionierter Reisemobilist und zeigt das überall dort, wo er in den Medien auftaucht: in den CIVD-eigenen Formaten auf YouTube, in seiner Dokuserie beim Sportsender DYN und der ARD Mediathek, genauso wie in Interviews und Artikeln. 2025 beendete Boll seine aktive Sportlerkarriere, was der Verband zum Anlass nahm, ihm in einem humorvollen Video mehr Zeit für Caravanning zu wünschen. Allein diese Werbemaßnahme wurde mehr als 1 Million Mal angesehen. In der Zukunft wird Boll alles andere als untätig sein. 2026 sieht man ihn unter anderem mit einem Gastauftritt in einer Hollywood-Produktion und als Sportkommentator auf dem Sportsender DYN. Und das immer wieder mit Caravanning-Bezug.

On the road with Timo Boll

Recommendations and honest opinions from credible personalities often have a stronger impact than traditional brand communication. With this in mind, the CIVD deliberately relies on brand ambassadors and influencers, placing authenticity at the centre of its approach. Table tennis legend Timo Boll plays a particularly prominent role in this strategy. An exceptional athlete and passionate motor caravan traveller, Boll demonstrates his enthusiasm wherever he appears in the media: in the CIVD's own YouTube formats, in his documentary series on sports broadcaster DYN and the ARD Mediathek, as well as in interviews and articles. In 2025, Boll ended his active professional sports career, which the association used as an opportunity to humorously wish him more time for caravanning in a video. This single marketing activity alone was viewed more than one million times. Boll will be anything but inactive in the future. In 2026, he will be seen, among other things, in a guest appearance in a Hollywood production and as a sports commentator on the sports channel DYN – repeatedly with a clear connection to caravanning.

Über alle Berge mit Gela und Andi

Seit Jahren zählen Gela Allmann und Andi Wittmann zu den festen Kooperationspartnern des Verbandes. Als sportliches Duo sind sie mit ihren Kindern Felix und Lilly unterwegs – flexibel im Caravan oder Reisemobil – und zeigen, wie gut sich Abenteuerlust, Familienleben und mobile Freizeit verbinden lassen. Vor allem bei jungen Familien und Outdoor-Fans treffen sie damit den Nerv der Zeit. Auf ihren Social-Media-Kanälen erreichen sie mehr als 170.000 Menschen und produzieren für den CIVD regelmäßig Inhalte mit Fokus auf Sport und Familie – immer in Verbindung mit Caravaning. Zusätzlich führen sie als Gesichter der Einsteiger-Tutorials auf caravaning.info und YouTube Neulinge Schritt für Schritt an die Urlaubsform heran.



“Across every mountain” with Gela and Andi

Gela Allmann and Andi Wittmann have been long-standing and trusted cooperation partners of the association. As an athletic duo, they travel with their children Felix and Lilly – flexibly by caravan or motor caravan – demonstrating how a spirit of adventure, family life and mobile leisure can be seamlessly combined. In doing so, they particularly resonate with young families and outdoor enthusiasts. Through their social media channels, they reach more than 170,000 people and regularly create content for the CIVD with a focus on sport and family – always in connection with caravanning. In addition, as the faces of the beginner tutorials on caravaning.info and YouTube, they guide newcomers step by step into this form of holiday travel.

Blickfang

In Kooperation mit dem Verband reisen ausgewählte Influencer mit Caravan und Reisemobil durch ganz Europa. Sie präsentieren unsere Art des Reisens auf beeindruckende Weise und inspirieren mit ihren Fotos und Videos ihre Follower. Ein Beispiel dafür ist Fotograf Daniel Schumacher, der mit seinen Werken zusätzlich die CIVD-eigenen Social-Media-Kanäle bereichert und in unserem Printmagazin spannende Caravaning-Reiseberichte teilt.

Fotograf Daniel Schumacher begeistert auf Instagram 145.000 Follower mit seinem ganz eigenen Foto- und Videostil für das Thema Caravaning.

Eye-Catcher

In collaboration with the association, selected influencers travel across Europe with caravans and motor caravans. They showcase our style of travel in a striking and engaging way, inspiring their followers through photos and videos. One example is photographer Daniel Schumacher, whose work not only enriches the CIVD's own social media channels but also contributes exciting caravanning travel stories to our print magazine.

Photographer Daniel Schumacher captivates 145,000 Instagram followers alone with his distinctive photographic and video style focused on caravanning.



Marketingkommunikation → 360-Grad-Kampagne → Sportförderung
Marketing communication → 360-degree image campaign → Sport promotion

Sporthilfe – Our House

Mit der Marke „Our House“ unterstützt die Deutsche Sporthilfe Actionssportler, die bewusst unabhängig von klassischen Verbandsstrukturen agieren. Ihr Lebens- und Trainingsstil, geprägt von Flexibilität und Eigenständigkeit, harmonisiert ideal mit dem Freiheitsgedanken des Reisens im Wohnmobil. Vor diesem Hintergrund engagiert sich der CIVD seit 2022 als Partner der Initiative. Über das gesamte Jahr hinweg sind wechselnde Athletinnen und Athleten mit einem von der Stiftung gestellten Campervan unterwegs und teilen ihre Erlebnisse über reichweitenstarke Beiträge in den sozialen Medien. Zu den besonderen Höhepunkten zählen zwei Roadtrips pro Jahr: Auf individuell geplanten Routen durchqueren die Sportler Europa und teilen die Reisen kontinuierlich mit ihren Followern und Fans. Allein diese Roadtrips generieren innerhalb der jungen Zielgruppe eine Reichweite im Millionenbereich.



Sporthilfe – “Our House”

Through its “Our House” brand, the German Sports Aid Foundation supports action sports athletes who deliberately operate independently of traditional federation structures. Their lifestyle and training approach – shaped by flexibility and self-determination – align perfectly with the idea of freedom associated with travelling by motor caravan. Against this backdrop, the CIVD has been supporting the initiative as a partner since 2022. Throughout the year, different athletes travel in a campervan provided by the foundation and share their experiences through high-reach social media content. A particular highlight of the initiative are two annual road trips: following individually planned routes, the athletes travel across Europe and continuously share their journeys with followers and fans. These road trips alone generate a reach in the millions within the young target audience.



Die geförderten Sportler sind international führend in den Actionssportarten Wakeboarding, Parkour, Freeskiing und Snowboarding, BMX und Skateboarding. QR-Code scannen für mehr Informationen. The athletes supported are international leaders in the action sports of wakeboarding, parkour, free skiing and snowboarding, BMX and skateboarding. Scan the QR code for more information.

Content-Marketing

Content-Marketing lebt davon, Menschen mit relevanten Inhalten und starken Geschichten zu erreichen und ihnen echten Mehrwert zu bieten. Caravanning bringt ideale Voraussetzungen mit, da es sich als emotionale Form des Reisens und der Freizeitgestaltung besonders gut in inspirierende und informative Inhalte übersetzen lässt. Die Zusammenarbeit des CIVD mit führenden deutschen Medienhäusern zeigt eindrucksvoll, wie erfolgreich Content-Marketing umgesetzt werden kann. So begleiteten zuletzt zum Beispiel die Leser der F.A.Z.-Printausgabe, von faz.net und sueddeutsche.de in einer mehrteiligen Reihe zwei Redakteure auf Reisemobil-Kurztrips, während der Leserschaft von familie&co der Familienurlaub im Caravan nähergebracht wurde – versehen mit einem Hinweis auf den bevorstehenden CARAVAN SALON.

Eine ganz besondere Geschichte – und ein ganz besonderes Projekt – war dieses Jahr unser Reiseformat mit Kevin Teller. DER SPIEGEL attestiert dem als Papaplatte bekannten Streamer den vielleicht größten Einfluss auf die Generation Z überhaupt. Aber zu den Millionen Fans, die Papaplatte täglich über Stunden auf der Online-Plattform twitch zuschauen, gehören auch alle anderen Altersklassen. Als er zusammen mit dem Streamer Reeze im Reisemobil durch das Vereinigte Königreich reiste, führten die Streams der beiden die Hitliste an. Die Tour wurde von insgesamt 2 Millionen Menschen auf twitch verfolgt. Zusätzlich schauten täglich bis zu 1 Million Menschen die Highlights des Tages auf YouTube an.

Content marketing

Content marketing thrives on reaching people with relevant content and compelling stories that deliver real added value. Caravanning offers ideal conditions for this, as its emotional appeal as a form of travel and leisure lends itself perfectly to inspiring and informative storytelling. The CIVD's collaboration with leading German media outlets impressively demonstrates how successful content marketing can be. For example, readers of the FAZ print edition, faz.net and sueddeutsche.de recently accompanied two editors on short motor caravan trips in a multi-part series, while the readers of familie&co were introduced to family holidays in caravans – with a reference to the upcoming CARAVAN SALON.

A truly special story – and an equally special project – was our travel format with Kevin Teller this year. DER SPIEGEL describes the streamer known as Papaplatte as possibly having the greatest influence on Generation Z of all. Yet among the millions of fans who watch Papaplatte for hours every day on the online platform Twitch are viewers from all age groups. When he travelled across the United Kingdom in a motor caravan together with fellow streamer Reeze, their streams topped the German charts. The tour was followed by a total of two million people on Twitch. In addition, up to a million viewers per day watched the daily highlights on YouTube.



Kooperation „Tor des Monats“

Die Kooperation zwischen ARD und CIVD im Rahmen des „Tors des Monats“ ist im wahrsten Sinn des Wortes ein Volltreffer. Für den Verband steht diese Partnerschaft für ein außergewöhnlich überzeugendes Kosten-Nutzen-Verhältnis. Gleichzeitig eröffnet sie den beteiligten Verbandsmitgliedern den Zugang zur hohen Reichweite der Sportschau und die Möglichkeit, ihre Produkte als attraktive Gewinne zu präsentieren – eingebettet in ein hochwertiges und glaubwürdiges redaktionelles Umfeld. Besonders hervorzuheben ist, dass diese Zusammenarbeit nicht käuflich zu erwerben ist. Die Entscheidung für eine Partnerschaft mit dem CIVD wurde von der unabhängigen Redaktion der Sportschau getroffen. Dass die Kooperation über viele Jahre hinweg fortgeführt wird, unterstreicht eindrucksvoll die Strahlkraft und Attraktivität des Caravanings als Freizeitform.



1. Vorstellung der schönsten Tore, 2. Aufruf zur Abstimmung, 3. Vorstellung des Gewinns, 4. caravanning.info wünscht Glück
 1. Presentation of the most spectacular goals, 2. Call for voting, 3. Presentation of the winner, 4. caravanning.info wishes you good luck

Monat für Monat maximale Aufmerksamkeit

In der Sportschau stimmen die Zuschauer im Vier-Wochen-Rhythmus über ihr jeweiliges „Tor des Monats“ ab. Darüber hinaus findet jedes Jahr im Januar die Wahl zum „Tor des Jahres“ statt. Im begleitenden Gewinnspiel haben alle Teilnehmer die Möglichkeit, ein Reisemobil als Hauptgewinn zu erhalten. Das Fahrzeug wird dabei in mehreren Sportschau-Ausgaben vorgestellt – insgesamt in fünf bis zehn Sendungen mit einer Reichweite von jeweils bis zu sechs Millionen Zuschauern.

Caravanning im Rampenlicht

Die Auszeichnung „Tor des Monats“ ist seit über 50 Jahren ein fester Bestandteil der deutschen Fußballkultur und genießt hohe Bekanntheit und Akzeptanz. Besonders hervorzuheben ist, dass die Wahl nicht im Werbeblock stattfindet, sondern Teil des redaktionellen Programms ist. Dies sorgt für eine gesteigerte Aufmerksamkeit und ein größeres Vertrauen beim Publikum. Die Caravanning-Einspieler sind direkt in die Sendung integriert und dürfen somit auch an Sonn- und Feiertagen gezeigt werden – Tage, an denen die ARD üblicherweise keine Werbung ausstrahlt. Für die Mitglieder des Verbandes bietet diese Kooperation eine reichweitenstarke und äußerst attraktive Plattform, um ihre Produkte wirkungsvoll zu präsentieren.

“Goal of the Month” cooperation

The cooperation between ARD and the CIVD as part of the “Goal of the Month” represents a particularly successful partnership. For the association, it offers an exceptionally compelling cost-benefit ratio. At the same time, participating member companies benefit from the extensive reach of Sportschau and the opportunity to showcase their products as attractive prizes – embedded in a high-quality and credible editorial environment. What deserves particular emphasis is that this collaboration cannot be bought. The decision to enter into a partnership with the CIVD was made by the independent Sportschau editorial team. The fact that the cooperation has been continued over many years powerfully underscores the appeal and attractiveness of caravanning as a leisure activity.

Month after month, maximum attention

In Sportschau, viewers vote every four weeks for their respective “Goal of the Month”. In addition, the annual “Goal of the Year” is selected each January. As part of the accompanying competition, all participants have the chance to win a motor caravan as the main prize. The vehicle is featured across several sportschau broadcasts – appearing in a total of five to ten episodes, each reaching up to six million viewers.

Caravanning in the Spotlight

The “Goal of the Month” award has been an integral part of German football culture for more than 50 years and enjoys a high level of recognition and acceptance. What makes it particularly distinctive is that the vote does not take place within an advertising break, but as part of the editorial programme. This results in increased audience attention and a higher level of trust. The caravanning clips are directly embedded in the broadcast and can therefore also be shown on Sundays and public holidays – days on which ARD typically does not air advertising. For the association's members, this cooperation offers a high-reach and highly attractive platform to showcase their products effectively.

5–10 Ausstrahlungen

Pro Monat gibt es mindestens fünf Ausstrahlungen, in der Spitze waren es zehn, im Schnitt etwa sieben.

25 Sekunden

Jedes Fahrzeug wird im Rahmen eines 25-sekündigen Videos vorgestellt. Dabei werden Marke, Modell, Wert und Ausstattungshighlights genannt.

Mehr als 1 Mrd. Zuschauer

Seit Beginn der Kooperation wurden über 1 Milliarde Zuschauer erreicht.

5–10 broadcasts

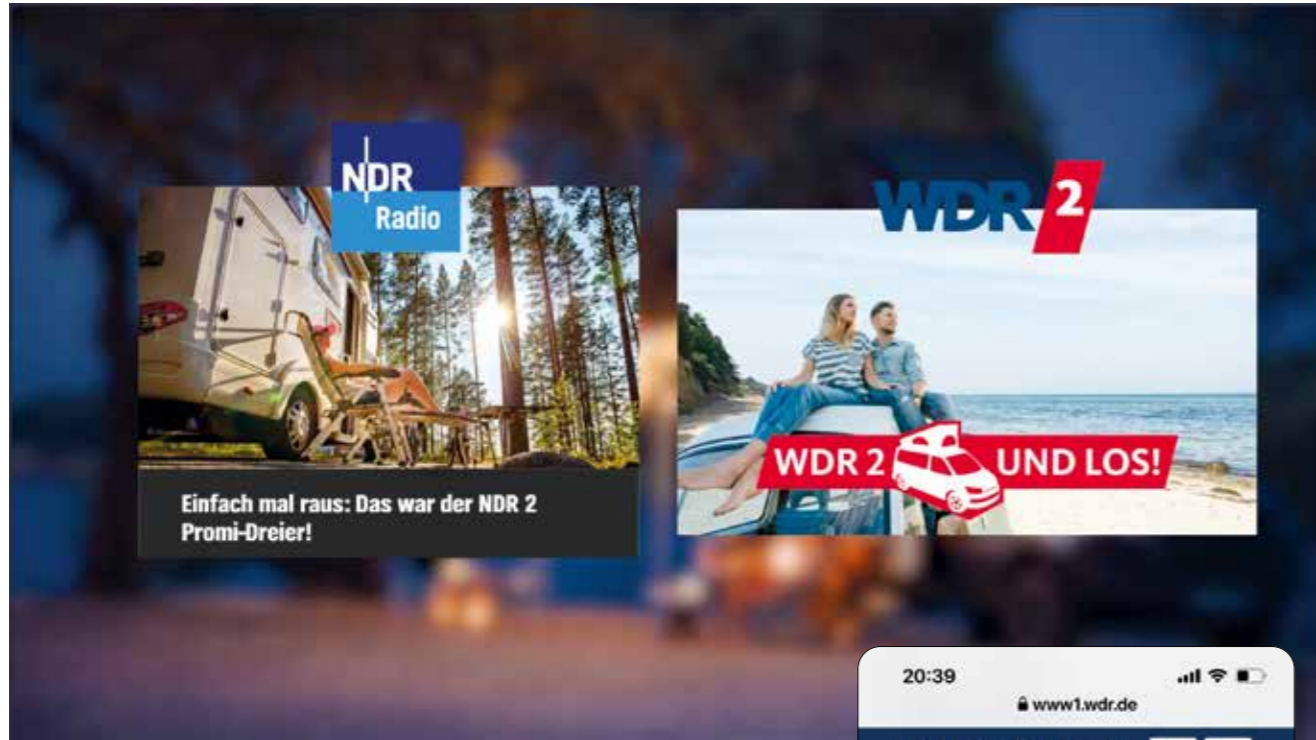
There are at least four broadcasts per month, with a peak of ten and an average of seven.

25 seconds

Each vehicle is presented in a 25-second video. The brand, model, value and equipment highlights are mentioned.

More than 1 billion viewers

Over 1 billion viewers have been reached since the start of the cooperation.



Radio-Kooperationen

Wenn der Verband Caravanning redaktionell ins Radio bringt, haben alle etwas davon: Unsere Reiseform ist Thema zahlreicher Beiträge und erhält so sehr viel Aufmerksamkeit. Die Hörer werden für ihre erste Caravanning-Reise inspiriert – und können diese auch noch gleich gewinnen. Die Verlängerung ins Internet und die sozialen Medien verstärkt die ohnehin hohe Radioreichweite zusätzlich. Wie erfolgreich das sein kann, zeigen aktuelle Kooperationen mit dem NDR 2 und zuletzt WDR 2, Deutschlands reichweitenstärkstem Radiosender.

Radio collaborations

When the association brings editorial caravanning content to the radio, everyone benefits: our form of travel is the subject of numerous reports and thus receives a great deal of attention. Listeners are inspired to take their first caravanning trip – and can even win one straight away. The extension to the internet and social media further increases the already high radio reach. Current collaborations with NDR2 and WDR 2 – Germany's radio station with the widest reach – show just how successful this can be.



Erfolgreiche Partnerschaft im Sportfachhandel

Die Zusammenarbeit mit SPORT 2000, einem der größten Sportfachhandelsverbände Deutschlands, besteht seit mehreren Jahren und hat sich stetig weiterentwickelt. Caravanning ist integraler Bestandteil der MISSION OUTDOOR, die zu den zentralen Marketingaktionen von SPORT 2000 gehört und die Nähe von Outdoor-sport und mobiler Freizeit erlebbar macht. Die langfristige Wirksamkeit der Kooperation zeigt sich auch darin, dass der CIVD inzwischen als exklusiver Partner dieser Kampagne auftritt. Die eingesetzten Maßnahmen sind breit gefächert und aufmerksamkeitsstark: Am Point of Sale schaffen großformatige Werbemittel, Dekopakete und Shop-TV-Präsenzen eine hohe Sichtbarkeit für unsere Freizeitform. Online wird die MISSION OUTDOOR sowohl über die Plattform sport2000.de als auch über die individuellen Händler-Websites ausgespielt. Flankierend sorgen gesponserte Social-Media-Beiträge auf den Kanälen von SPORT 2000 für zusätzliche Reichweite und setzen das Thema Caravanning gezielt in Szene. Ein besonderes Highlight bildet der sogenannte Magalog – eine Kombination aus Magazin und Katalog –, der Caravanning redaktionell aufgreift und die Urlaubsform in einem hochwertigen Kontext präsentiert.

Successful partnership in the sports retail sector

The cooperation with SPORT 2000, one of Germany's largest sports retail associations, has been in place for several years and has continued to evolve steadily. Caravanning is an integral part of MISSION OUTDOOR, one of SPORT 2000's key marketing initiatives, which brings the close connection between outdoor sports and mobile leisure to life. The long-term effectiveness of the partnership is also reflected in the fact that the CIVD now acts as the exclusive partner of this campaign.

The measures implemented are wide-ranging and highly visible: at the point of sale, large-format advertising materials, decoration packages and shop TV create strong visibility for this form of leisure travel. Online, MISSION OUTDOOR is promoted both via the sport2000.de platform and through the individual retailers' websites. In addition, sponsored posts on SPORT 2000's social media channels further extend the reach and place caravanning firmly in the spotlight. A particular highlight is the so-called magalog – a combination of magazine and catalogue – which integrates caravanning into editorial content and presents this holiday format in a high-quality context.



Goldmobil "Goldmobil"



Auf die Roadtour und das Gewinnspiel wurde mit einer breit angelegten Online-Kampagne hingewiesen.
The roadshow and prize draw were promoted through a wide-ranging online campaign.

Ein besonderes Highlight im Jahr 2025 war das Goldmobil: Der CIVD feiert den historischen Meilenstein von über einer Million zugelassener Reisemobile im Land mit einer eigenen Kampagne. Dabei ging es nicht um die große Zahl an sich. Sondern darum, zu zelebrieren, wofür sie steht: die große und anhaltende Begeisterung für Caravanning. Unser goldenes Reisemobil fuhr wochenlang durch Deutschland und stoppte bei reichweitenstarken Events – von Rock am Ring bis zur Kieler Woche. Letzter Stopp war der CARAVAN SALON, danach wurde das Mobil dem glücklichen Gewinner eines großen Gewinnspiels überreicht, das über die gesamte Laufzeit des Projekts auf caravanning.info stattfand.

A special highlight in 2025 was the "Goldmobil": with its own campaign, the CIVD celebrated the historic milestone of more than one million registered motor caravans in the country. The focus was not on the sheer number itself, but on what it represents – the widespread and enduring enthusiasm for caravanning. For weeks, our golden motor caravan toured Germany, stopping at high-reach events ranging from Rock am Ring to Kieler Woche. The final stop was the CARAVAN SALON, after which the vehicle was handed over to the lucky winner of a major prize draw that ran throughout the entire project on caravanning.info.

CARAVANING TAGE 2025 – Premiere der Aktionstage CARAVANING TAGE 2025 – Premiere of the campaign days

Ende 2023 stellte sich der CIVD-Vorstand frühzeitig auf kommende Herausforderungen ein und initiierte eine markenübergreifende, verkaufsfördernde Kampagne zur kurzfristigen Stärkung des Fahrzeugabsatzes. Die CARAVANING TAGE 2024 erzielten, im Schulterschluss mit engagierten Handelsvertretern, eine kommunikative Reichweite im dreistelligen Millionenbereich. Die Kampagne verlief so vielversprechend, dass schnell die Entscheidung für eine Neuauflage als gemeinsamer Frühjahrsauftakt der Branche fiel. Auch 2025 aktivierten die Aktionstage zahlreiche Interessenten und führten sie in den Handel. Aufgrund einer geringeren Händlerbeteiligung blieb das volle Reichweitenpotenzial jedoch ungenutzt. 2026 kommt die Kampagne trotz breiter Unterstützung durch Hersteller und den DCHV nicht mehr zur Umsetzung. Gleichwohl war der Ansatz richtig: Das Erproben neuer Wege ist Voraussetzung, um Erkenntnisse zu gewinnen und Potenziale zu erschließen. Diese Haltung hat der Caravanningbranche bereits eine äußerst erfolgreiche, in ihrer Art einzigartige Imagekampagne ermöglicht und setzt den Maßstab für zukünftige Initiativen.

At the end of 2023, the CIVD Executive Board prepared early for upcoming challenges and initiated a cross-brand sales promotion campaign to boost vehicle sales in the short term. Working closely with committed sales representatives, "CARAVANING TAGE 2024" achieved a communication reach in the hundreds of millions. The campaign was so promising that the decision was quickly made to repeat it as a joint spring kick-off for the industry. In 2025, the campaign days again attracted numerous interested parties and brought them into the trade. However, due to lower dealer participation, the full reach potential remained untapped. Despite broad support from manufacturers and the DCHV, the campaign was not implemented in 2026. Nevertheless, the approach was the right one: trying out new avenues is a prerequisite for gaining insights and tapping into potential. This attitude has already enabled the caravanning industry to launch an extremely successful image campaign that is unique in its kind and sets the standard for future initiatives.



Pressearbeit und Fachpublikum

Public relations and trade audience

Als zentrale Interessenvertretung verleiht der CIVD der Caravanningbranche eine starke Stimme und steht Medienvertreterinnen und -vertretern kompetent für alle fachlichen Fragen zur Verfügung. Mit gezielten PR- und Marketingmaßnahmen trägt der Verband zudem dazu bei, Caravanning nachhaltig als attraktive und zeitgemäße Urlaubsform in der Öffentlichkeit zu positionieren.

Internetangebot

Der Newsroom auf der Verbandswebsite civd.de bündelt die Pressearbeit des CIVD und stellt sämtliche Pressemitteilungen in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung. Medienvertreter finden dort zudem eine umfassende Mediathek mit Pressebildern sowie einer Übersicht aller relevanten Branchentermine. Ergänzend bietet die Website kompakt aufbereitete Inhalte zu Technik, Infrastruktur, Touristik und Messen sowie aktuelle Branchenkennzahlen, die einen fundierten Einblick in die Entwicklung der Caravanningbranche geben.

Social Media

Die Plattform LinkedIn dient dem CIVD als wichtiges Instrument der B2B-Kommunikation. Der Verband informiert dort zeitnah über branchenrelevante Entwicklungen und Veranstaltungen und erreicht damit gezielt Journalisten, Partnerverbände und weitere zentrale Stakeholder der Caravanningbranche.

Pressekonferenzen

Mit der Jahrespressekonferenz im Januar eröffnet der CIVD traditionell das neue Caravanning-Jahr. Im Rahmen der Veranstaltung stellt der Verband die Ergebnisse des vergangenen Jahres

As the primary representative of the industry's interests, the CIVD gives the caravanning sector a strong voice and provides media representatives with expert answers to all industry-related questions. Through targeted PR and marketing activities, the association also helps position caravanning in the public eye as an attractive and contemporary form of holidaymaking.

Online services

The newsroom on the association's website civd.de compiles the CIVD's press work and provides all press releases in German and English. Media representatives will also find a comprehensive media library with press photos and an overview of all relevant industry dates. In addition, the website offers concisely prepared content on technology, infrastructure, tourism and trade fairs, as well as current industry statistics that provide a well-founded insight into the development of the caravanning industry.

Social media

LinkedIn serves as an important B2B communication tool for the CIVD. The association uses it to provide timely information about industry-relevant developments and events, thereby reaching journalists, partner associations and other key stakeholders in the caravanning industry.

Press conferences

The CIVD traditionally opens the new caravanning year with its annual press conference in January. At the event, the

vor und skizziert die Erwartungen sowie Entwicklungen für die kommenden Monate. Darüber hinaus richtet der CIVD gemeinsam mit der Messe Düsseldorf die Eröffnungspressekonferenz des CARAVAN SALON aus. Bereits im Vorfeld werden Fach- und Tagesmedien in einer eigenen Vor-Pressekonferenz über zentrale Branchenthemen und aktuelle Trends informiert.

CARAVAN SALON Pressereise

Gemeinsam mit der Messe Düsseldorf veranstaltet der CIVD jedes Jahr im Sommer eine Pressereise im Rahmen des CARAVAN SALON, die Journalistinnen und Journalisten einen praxisnahen Einblick in die Welt des Caravanings bietet. Das aufmerksamkeitsstarke Format richtet sich gleichermaßen an Fach- und Tagesmedien und erzielt eine hohe mediale Reichweite. 2025 führte die Pressereise in die Region Pays de la Loire im Westen Frankreichs, wo die Teilnehmenden die Vielfalt und Attraktivität des mobilen Urlaubs unmittelbar erleben konnten.

Informationsmedien

Der CIVD unterstützt Presse und Fachpublikum mit einem breiten Informationsangebot. Hervorzuheben ist dabei insbesondere der CIVD-Jahresband, der sich als zentrales Referenzwerk für Marktkennzahlen, Statistiken und Daten der Caravanning-Industrie etabliert hat.

Caravanning im Fokus der Medien

Auch im zurückliegenden Jahr stand die Caravanningbranche weiterhin im Fokus der Massenmedien. Die breite, generationenübergreifende Begeisterung für mobiles Reisen sowie das anhaltend hohe Interesse an der Branche spiegeln sich in einer Vielzahl von Medienanfragen an den CIVD wider. Diese stammten überwiegend von reichweitenstarken Medien wie Tageszeitungen, Radio- und Fernsehsendern sowie renommierten Publikumsmedien.

association presents the results of the past year and outlines its expectations and developments for the coming months. In addition, the CIVD organises the opening press conference of the CARAVAN SALON together with Messe Düsseldorf. In the run-up to the event, industry and daily press are informed about key industry topics and current trends at a separate pre-press conference.

CARAVAN SALON press trip

Each summer, the CIVD and Messe Düsseldorf organise a press trip as part of the CARAVAN SALON, offering journalists practical insights into the world of caravanning. This high-profile event is aimed equally at trade and daily press and achieves a high level of media coverage. In 2025, the press trip took participants to the Pays de la Loire region in western France, where they were able to experience the diversity and appeal of mobile holidays first-hand.

Information media

The CIVD supports the press and industry professionals with a wide range of information. Of particular note is the CIVD Annual Report, which has established itself as the central reference work for market figures, statistics and data relating to the caravanning industry.

Caravanning in the media spotlight

The caravanning industry remained in the spotlight of the mass media over the past year. The widespread, cross-generational enthusiasm for mobile travel and the continuing high level of interest in the industry were reflected in a large number of media enquiries to the CIVD. These came mainly from high-reach media such as daily newspapers, radio and television stations, and renowned consumer media.



SPIEGEL Reise

So viele Übernachtungen wie noch nie

Besucherrekord auf deutschen Campingplätzen

SWR >>

Zahl hat sich seit 2017 fast verdoppelt

Immer mehr Menschen setzen auf das Wohnmobil

WELT

4,25 TONNEN – DER LANGE WEG ZUM ZIEL

Anhebung des Gewichtslimits für Wohnmobile

SÜDWEST PRESSE

Wohnmobil und Caravan

Caravan als Wirtschaftsmotor

Die Millionengrenze der jährlich zugelassenen Fahrzeuge ist erstmals überschritten.

CIVD-Informationsmedien

CIVD information media

Das vielfältige Informationsangebot des Caravaning Industrie Verbandes beinhaltet eine breite Palette an Publikationen, die speziell auf verschiedene Zielgruppen zugeschnitten sind. Es richtet sich gleichermaßen an Fachpublikum, Verbraucherinnen und Verbraucher sowie an politische Entscheidungsträger auf allen Ebenen. Alle vom CIVD erarbeiteten und veröffentlichten Materialien können auf den Websites civd.de und caravaning.info heruntergeladen oder direkt über die Geschäftsstelle des Verbandes angefordert werden.

Verbraucher | Consumers

CARAVANING WELT

Die CARAVANING WELT liefert eine kompakte und gut strukturierte Übersicht über die vielfältigen Seiten des mobilen Urlaubs. Mit Inhalten, die sowohl Neulinge als auch erfahrene Caravaning-Begeisterte ansprechen, behandelt das Magazin sämtliche wichtigen Themen rund um den Urlaub mit Caravan oder Reisemobil. Das Spektrum reicht von hilfreichen Praxistipps und ausführlichen Reiseberichten bis hin zu nützlichen Insider-Empfehlungen für unterwegs. Einmal jährlich erscheint das Magazin zum CARAVAN SALON und wird auf zahlreichen Messen, bei verschiedenen Promotionaktionen sowie in Arztpraxen ausgelegt. Darüber hinaus steht es auf caravaning.info zum Download bereit oder kann in gedruckter Form bestellt werden. Zusätzlich besteht für Caravaning-Händler die Möglichkeit, Exemplare für ihre Ausstellungsräume zu beziehen.

Miet-Ratgeber

Die Anmietung eines Reisemobils oder Caravans bildet für viele den ersten Zugang zur Welt des Caravanings. Der Miet-

The diverse range of information provided by the CIVD includes a broad selection of publications tailored to different target audiences. It is aimed equally at industry professionals, consumers and political decision-makers at all levels. All materials produced and published by the CIVD can be downloaded from the websites civd.de and caravaning.info, or requested directly from the CIVD offices

CARAVANING WELT

CARAVANING WELT provides a compact and well-structured overview of the many facets of mobile holidays. With content designed to appeal both to newcomers and to experienced caravanning enthusiasts, the magazine covers all key topics relating to holidays with a caravan or motor caravan. Its scope ranges from practical tips and detailed travel reports to useful insider recommendations for life on the road. The magazine is published once a year for the CARAVAN SALON and is distributed at numerous trade fairs, during various promotional activities and in medical practices. It is also available for download at caravaning.info or can be ordered as a printed version. In addition, caravanning dealers have the option of obtaining printed copies for display in their showrooms.

Rental guidebook

For many people, renting a motor caravan or caravan is their first step into the world of caravanning. The rental guide provides beginners with helpful tips to make getting started

Ratgeber vermittelt Einsteigerinnen und Einsteigern hilfreiche Hinweise, die den Start in den mobilen Urlaub erleichtern und noch angenehmer gestalten. Dieser kompakte Leitfaden wird unter anderem auf Messen und verschiedenen Veranstaltungen ausgegeben.

Die Caravaningbranche sucht Nachwuchs: Karriere-möglichkeiten auf sonnigekarriere.de

Der Bedarf an qualifizierten Fachkräften in Industrie und Handel steigt stetig, sodass es für die Caravaningbranche zunehmend wichtig wird, aktiv um Nachwuchskräfte zu werben. Der CIVD stellt die speziell auf die Anforderungen der Branche zugeschnittene Ausbildungsrichtung „Caravan- und Reisemobiltechnik“ sowohl auf der Website sonnigekarriere.de als auch in gedruckten Informationsmedien vor und stärkt zugleich das Image der Caravaningbranche als attraktiver Arbeitgeber. Die Online-Plattform bietet nicht nur detaillierte Einblicke in die Ausbildung, sondern auch einen deutschlandweiten Überblick über Hersteller und Händler, die entsprechende Ausbildungsplätze anbieten. Darüber hinaus finden auch Quereinsteiger Unternehmen, die offene Stellen besetzen möchten. Die Werbematerialien stehen allen Verbandsmitgliedern zur Verfügung und können gezielt für die Nachwuchs- und Fachkräftegewinnung eingesetzt werden.

with mobile holidays easier and even more enjoyable. This compact guide is distributed at trade fairs and various events.

The caravanning industry is looking for young talent: career opportunities at sonnigekarriere.de

The demand for qualified specialists in industry and trade is constantly increasing, making it increasingly important for the caravanning industry to actively recruit young talent. The CIVD presents the “Caravan and Motor Caravan Technology” vocational training, which is specifically tailored to the requirements of the industry, both on the sonnigekarriere.de website and in printed information media, thereby strengthening the image of the caravanning industry as an attractive employer. The online platform not only offers detailed insights into the vocational training, but also provides a Germany-wide overview of manufacturers and dealerships offering corresponding apprenticeship positions. In addition, career changers can also find companies looking to fill vacancies. The advertising materials are available to all association members and can be used specifically for recruiting young talent and skilled workers.





Fachpublikum
Trade audience



Fachpublikum | Trade audiences

CIVD-Jahresband

Der CIVD-Jahresband ist als zentrales Standardwerk der europäischen Caravaningbranche etabliert. Auf mehr als 150 Seiten vermittelt der zweisprachige Band einen umfassenden Einblick in die Zielsetzungen, Entwicklungen und Ergebnisse der Verbandsarbeit des CIVD. Ein Schwerpunkt liegt auf den Berichten des Referats Technik, Umwelt & Infrastruktur, die sich unter anderem mit technologischen Innovationen, Verkehrssicherheit, Nachhaltigkeitsaspekten und dem Ausbau der Infrastruktur befassen. Die Tochtergesellschaft Caravanning Informations GmbH stellt darüber hinaus ihre Marketing- und PR-Maßnahmen vor, die über verschiedene Kommunikationskanäle umgesetzt werden. Abgerundet wird der Jahresband durch die Inhalte des Referats Wirtschaft & Statistik, das mit einem detaillierten Statistikteil fundierte Daten und Analysen zum globalen Caravaningmarkt bereitstellt.

Stellplatzinfrastruktur: professionelle Beratung für Investoren und Kommunen

Der CIVD stellt interessierten Investoren und Kommunen maßgeschneiderte Beratungsangebote zur Verfügung, wenn sie den Bau oder die Erweiterung von Stellplätzen planen. Mit umfassender Expertise begleitet das Beratungsteam des Verbandes die Entwicklung und Umsetzung solcher Vorhaben und vermittelt dabei wertvolle Einblicke in die Anforderungen und Chancen des Stellplatzmarktes. Ergänzend bietet der CIVD auf der Plattform reisemobil-stellplatz.info ausführliche Leitfäden an, die als praxisorientierte Hilfsmittel für Planung, Gestaltung und Realisierung von Stellplatzprojekten dienen. Diese Leitfäden beleuchten alle zentralen Aspekte der Projektentwicklung und geben hilfreiche Empfehlungen, um attraktive und zukunftsfähige Stellplätze zu gestalten.

CIVD-Reparaturhandbuch

Das CIVD-Reparaturhandbuch stellt Kfz-Werkstätten, Gutachtern und spezialisierten Fachbetrieben umfassende Anleitungen, technische Hinweise und Spezifikationen für die Reparatur und Wartung von Caravans und Reisemobilen zur Verfügung. Seit 2022 wird das zuvor auf CD veröffentlichte Handbuch über eine benutzerfreundliche Online-Plattform bereitgestellt. Die technische Umsetzung dieser Plattform übernimmt die DAT Deutsche Automobil Treuhand GmbH, während der CIVD weiterhin für die inhaltliche Pflege sowie die Verwaltung der Abonnements verantwortlich bleibt. Durch den Umstieg auf die digitale Lösung erhalten Nutzer einen deutlich flexibleren Zugang zu allen Informationen, da sie diese jederzeit und an jedem Ort mit Internetverbindung abrufen können.

CIVD Annual Report

The CIVD Annual Report is established as the standard reference work for the European caravanning industry. Spanning more than 150 pages, the bilingual volume provides a comprehensive insight into the objectives, developments and results of the CIVD's work. One focus is on the reports from the Technology, Environment & Infrastructure Department, which deal with technological innovations, road safety, sustainability aspects and infrastructure development, among other things. The subsidiary Caravanning Informations GmbH also presents its marketing and PR activities, which are implemented via various communication channels. The Annual Report is supplemented by the contents of the Economics & Statistics Department, which provide well-founded data and analyses on the global caravanning market in a detailed statistics section.

Caravanning infrastructure: Professional guidance for investors and local authorities

The CIVD provides interested investors and local authorities with tailor-made consulting services when they are planning to build or expand caravanning sites. With its comprehensive expertise, the association's consulting team supports the development and implementation of such projects and provides valuable insights into the requirements and opportunities of caravanning infrastructure. In addition, the CIVD offers detailed guidelines on the reisemobil-stellplatz.info website, which serve as practical aids for the planning, design and implementation of infrastructure projects. These guidelines highlight all key aspects of project development and provide helpful recommendations for designing attractive and sustainable sites.

CIVD repair manual

The CIVD repair manual provides automotive workshops, experts and specialist companies with comprehensive instructions, technical information and specifications for the repair and maintenance of caravans and motor caravans. Since 2022, the manual, which was previously published on CD, has been made available via a user-friendly online platform. DAT Deutsche Automobil Treuhand GmbH is responsible for the technical implementation of this platform, while the CIVD remains responsible for content updates and subscription management. The switch to a digital solution gives users much more flexible access to all information, as they can retrieve it at any time and from any location with an internet connection.



Politische Entscheider
Policymakers



Politische Entscheider | Policymakers

CIVD-Informationen

Die CIVD-Informationen erscheinen monatlich und richten sich exklusiv an die Verbandsmitglieder. Sie bieten einen umfassenden Überblick über aktuelle Entwicklungen in den wirtschaftlichen, technischen und politischen Rahmenbedingungen der Caravaningbranche. Ergänzend dazu geben die verschiedenen Abteilungen des Verbandes Einblicke in ihre laufenden Projekte und Aktivitäten, um die Mitglieder kontinuierlich auf dem neuesten Stand zu halten.

Verbandskommunikation an politische Entscheidungsträger

Die politische Interessenvertretung zählt zu den zentralen Aufgaben des Caravaning Industrie Verbandes. Der Verband macht politische Entscheidungsträger auf allen Ebenen auf die wirtschaftliche und touristische Bedeutung der Caravaningbranche aufmerksam und setzt sich unter anderem für den Ausbau der Infrastruktur ein. Um dauerhaft wahrgenommen zu werden, pflegt der CIVD eine zielgruppengerechte und kontinuierliche Kommunikation im politischen Umfeld. Dazu erscheinen mehrmals im Jahr Informationsmaterialien, die direkt an Abgeordnete des Bundestags, der Landtage sowie an Entscheidungsträger in Regionen und Kommunen gerichtet sind.

Der offizielle Politikbrief des CIVD mit dem Titel „Caravanning & Politik“ erscheint ebenfalls mehrmals im Jahr. Die kompakte Broschüre informiert über aktuelle Entwicklungen in der Caravaning-Industrie und über wichtige Aktivitäten des Verbandes. Darüber hinaus beschreibt sie bestehende Herausforderungen der Branche, formuliert Handlungsempfehlungen und richtet sich mit klaren Botschaften an politische Entscheidungsträger. Die Publikation dient als gut verständliche Informationsquelle, die sowohl Branchenkenner als auch politisch Verantwortliche ohne spezifische Fachkenntnisse anspricht. Neben diesen allgemeinen Informationsmaterialien veröffentlicht der CIVD auch themenspezifische Publikationen, die einzelne Aspekte vertieft behandeln. Dazu zählen unter anderem tourismus- und wirtschaftspolitische Studien sowie Umfragen, die im Auftrag des Verbandes durchgeführt werden. Ergänzend dazu erstellt der CIVD Positionspapiere zu wichtigen Branchenthemen wie der Entwicklung und dem Ausbau der Stellplatzinfrastruktur.

CIVD information

CIVD Information is published monthly and is intended exclusively for association members. It provides a comprehensive overview of current developments in the economic, technical and political framework conditions of the caravanning industry. In addition, the various departments of the association provide insights into their ongoing projects and activities in order to keep members continuously up to date.

Association communication targeting political decision-makers

Representing political interests is one of the central tasks of the CIVD. The association draws the attention of political decision-makers at all levels to the economic and tourist significance of the caravanning industry and is committed, among other things, to expanding the infrastructure. In order to have a permanent presence, the CIVD maintains continuous communication with the political sphere, tailored to the relevant target groups. To this end, information materials are published several times a year and sent directly to members of the Federal Parliament, state parliaments and decision-makers in regions and local authorities.

The CIVD's official politics newsletter, titled "Caravanning & politics", is also published several times a year. This compact brochure provides information on current developments in the caravanning industry and important activities of the association. It also describes existing challenges facing the industry, formulates recommendations for action and addresses clear messages to political decision-makers. The publication serves as an easily understandable source of information that appeals to both industry experts and political decision-makers without specific specialist knowledge. In addition to this general information material, the CIVD also publishes topic-specific publications that deal with individual aspects in greater depth. These include tourism and economic policy studies as well as surveys conducted on behalf of the association. In addition, the CIVD produces policy papers on important industry topics such as the development and expansion of caravanning infrastructure.



QR-Code scannen, um auf die Seite Veröffentlichungen & Downloads zu gelangen.
Scan the QR code to get to the Publications & Downloads page.

Statistik und Wirtschaft

Statistics and economics

Statistik und Wirtschaft

Das Referat Statistik und Wirtschaft ist die zentrale Anlaufstelle für alle Fragen rund um Statistik, Marktstudien, Analysen und Branchenprognosen. Es stellt den Mitgliedern des Verbandes eine breite Palette an essenziellen Informationen zur Verfügung, darunter detaillierte Statistiken zur Absatzsituation in Deutschland und Europa sowie umfassende Daten zu globalen Entwicklungen in der Caravaningbranche.

Ein besonderes Ziel des Referats ist die systematische Erhebung, Verarbeitung und Analyse von Marktdaten in höchster Präzision und Granularität. Die Ergebnisse werden in Form von internen und externen Publikationen ansprechend aufbereitet, sodass sie den Mitgliedern klare Einblicke und Entscheidungsgrundlagen bieten. Hierbei profitiert das Referat von seiner engen Vernetzung mit internationalen Caravaning-Verbänden, statistischen Ämtern, Bundesbehörden und Forschungsinstituten. Diese Kooperationen ermöglichen die kontinuierliche Pflege und Erweiterung der weltweit umfangreichsten Caravaning-Datenbank, die ein einzigartiges Instrument für die Branche darstellt.

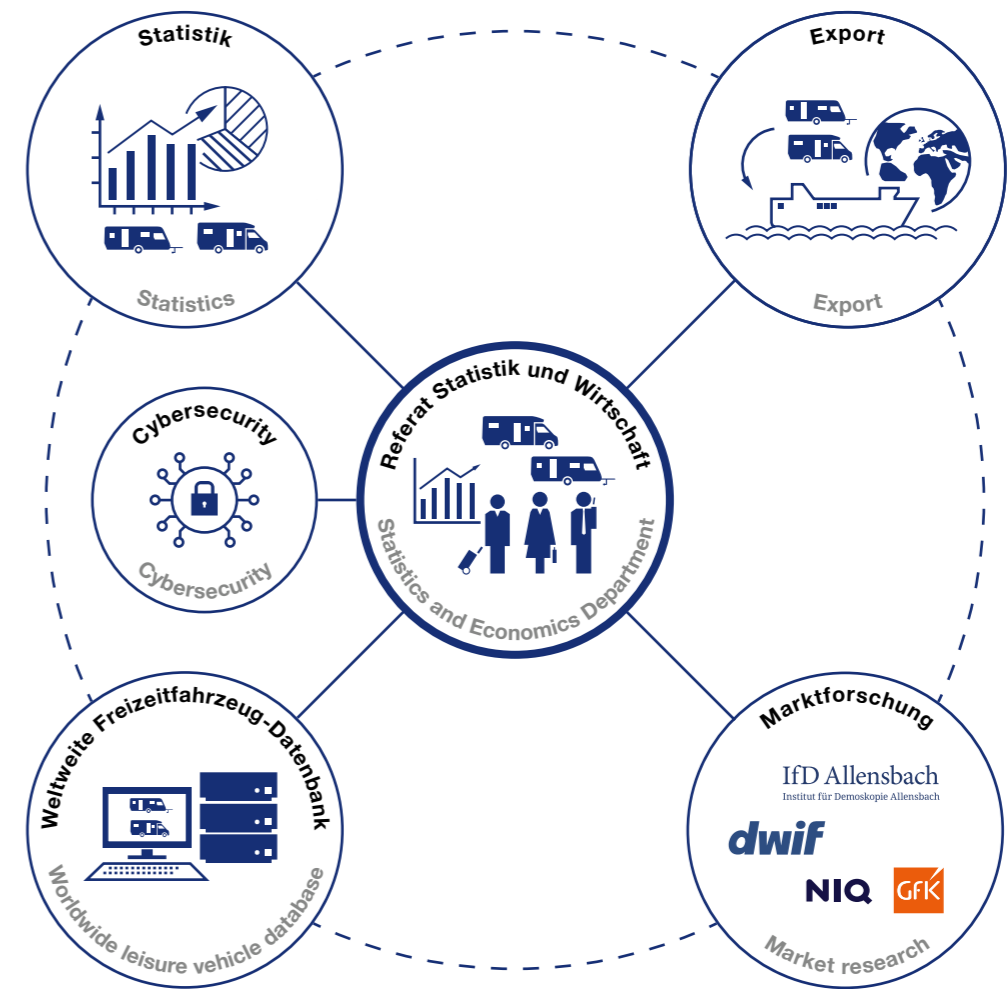
Darüber hinaus deckt das Referat auch den Bereich Export ab. Hierbei werden für die Mitglieder exportrelevante Branchenempfehlungen, Marktanalysen und Leitfäden entwickelt, die ihnen helfen, sich in internationalen Märkten erfolgreich zu positionieren.

Statistics and economics

The Department of Statistics and Economics serves as the central contact point for all questions related to statistics, market studies, analyses and industry forecasts. It provides association members with a wide range of essential information, including detailed statistics on sales figures in Germany and Europe, as well as comprehensive data on global developments in the caravanning industry.

A key goal of the department is the systematic collection, processing and analysis of market data with the highest level of precision and granularity. The results are presented in internal and external publications in an engaging manner, offering members clear insights and a solid basis for decision-making. The department benefits from its strong network of international caravanning associations, statistical offices, federal agencies and research institutes. These collaborations enable the continuous maintenance and expansion of the world's most extensive caravanning database, which serves as a unique tool for the industry.

Additionally, the department covers the export sector. It develops export-relevant industry recommendations, market analyses and guidelines for members, helping them to successfully position themselves in international markets.



<p>Statistik</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Mitgliederservice ■ Marktdaten: Neuzulassungen, Bestand, Produktion, Regional ■ Marktanalysen und Segmentierung ■ Prognosen & volkswirtschaftliche Beurteilung ■ Austausch nationale/internationale Behörden 	<p>Statistics</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Member service ■ Market data: New registrations, stock, production, regional ■ Market analyses and segmentation ■ Forecasts & economic assessment ■ Exchange with national/international authorities
<p>Weltweite Freizeitfahrzeug-Datenbank</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Größte weltweite Caravaning-Datenbank ■ Datenerhebung und -verarbeitung ■ Data Warehouse & BI-Plattform 	<p>Worldwide leisure vehicle database</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Largest worldwide caravanning database ■ Data collection and processing ■ Data warehouse & BI platform
<p>Export</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Internationale Rahmenbedingungen ■ Branchenempfehlungen ■ Branchenpublikationen: Taxguide & Exportlexikon ■ Rechtsseminare & Beratung ■ Internationale Partnerschaften ■ Kooperation weltweite Caravaning-Verbände 	<p>Export</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ International framework conditions ■ Industry recommendations ■ Industry publications: Tax Guide & Export Lexicon ■ Legal seminars & counselling ■ International partnerships ■ Cooperation with worldwide caravanning associations
<p>Marktforschung</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Grundlagenforschung Caravaning-Tourismus ■ Zielgruppen- & Potenzialstudien ■ Sonderstudien 	<p>Market research</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fundamental research on caravanning tourism ■ Target group & potential studies ■ Special studies
<p>Cybersecurity</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Festsetzung von IT Security-Standards für die Branche ■ Compliance & Regularien 	<p>Cybersecurity</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Setting IT security standards for the industry ■ Compliance & regulations

Weltweite Freizeitfahrzeug-Datenbank

Im Zuge der zunehmenden Digitalisierung und der steigenden Bedeutung datenbasierter Entscheidungen hat sich der CIVD dem Aufbau einer weltweit einzigartigen Freizeitfahrzeug-Datenbank verschrieben. Diese Datenbank stellt einen zentralen USP des Verbandes dar, indem sie eine präzise, aktuelle und umfassende Informationsbasis bietet, die den Mitgliedern zugutekommt. Im Fokus stehen dabei die Implementierung modernster Verfahren zur systematischen Datenerhebung, -verarbeitung, -analyse und Berichterstattung. Ein wesentlicher Baustein ist die Umsetzung effizienter ETL-Prozesse (Extract, Transform, Load), die relevante Daten aus einer Vielzahl von Quellen – darunter internationale Verbände, statistische Ämter, Forschungsinstitute und Behörden – extrahieren, standardisieren und zentral speichern.

Durch die flexible Granularität der Daten können spezifische Anforderungen der Mitglieder abgedeckt werden, von regionalen Marktzahlen bis hin zu globalen Branchentrends. Ergänzend wurden Segment-Reports als kompakte Mini-Reports erstellt, die zusammenhängende Inhalte visuell ansprechend und komprimiert zusammenfassen wie auch das 4x4-Segment genauer ausweisen. Mithilfe moderner Technologien und Analysewerkzeuge werden die Daten aufbereitet und in verständlichen Berichten, interaktiven Dashboards und regelmäßigen Publikationen veröffentlicht. Dies gewährleistet nicht nur Transparenz, sondern bietet den Mitgliedern des CIVD einen entscheidenden Vorteil: den Zugang zu hochrelevanten und aufbereiteten Informationen, die speziell auf die Bedürfnisse der Branche zugeschnitten sind.

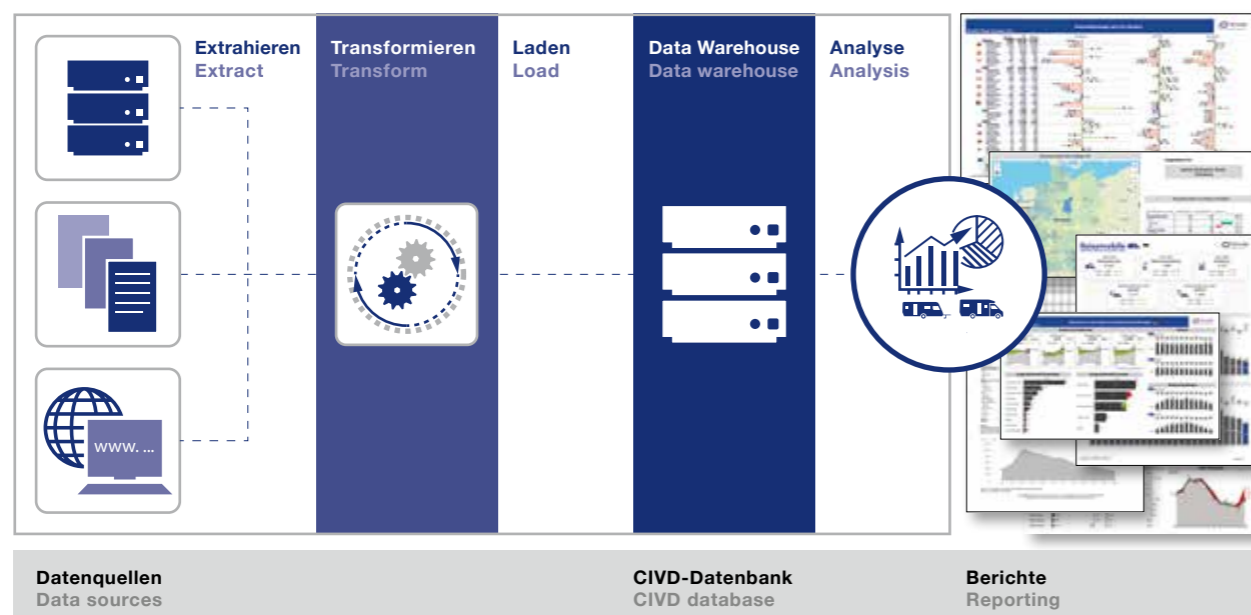
Dank der langjährigen Expertise des Referats Statistik und Wirtschaft und der engen Zusammenarbeit mit internationalen Partnern wird die Datenbank kontinuierlich weiterentwickelt. Sie ist nicht nur ein Werkzeug zur Analyse, sondern auch eine Plattform, die den Mitgliedern den Zugang zu einem einzigartigen Wissens- und Datenpool ermöglicht – ein unverkennbarer Mehrwert.

Worldwide leisure vehicle database

In the wake of increasing digitalisation and the growing importance of data-based decisions, the CIVD has committed itself to establishing a globally unique recreational vehicle database. This database represents a key USP for the association, providing a precise, up-to-date and comprehensive information base that benefits its members. The focus is on implementing state-of-the-art methods for systematic data collection, processing, analysis and reporting. A key component is the implementation of efficient ETL (extract, transform, load) processes that extract, standardise and centrally store relevant data from a variety of sources, including international associations, statistical offices, research institutes and government agencies.

The flexible granularity of the data allows specific member requirements to be met, from regional market figures to global industry trends. In addition, segment reports have been created as compact mini-reports that summarise related content in a visually appealing and concise manner, as well as providing more detailed information on the 4x4 segment. Using modern technologies and analysis tools, the data is processed and published in comprehensible reports, interactive dashboards and regular publications. This not only ensures transparency, but also offers CIVD members a decisive advantage: access to highly relevant and processed information that is specifically tailored to the needs of the industry.

Thanks to the long-standing expertise of the Statistics and Economics Department and close cooperation with international partners, the database is continuously being developed. It is not only a tool for analysis, but also a platform that gives members access to a unique pool of knowledge and data – an unmistakable added value.



Export

Der Export spielt eine zentrale Rolle für die Caravaningbranche und eröffnet deutschen Herstellern und Zulieferern vielfältige Möglichkeiten, ihre Produkte auf internationalen Märkten zu positionieren. Um den Herausforderungen des globalen Handels gerecht zu werden und die Mitglieder des Verbandes bestmöglich zu unterstützen, entwickelt der CIVD exportrelevante Branchenpublikationen wie das Exportlexikon und den Taxguide. Diese Angebote liefern Orientierung und praxisnahe Unterstützung für Unternehmen, die in internationalen Märkten aktiv sind oder ihre Exportaktivitäten ausbauen möchten.

Branchenpublikationen und Analysen

Der Steuerleitfaden (Taxguide) gibt einen detaillierten Überblick über die Besteuerung von Caravans und Reisemobilen in Europa. Angesichts stark variierender Regelungen und zahlreicher Ausnahmen gegenüber der Pkw-Besteuerung bietet die Zusammenfassung eine verlässliche Orientierung; mit fast 100 Seiten ist sie ein zentrales Nachschlagewerk der Branche. Die deutsche Caravaning-Industrie erzielt mit einer Exportquote von über 40 Prozent und einem jährlichen Exportwert von über 2 Milliarden Euro große Erfolge. Innovationen und Freihandelszonen erleichtern die Internationalisierung, zugleich steigen die Anforderungen durch länderspezifische Vorschriften und Wechselkursschwankungen. Bei Exporten in über 50 Länder ist eine fundierte Marktanalyse unerlässlich: Das Exportlexikon liefert eine neutrale Marktübersicht, bündelt Branchenwissen und unterstützt eine strukturierte Marktbearbeitung. Ergebnisse werden zielgruppengerecht aufbereitet und ermöglichen schnelle Vergleiche zwischen Ländern, Segmenten und regulatorischen Rahmenbedingungen. Die Marktstudie „Exportländerlexikon“ analysiert unter Leitung des Ressorts Export die Absatz- und Wirtschaftssituation sowie wesentliche technische und rechtliche Rahmenbedingungen relevanter Exportmärkte. Ergänzend erstellt der CIVD Exportpotenzialanalysen für ausgewählte Drittstaaten, bewertet Exportchancen und Markteintrittshürden für europäisch typgenehmigte Caravans und Reisemobile und leitet priorisierte Empfehlungen für die Marktbearbeitung ab; methodische Grundlage ist eine Nutzwertanalyse.

Internationale Partnerschaften

Daneben engagiert sich der CIVD intensiv für die Erschließung neuer Märkte und den Ausbau internationaler Partnerschaften, um die Interessen seiner Mitglieder weltweit zu stärken. Im Mittelpunkt stehen der Abbau regulatorischer Hürden wie Zulassungsbedingungen, technische Standards und Exportanforderungen sowie die Verbesserung wirtschaftlicher Rahmenbedingungen, etwa Steuern und Förderprogramme.

Export

Exports play a central role in the caravanning industry and open up a wide range of opportunities for German manufacturers and suppliers to position their products on international markets. In order to meet the challenges of global trade and provide the best possible support to its members, the CIVD develops export-related industry publications such as the Export Lexicon and the Tax Guide. These publications provide guidance and practical support for companies that are active in international markets or wish to expand their export activities.

Industry publications and analyses

The Tax Guide provides a detailed overview of the taxation of caravans and motor caravans in Europe. In view of widely varying regulations and numerous exceptions to car taxation, the summary offers reliable guidance; with almost 100 pages, it is a key reference work for the industry. The German caravanning industry is highly successful, with an export quota of over 40 per cent and an annual export value of over €2 billion. Innovations and free trade zones facilitate internationalisation, while at the same time requirements are increasing due to country-specific regulations and exchange rate fluctuations. With exports to over 50 countries, a sound market analysis is essential: the Export Lexicon provides a neutral market overview, bundles industry knowledge and supports structured market development. Results are prepared in a way that is tailored to the target group and enable quick comparisons between countries, segments and regulatory frameworks. The market study “Export lexicon” analyses the sales and economic situation as well as the essential technical and legal framework conditions of relevant export markets under the direction of the Export Department. In addition, the CIVD prepares export potential analyses for selected third countries, evaluates export opportunities and market entry barriers for European type-approved caravans and motor caravans, and derives prioritised recommendations for market development; the methodological basis is a utility analysis.

International partnerships

In addition, the CIVD is intensively engaged in opening up new markets and expanding international partnerships (flags including China) in order to strengthen the interests of its members worldwide. The focus is on removing regulatory hurdles such as licensing conditions, technical standards and export requirements, as well as improving economic conditions, such as taxes and subsidy programmes.

Caravaning-Tourismus 2024

Der Caravaning- und Reisemobil-Tourismus bleibt ein zentraler Wachstumstreiber im Deutschland-Tourismus. Eine im Auftrag des Caravaning Industrie Verbandes erstellte dwif-Analyse belegt das dynamische Wachstum: Der Bruttoumsatz des Caravaning-Tourismus stieg 2024 auf 20,8 Milliarden Euro und lag damit rund 6,7 Prozent über 2023. Damit festigt

Caravanning tourism in 2024

Camping and motor caravan tourism remains a key growth driver in German tourism. A dwif analysis commissioned by the Caravaning Industry Association confirms this dynamic growth: gross revenue from camping tourism rises to €20.8 billion in 2024, which is around 6.7 per cent higher than in 2023. Caravanning is thus consolidating its role as a reliable



Jede siebte touristische Übernachtung in Deutschland entfällt auf den Caravaning-Tourismus.

One in seven overnight stays by tourists in Germany is attributable to caravanning tourism.

Caravaning seine Rolle als verlässlicher Nachfragefaktor, der klassische Urlaubsreisen ebenso wie Kurzaufenthalte und Zwischenstopps abdeckt.

Die Wertschöpfung speist sich aus mehreren starken Komponenten: Ausgaben der Camper im Zielgebiet in Höhe von 7,2 Milliarden Euro, Fahrtkosten von 6,8 Milliarden Euro sowie Investitionen in Campingausrüstung von 6,8 Milliarden Euro. Die Umsatzstruktur zeigt: Neben dem Aufenthalt vor Ort tragen An- und Abreise sowie langlebige Anschaffungen substantziell zum Gesamtmarkt bei und verknüpfen Tourismus, Handel und Industrie enger. Für Regionen bedeutet das eine breite Nachfrage nach Gastronomie, Freizeitangeboten, Einkauf und Services.

Nachfrage, Übernachtungen und Tagesreisen

Auf der Nachfrageseite summiert sich die campingbezogene Nachfrage auf 157,5 Millionen Übernachtungen und Tagesreisen. Davon entfallen 115,5 Millionen auf Touristik- und Dauercamper auf Campingplätzen; Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen erreichen 42,0 Millionen Übernachtungen und Tagesreisen, darunter 23,0 Millionen Tagesreisen. Der Marktanteil des Caravaning-Tourismus am Gesamttourismus in Deutschland ist beachtlich: Von insgesamt 496 Millionen touristischen Übernachtungen entfallen rund 74 Millionen auf Caravaning-Gäste. Das entspricht einem Anteil von rund 15 Prozent an den touristischen Übernachtungen.

Volkswirtschaftliche Effekte und Multiplikatorwirkung

Die volkswirtschaftlichen Effekte sind entsprechend hoch: Der Einkommensbeitrag wird für 2024 auf 8,3 Milliarden Euro beziffert, die Steuereffekte auf 4,2 Milliarden Euro. Zudem zeigt die dwif-Analyse eine starke Multiplikatorwirkung: 1 Euro Wertschöpfung durch Beherbergung auf Campingplätzen generiert 11,3 Euro in direkter und indirekter Wertschöpfung.

demand factor, covering classic holiday trips as well as short stays and stopovers.

The added value is fed by several strong components: expenditure by campers in the destination area amounting to €7.2 billion, travel costs of €6.8 billion and investments in camping equipment of €6.8 billion. The turnover structure shows that, in addition to the stay on site, travel to and from the destination and durable purchases contribute substantially to the overall market and link tourism, trade and industry more closely. For regions, this means broad demand for catering, leisure activities, shopping and services.

Demand, overnight stays and day trips

On the demand side, camping-related demand totals 157.5 million overnight stays and day trips. Of these, 115.5 million are attributable to tourists and permanent campers at campsites; motor caravan travellers outside campsites account for 42.0 million overnight stays and day trips, including 23.0 million day trips. The market share of caravanning tourism of total tourism in Germany is considerable: of a total of 496 million tourist overnight stays, around 74 million are attributable to caravanning guests. This corresponds to a share of around 15 per cent of tourist overnight stays.

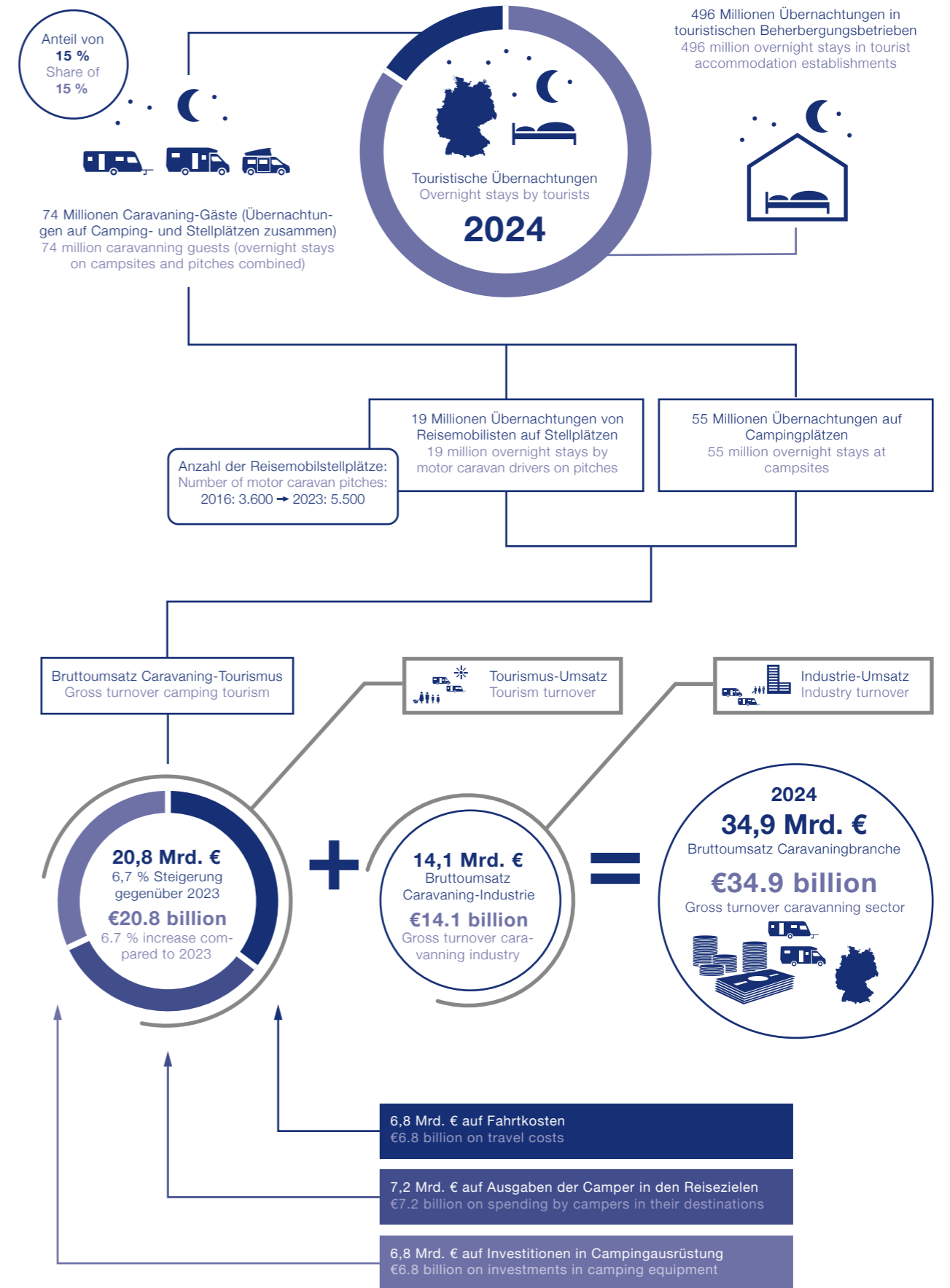
Economic effects and multiplier

The economic effects are correspondingly high: the contribution to income is estimated at 8.3 billion euros for 2024, with tax effects amounting to 4.2 billion euros. In addition, the dwif analysis shows a strong multiplier effect: one euro of added value from accommodation at campsites generates 11.3 euros in direct and indirect added value.



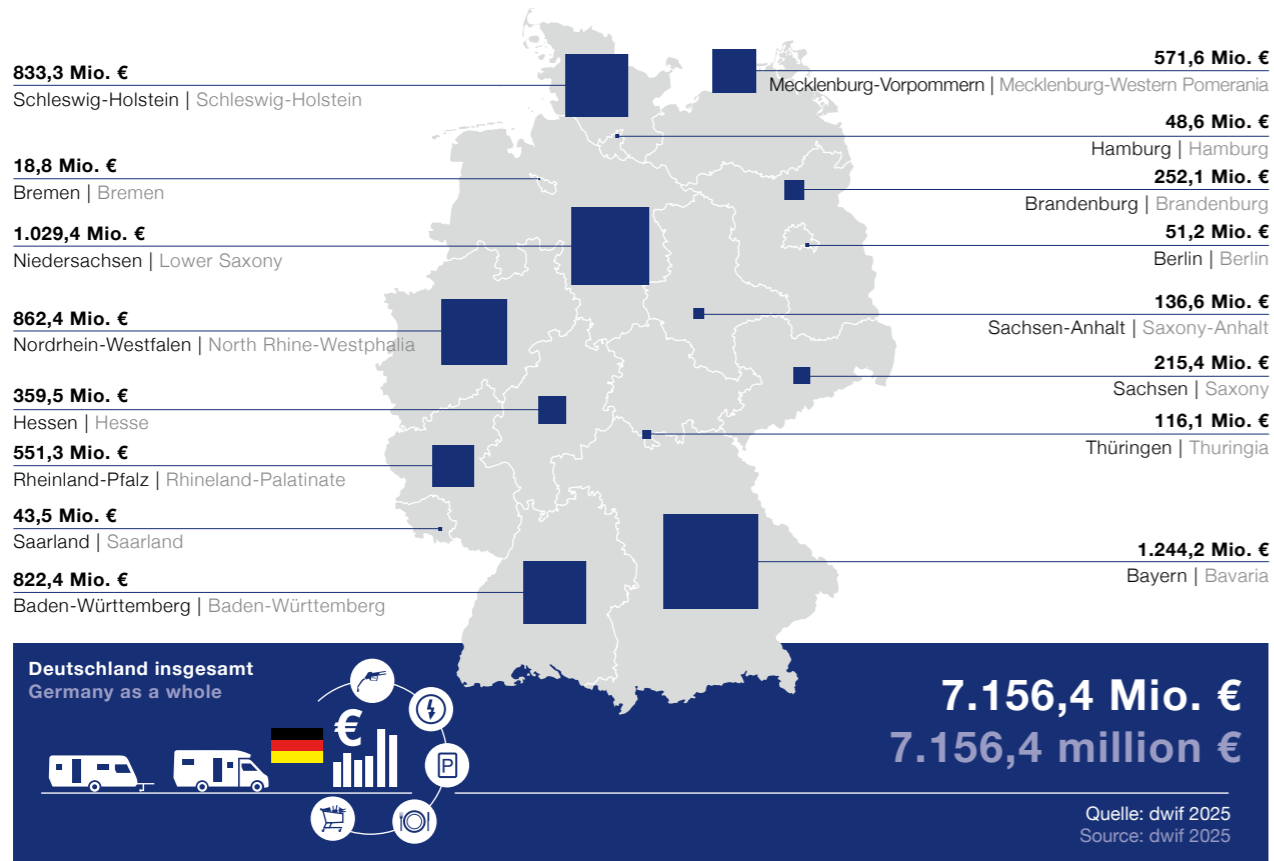
QR-Code scannen für den Download der dwif-Studie
 Scan the QR code to download the dwif study

Wirtschaftliche Bedeutung der Caravaningbranche
 Economic importance of the caravanning sector



Quelle: Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor in Deutschland 2024, dwif 2025
 Source: Campsite and motor caravan tourism as an economic factor in Germany in 2024, dwif 2025

Regionale Differenzierung: Bruttoumsätze durch Camper im Zielgebiet
Regional differentiation: gross revenue generated by campers in the target area



Regionale Breitenwirkung

Die Studie „Wirtschaftsfaktor Campingtourismus“ wurde um eine Auswertung der regionalen Wirtschaftskraft auf Bundeslandebene erweitert. Für die regionale Differenzierung werden ausschließlich die Ausgaben der Camper im Zielgebiet berücksichtigt. Regional unterstreichen die Ausgaben im Zielgebiet die Breitenwirkung: Besonders hohe Campingumsätze werden unter anderem in Bayern (1,2 Milliarden Euro) und Niedersachsen (1,0 Milliarden Euro) erzielt, gefolgt von Nordrhein-Westfalen (0,9 Milliarden Euro) und Schleswig-Holstein (0,8 Milliarden Euro).

Regional impact

The study “Camping tourism as an economic factor” was expanded to include an evaluation of regional economic strength at the federal state level. For regional differentiation, only the expenditure of campers in the destination area is taken into account. Regionally, expenditure in the destination area underlines the broad impact: particularly high camping revenues are achieved in Bavaria (1.2 billion euros) and Lower Saxony (1.0 billion euros), followed by North Rhine-Westphalia (0.9 billion euros) and Schleswig-Holstein (0.8 billion euros).

Customer Journey im Caravanning

Die NielsenIQ-Analyse beschreibt die Customer Journey im Caravanning in Deutschland – vom ersten Impuls über die Informationssuche bis zur finalen Kaufentscheidung. Grundlage sind Online-Interviews mit 1.010 Personen. Der Händler vor Ort ist der durchgängig wichtigste Touchpoint und gewinnt zur finalen Kaufentscheidung nochmals deutlich

Customer journey in caravanning

The NielsenIQ analysis describes the customer journey in caravanning in Germany – from the initial impulse to searching for information to the final purchase decision. It is based on online interviews with 1,010 people. The local dealer is consistently the most important touchpoint and gains even more significance when it comes to the final



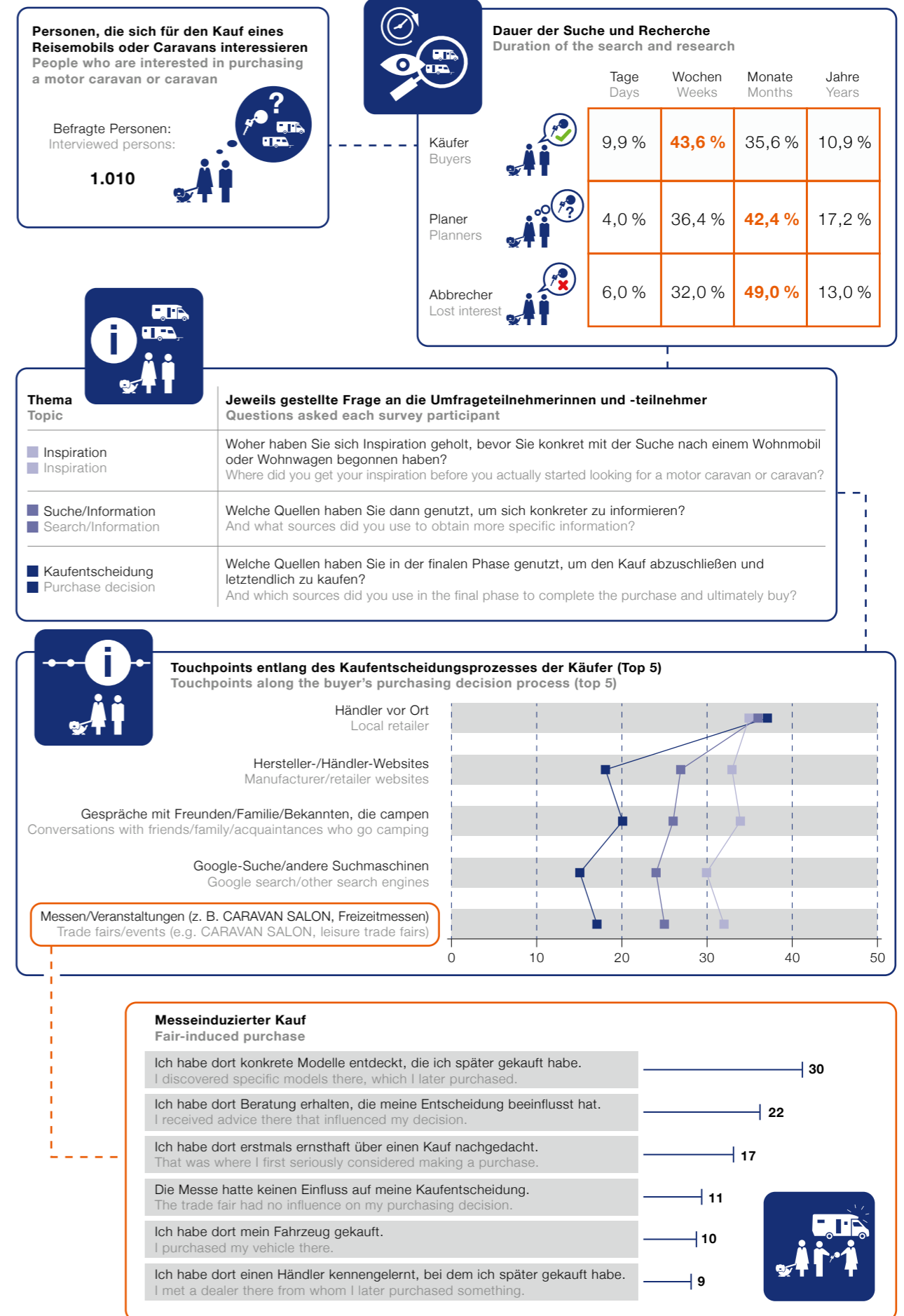
Messen sind ein wichtiger Kauftrigger: **40 Prozent** kaufen im Zusammenhang mit einem Messebesuch.

Trade fairs are an important purchase trigger: **40 per cent** make a purchase in connection with a trade fair visit.

an Gewicht. In der Inspirations- und Informationsphase spielen daneben vor allem digitale Quellen und das persönliche Umfeld eine tragende Rolle.

purchase decision. In the inspiration and information phase, digital sources and the personal environment also play a key role.

Die Customer Journey beim Erwerb von Reisemobilen und Caravans
The customer journey when purchasing motor caravans and caravans



Quelle: „Die Customer Journey der Caravanning Industrie“, NielsenIQ, 2025
Source: “The Customer Journey of the Caravanning Industry”, NielsenIQ, 2025

Inspiration entsteht häufig durch eine Mischung aus Händlerkontakt, Gesprächen mit Freunden/Familie/Bekanntem (die campen) sowie ersten Online-Impulsen.

In der Informationsphase verdichten sich die Kontakte: Hersteller-/Händler-Websites und Suchmaschinen zählen zu den konstant stärksten Quellen; hinzu kommen Messen/Veranstaltungen, Vergleichs- und Testportale, Online-Plattformen sowie Inhalte wie Video-Reviews, Blogs und Foren/Communities.

Der Abschluss erfolgt überwiegend stationär: 54 Prozent der Käufer kauften beim Händler vor Ort. Weitere Abschlüsse verteilen sich auf Hersteller, Privatpersonen und Messen.

Recherche, Dauer und Intensität

Die Auseinandersetzung mit dem Kauf ist selten kurzfristig: Viele beschäftigen sich über Wochen oder Monate mit dem Thema; 17 Prozent der Planer geben an, bereits seit einem Jahr oder länger zu recherchieren. Gleichzeitig informiert sich ein großer Teil sehr gezielt bzw. umfassend (mehrere Quellen, Vergleiche, tiefgehende Recherche).

Messe als Journey-Baustein

Messen wirken vor allem als Informations- und Verdichtungsraum: Drei Viertel der Messebesuche fanden im Jahr vor dem Kauf statt. Als besonders hilfreich werden das direkte Erleben der Fahrzeuge (live sehen/anfassen) und der Vergleich verschiedener Marken/Modelle genannt, ergänzt durch Beratung. In der Wirkung auf die Entscheidung berichten 30 Prozent, auf der Messe konkrete Modelle entdeckt zu haben, die später gekauft wurden; 22 Prozent nennen Beratung als entscheidungsbeeinflussend; 17 Prozent wurden dort erstmals ernsthaft kaufbereit. 10 Prozent kauften direkt auf der Messe, 9 Prozent lernten dort ihren späteren Händler kennen; 11 Prozent sehen keinen Einfluss.

Gesamtbild

Die Journey ist mehrstufig und Touchpoint-intensiv: Frühe Impulse gehen in eine breite, digitale Recherche über, bevor die Entscheidung in vielen Fällen über persönliche Kontaktpunkte – insbesondere den Händler vor Ort – finalisiert wird. Messen fungieren dabei häufig als zusätzlicher Knotenpunkt, der Erleben, Vergleich und Beratung bündelt und so die nächste Phase der Journey auslöst oder beschleunigt.

Cybersecurity

Mit dem NIS-2-Umsetzungsgesetz (in Kraft seit 06.12.2025) setzt Deutschland die EU-NIS-2-Richtlinie um. Ziel sind ein höheres, EU-weit vergleichbares Cybersicherheitsniveau, Mindestanforderungen an das Cyber-Risikomanagement und eine schnellere Meldung erheblicher IT-Sicherheitsvorfälle. Erfasst werden neben KRITIS-Betreibern „besonders wichtige Einrichtungen“ (bWE) und „wichtige Einrichtungen“ (wE).

Wesentliche Inhalte

- Cyber-Risikomanagement: Sicherheitsorganisation, Risikoanalysen, Incident-Response-Prozesse, Notfall- und Wiederanlaufplanung, Backup/Restore-Tests, Schwachstellenmanagement sowie Anforderungen an Lieferkette und Dienstleister.
- Technische und organisatorische Maßnahmen: Angriffserkennung und -abwehr, Systemhärtung, Protokollierung/Monitoring, Administration, Zugriffskontrollen sowie sichere Entwicklung und Beschaffung von IT.

Inspiration often comes from a combination of contact with dealers, conversations with friends/family/acquaintances (who camp) and initial online impulses.

Contacts intensify during the search/information phase: manufacturer/retailer websites and search engines are consistently among the strongest sources, followed by trade fairs/events, comparison and test portals, online platforms and content such as video reviews, blogs and forums/communities. The purchase is mainly made instore: 54 per cent of buyers purchased from a local retailer. Other purchases are spread across manufacturers, private individuals and trade fairs.

Research, duration and intensity

The decision to buy is rarely made on a short-term basis: many people spend weeks or months considering the issue; 17 per cent of planners say they researched for a year or more. At the same time, a large proportion of them gather information in a very targeted or comprehensive manner (multiple sources, comparisons, in-depth research).

Trade fairs as a building block of the journey

Trade fairs primarily serve as a source of information and consolidation: three-quarters of trade fair visits took place last year. The direct experience of the vehicles (seeing/touching them in person) and the comparison of different brands/models, supplemented by advice, are cited as particularly helpful. In terms of their impact on the decision, 30 per cent report having discovered specific models at the trade fair that were later purchased; 22 per cent cite advice as influencing their decision; 17 per cent became seriously ready to buy for the first time there. 10 per cent bought directly at the trade fair, 9 per cent got to know their future dealer there; 11 per cent see no influence.

Overall picture

The journey is multi-stage and touchpoint-intensive: early impulses turn into broad, digital research before the decision is finalised in many cases via personal touchpoints – especially the local dealer. Trade fairs often function as an additional hub that bundles experience, comparison and advice, thus triggering or accelerating the next phase of the journey.

Cybersecurity

With the NIS 2 Implementation Act (in force since 6 December 2025), Germany is implementing the EU NIS 2 Directive. The aim is to achieve a higher, EU-wide comparable level of cybersecurity, minimum requirements for cyber risk management and faster reporting of significant IT security incidents. In addition to KRITIS operators, “essential entity” and “important entity” are also covered.

Key content

- Cyber risk management: security organisation, risk analyses, incident response processes, emergency and recovery planning, back-up/restore tests, vulnerability management and requirements for supply chains and service providers.
- Technical and organisational measures: attack detection and defence, system hardening, logging/monitoring, administration, access controls and secure IT development and procurement.



- Meldepflichten: gestuftes Melderegime bei erheblichen Sicherheitsvorfällen (typisch Erstmeldung binnen 24 Stunden, Folgemeldung binnen 72 Stunden, Abschlussbericht; bei Bedarf Zwischen- oder Fortschrittmeldungen).
- Governance/Registrierung/Aufsicht: Einbindung der Geschäftsleitung (Billigung, Ressourcen, Überwachung), Registrierung und aktuelle Kontaktstellen, erweiterte Aufsichtsbefugnisse und deutlich erhöhte Sanktionsrisiken.

Entscheidungsregel „wichtige Einrichtung“ (wE) für Caravaning-Hersteller

Für Caravan- und Reisemobil-Hersteller ist die Sektorzuordnung typischerweise gegeben, weil die Tätigkeit dem Fahrzeugbau im verarbeitenden Gewerbe zuzuordnen ist. Für die wE-Einstufung ist daher im Regelfall nur die Größe zu prüfen: wE liegt vor, wenn entweder mindestens 50 Mitarbeitende beschäftigt sind oder – bei weniger Mitarbeitenden – ein Jahresumsatz von weniger als 10 Millionen Euro und eine Jahresbilanzsumme von weniger als 10 Millionen Euro (beides) erreicht werden. Wird die Schwelle erreicht, sind die NIS2-Anforderungen (inklusive dokumentierter Maßnahmen, Meldeprozesse sowie BSI-Registrierungs- und Aktualisierungspflichten) umzusetzen. Für relevante Zulieferer gilt dies analog, sofern ihre Tätigkeit erfasst ist.

Umsetzung und Nachweis

NIS2 ist unternehmensbezogen umzusetzen: Konzernstandards können unterstützen, ersetzen aber nicht Nachweise je Rechtseinheit. Internationale Tochterunternehmen müssen die jeweilige nationale Umsetzung einhalten. Nachweise sind z. B. ISMS-Dokumentation, Risiko- und Maßnahmenregister, Logs/Monitoring, Backup- und Übungsprotokolle, Lieferantenevaluierungen und Incident-Dokumentation.

CIVD-Arbeitskreis Cybersecurity

Der CIVD hat einen Arbeitskreis IT-Sicherheit/Cybersecurity gegründet, um den branchenweiten Austausch zu stärken und gemeinsame Antworten auf regulatorische sowie operative Anforderungen zu entwickeln. Schwerpunkte sind Compliance und Regularien (NIS2, DORA, Cyber Resilience Act), Security-Standards innerhalb der Branche (Kommunikation/Schnittstellen), Anforderungen an externe Partner und Zulieferer sowie Erfahrungsaustausch, Risikodetektion und abgestimmte Vorgehensweisen bei Sicherheitsvorfällen.

- Reporting obligations: tiered reporting regime for significant security incidents (typically initial report within 24 hours, follow-up report within 72 hours, final report; interim or progress reports as required).
- Governance/registration/supervision: involvement of senior management (approval, resources, monitoring), registration and current contact points, extended supervisory powers and significantly increased risk of sanctions.

Decision rule “important entity” for caravan manufacturers

For caravan and motor caravan manufacturers, sector classification is typically given because the activity is classified as vehicle manufacturing in the manufacturing industry. For the important entity classification, therefore, only the size needs to be checked as a rule: important entity applies if there are at least 50 employees or – if there are fewer employees – annual turnover > €10 million and annual balance sheet total > €10 million (both). If the threshold is reached, the NIS 2 requirements (including documented measures, reporting processes and BSI registration and updating obligations) must be implemented. This applies analogously to relevant suppliers, provided that their activity is covered.

Implementation and verification

NIS 2 must be implemented on a company-specific basis: group standards can provide support, but cannot replace verification by each legal entity. International subsidiaries must comply with the respective national implementation. Evidence includes, for example, ISMS documentation, risk and action registers, logs/monitoring, back-up and exercise logs, supplier evaluations and incident documentation.

CIVD Cybersecurity Working Group

The CIVD has established an IT security/cybersecurity working group to strengthen industry-wide exchange and develop joint responses to regulatory and operational requirements. The focus is on compliance and regulations (NIS2, DORA, Cyber Resilience Act), security standards within the industry (communication/interfaces), requirements for external partners and suppliers, as well as the exchange of experience, risk detection and coordinated procedures for security incidents.

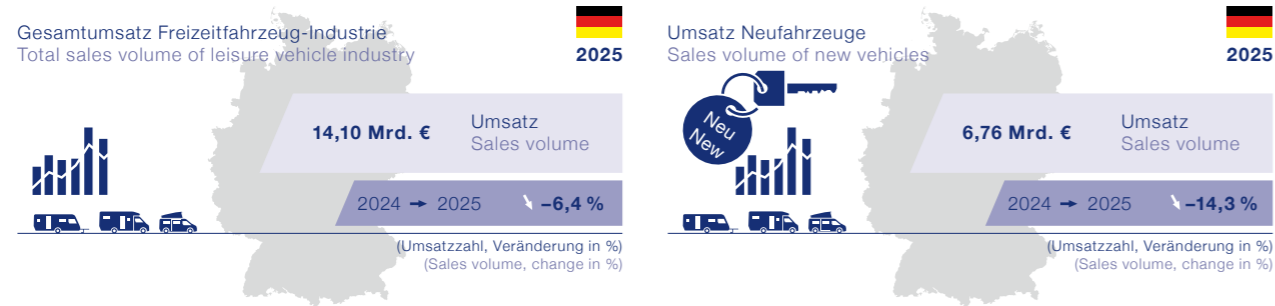
Zahlen und Fakten Facts and figures

S. 64–78 | pp. 64–78 →



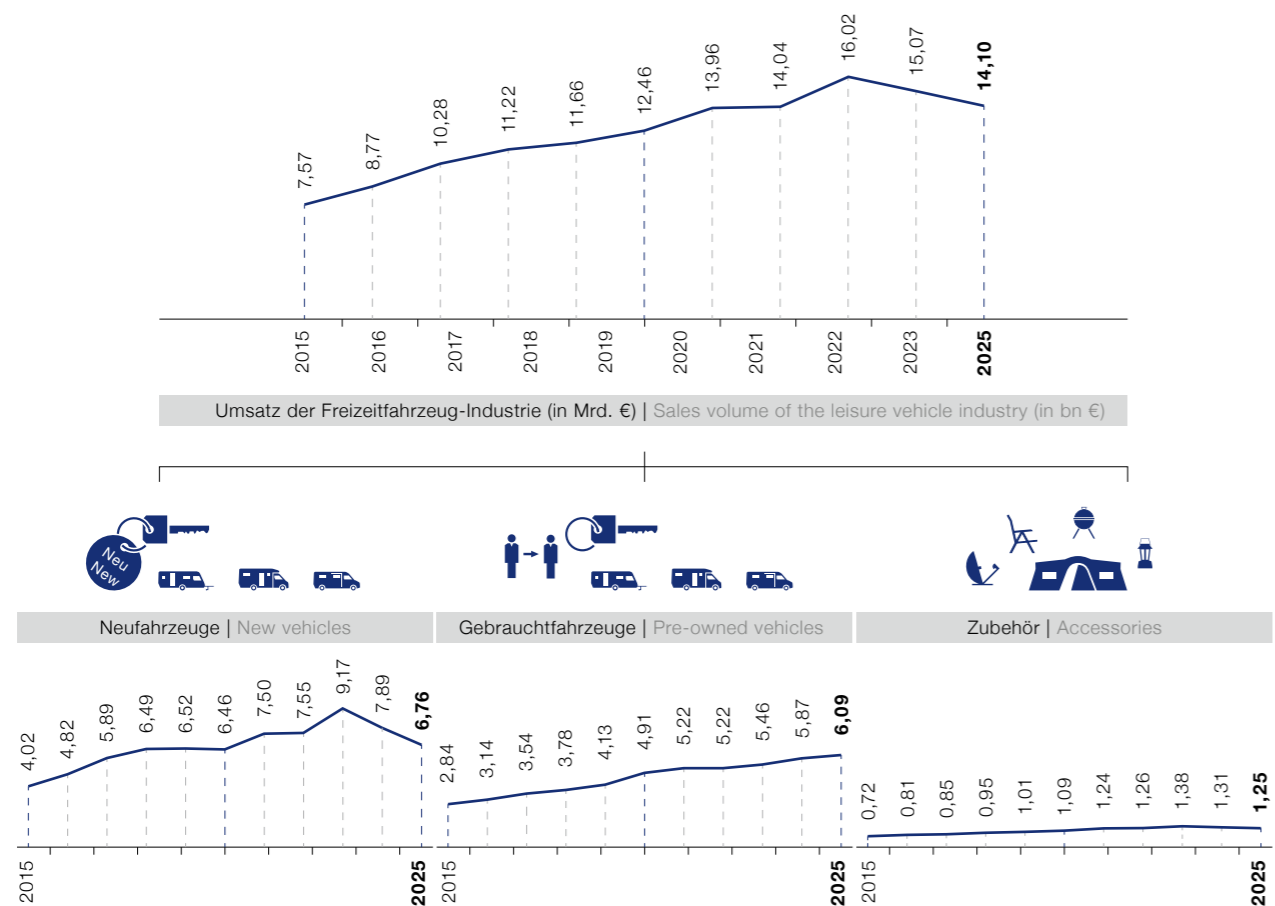
Umsatz der deutschen Freizeitfahrzeug-Industrie

Sales volume of the German leisure vehicle industry



- Mit einem Gesamtumsatz von rund 14,0 Mrd. Euro bleibt die Branche trotz Rückgang auf hohem Niveau; nach den Corona-Ausnahmeh Jahren setzt sich die Normalisierung fort
 - Im Neufahrzeuggeschäft fällt der erneute Rückgang zweistellig aus: Produktionsanpassungen und Bestandsabbau nähern Angebot und Nachfrage wieder an
 - Der Gebrauchtfahrzeugmarkt gewinnt weiter an Bedeutung und stützt das Gesamtgeschäft, getragen von höherer Umschlagshäufigkeit und stabiler Nachfrage
 - Zubehör bleibt verlässlich, zeigt aber eine leichte Korrektur nach dem starken Niveau der Vorjahre
- With total sales of around €14.0 billion, the industry remains at a high level despite a decline; following the exceptional years of the coronavirus pandemic, normalisation continues
 - The new vehicle business sees another double-digit decline: production adjustments and inventory reduction are bringing supply and demand closer together again
 - The pre-owned vehicle market continues to gain in importance and supports overall business, driven by higher turnover rates and stable demand
 - Accessories remain reliable, but show a slight correction after the strong levels of previous years

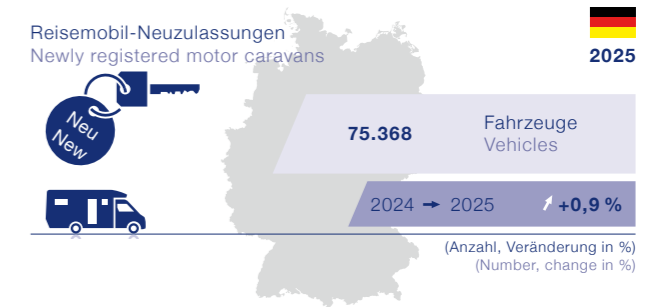
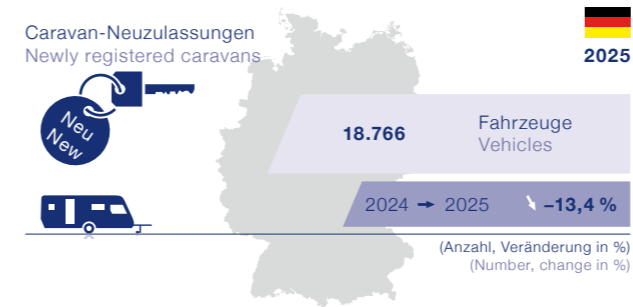
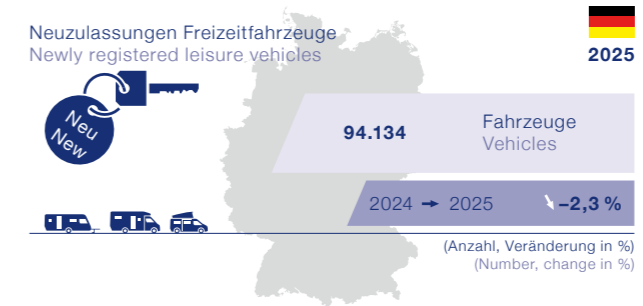
Umsatz der deutschen Freizeitfahrzeug-Industrie (in Mrd. €) 2015–2025
Sales volume of the German leisure vehicle industry (in billions of euros) 2015–2025



Quelle: CIVD-Erhebungen | Source: CIVD surveys

Entwicklung der Neuzulassungen in Deutschland

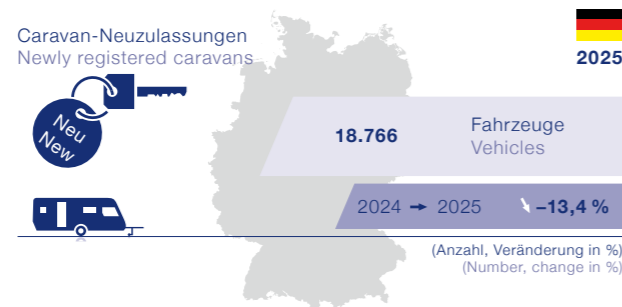
Development of new registrations in Germany



- Wirtschaftspolitische Unsicherheiten in Deutschland und außenpolitische Konflikte dämpfen Konsum und Investitionen, Caravanning bleibt dennoch sehr gefragt und stabil auf hohem Niveau
 - Mit 94.134 Neuzulassungen bleibt der Gesamtmarkt 2025 nahezu stabil (minus 2,3 Prozent), gedrückt vor allem durch das Caravan-Segment (minus 13,4 Prozent)
 - Druck im Handel durch hohe Bestände, punktuell erhöhtes Insolvenzrisiko, insgesamt jedoch nicht systemisch
 - Hersteller reagierten entschlossen und reduzierten die Produktion bei Caravans wie auch Reisemobilen erneut deutlich
 - Caravans geben deutlich nach und fallen auf das Niveau von 2015 zurück, bleiben jedoch weiterhin gefragt und benötigen Impulse für einen Turnaround
 - Reisemobile behaupten sich als Wachstumstreiber, der Kernmarkt bleibt positiv und das Segment erreicht erneut ein Top-Ergebnis
 - Private Neuzulassungen treiben den Reisemobilmarkt, gewerbliche Nachfrage sinkt vorübergehend durch Modellwechsel im automotiven Bereich sowie schwächelnde Vermietung
 - Gebrauchtmärkte setzen Rekord und bestätigen das anhaltend hohe Interesse am mobilen Urlaub
- Economic uncertainties in Germany and foreign policy conflicts are dampening consumption and investment, but caravanning remains in high demand and stable at a high level
 - With 94,134 new registrations, the overall market will remain virtually stable in 2025 (down 2.3 per cent), weighed down primarily by the caravan segment (down 13.4 per cent)
 - Pressure on retailers due to high inventories, increased risk of insolvency in some cases, but not systemic overall
 - Manufacturers responded decisively and once again significantly reduced production of both caravans and motor caravans
 - Caravans decline significantly, falling back to 2015 levels, but remain in demand and need impetus for a turnaround
 - Motor caravans are holding their own as a growth driver, the core market remains positive and the segment is once again achieving top results
 - Private new registrations are driving the motor caravan market, while commercial demand is temporarily declining due to model changes in the automotive sector and weakening rental activity
 - The pre-owned market is setting records and confirming the continuing high level of interest in mobile holidays

Caravan-Neuzulassungen in Deutschland

Newly registered caravans in Germany



- Entgegen der Erwartung einer Stabilisierung verzeichnet das Caravan-Segment erneut einen Rückgang
- Mit rund -13,0 Prozent setzt sich der Abwärtstrend fort, inzwischen das fünfte Jahr in Folge
- Caravans reagieren deutlich konjunktursensitiver: Preissteigerungen und wirtschaftliche Unsicherheit in Deutschland treffen das Segment stärker als Reisemobile
- Zudem bremst die längere Haltedauer: Caravan-Besitzer nutzen ihre Fahrzeuge im Schnitt rund 12,0 Jahre und damit fast doppelt so lange wie Reisemobil-Besitzer

- Contrary to expectations of stabilisation, the caravan segment once again records a decline
- With a drop of around -13.0 per cent, the downward trend continues for the fifth year in a row
- Caravans are much more sensitive to economic conditions: price increases and economic uncertainty in Germany are hitting the segment harder than motor caravans
- In addition, the longer holding period is slowing down growth: caravan owners use their vehicles for an average of around 12.0 years, which is almost twice as long as motor caravan owners

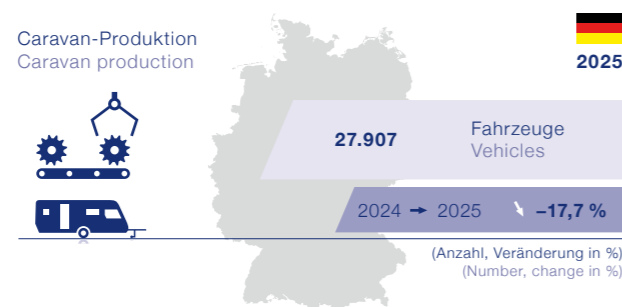
Caravan-Neuzulassungen 2023-2025
Newly registered caravans 2023-2025

Jahr Year	Einheiten Units	Veränd. Vorjahr % Change from prev. year %		Index Index 2010 = 100%	
		Caravans Caravans	Pkw Cars	Caravans Caravans	Pkw Cars
2023	21.896	-10,5	+7,3	140,3	97,5
2024	21.674	-1,0	-1,0	138,9	96,6
2025	18.766	-13,4	+1,4	120,2	98,0

Quelle: CIVD-Auswertung der Zahlen des Kraftfahrt-Bundesamtes, Flensburg
Source: CIVD analysis of the figures published by the Federal Motor Transport Authority (KBA), Flensburg

Caravan-Produktion

Caravan production

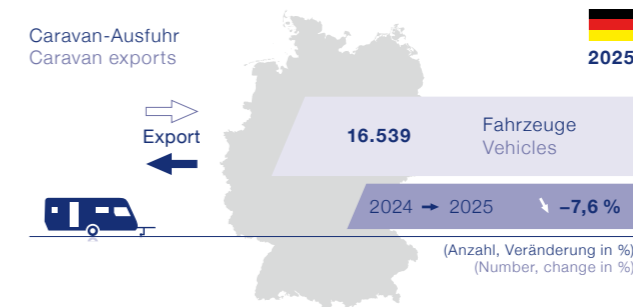


- Die deutsche Caravan-Produktion verzeichnet inzwischen den dritten zweistelligen Rückgang in Folge
- 2025 fällt die Fertigung auf einen historischen Tiefstand von rund 28.000 Einheiten
- Die Hersteller reagieren damit konsequent auf sinkende Caravan-Zulassungen in Europa; zugleich hat sich die Bestandssituation im Handel deutlich verbessert, sodass für 2026 vorsichtig optimistisch nach vorn geblickt wird
- Erstmals zeigt sich eine leichte Entspannung beim Durchschnittspreis, als Gegenimpuls zum gestiegenen Preisniveau der vergangenen Jahre

- German caravan production now records its third consecutive double-digit decline
- In 2025, production falls to a historic low of around 28,000 units
- Manufacturers are responding consistently to declining caravan registrations in Europe; at the same time, the inventory situation in the trade has improved significantly, so that the outlook for 2026 is cautiously optimistic
- For the first time, there is a slight easing in the average price, counteracting the increased price level of recent years

Caravan-Ausfuhr

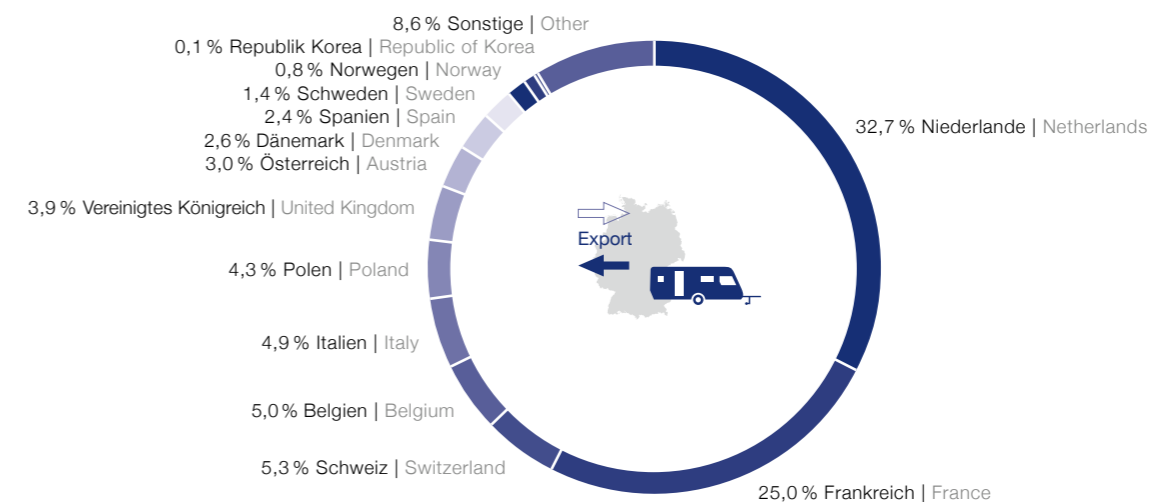
Caravan exports



- Nach der starken Korrektur im Vorjahr stabilisiert sich der Caravan-Export bei rund 16.000 Einheiten, verzeichnet aber erneut einen Rückgang
- Gegenüber der Corona-Hochphase 2022 hat sich das Ausfuhrvolumen nahezu halbiert; damit spiegelt sich der europaweite Zulassungsrückgang im Caravan-Segment auch im Export wider
- Frankreich und die Niederlande tragen zusammen knapp 60 Prozent und stützen die deutsche Caravan-Ausfuhr trotz nur moderater Rückgänge
- Italien und Spanien zeigen prozentual deutliche Zuwächse, bleiben absolut jedoch ein kleiner Beitrag zum Exportvolumen
- Die Türkei, zuletzt ein dynamischer Wachstumsmarkt, verliert erneut deutlich und liegt etwa bei der Hälfte des früheren Niveaus

- Following the sharp correction in the previous year, caravan exports stabilise at around 16,000 units, but record another decline
- Compared to the peak of the coronavirus pandemic in 2022, export volumes almost halve, reflecting the Europe-wide decline in registrations in the caravan segment
- France and the Netherlands together account for just under 60 per cent and are supporting German caravan exports despite only moderate declines
- Italy and Spain are showing significant percentage growth, but remain a small contribution to export volume in absolute terms
- Turkey, recently a dynamic growth market, is once again losing ground significantly and is at around half its previous level

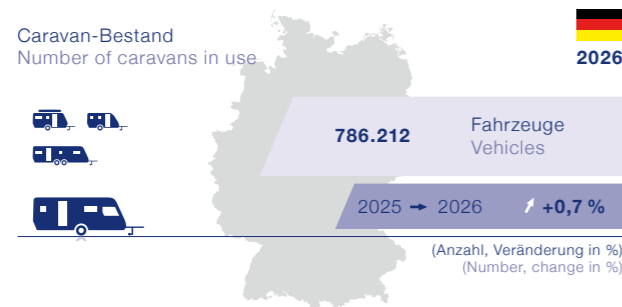
Caravan-Ausfuhr in ausgewählte Länder 2025
Caravan exports to selected countries 2025



Quelle: CIVD-Auswertung der Zahlen des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden
Source: CIVD analysis of the figures published by the Federal Statistical Office, Wiesbaden

Caravan-Bestand

Number of caravans in use



- Der Caravan-Bestand wächst um 6.000 Fahrzeuge auf 786.000 registrierte Einheiten
- Parallel zur Entwicklung der Neuzulassungen flacht die Dynamik des Bestandszuwachses weiter ab
- Erneut bleibt der Bestandszuwachs hinter den Neuzulassungen zurück; während zwischen 2017 und 2021 durchschnittlich 87 Prozent der Neuzulassungen zum Bestandszuwachs beitrugen, sind es 2026 nur noch ein Drittel
- Verantwortlich dafür sind vor allem Außerbetriebsetzungen und Exporte ins Ausland

- The caravan stock grows by 6,000 vehicles to 786,000 registered units
- In line with the trend in new registrations, the rate of growth in the stock continues to level off
- Once again, fleet growth is lagging behind new registrations; whilst between 2017 and 2021 an average of 87 per cent of new registrations contributed to fleet growth, by 2026 this figure will have fallen to just one third
- This is primarily due to decommissioning and exports abroad

Caravans, die vorübergehend außer Betrieb gesetzt, also unterjährig an- und wieder abgemeldet werden, sind ebenso wenig erfasst wie nicht zugelassene Stand-Caravans, die auf Campingplätzen im Dauereinsatz sind. Der CIVD beziffert daher den tatsächlichen Bestand in Deutschland auf über 900.000 Fahrzeuge.

Caravans which are taken out of service temporarily, i.e. registered and deregistered again for periods of less than a year, are just as infrequently recorded as non-registered static caravans which are in continuous use on camp sites. The CIVD therefore puts the actual number thereof in Germany at more than 900,000 vehicles.

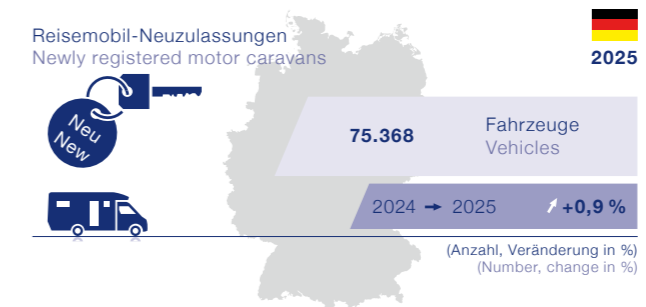
Caravan-Bestand 2022–2026
Number of caravans in use 2022–2026

Stichtag 01.01. as at 01.01.	Zugelassener Bestand Registered stock of vehicles	Veränderung zum Vorjahr Change from previous year	
		Einheiten Units	%
2022	739.294	↗ +16.778	↗ +2,3
2023	756.705	↗ +17.411	↗ +2,4
2024	770.208	↗ +13.503	↗ +1,8
2025	780.600	↗ +10.392	↗ +1,3
2026	786.212	↗ +5.612	↗ +0,7

Quelle: CIVD-Auswertung der Zahlen des Kraftfahrt-Bundesamtes, Flensburg und CIVD-Schätzung
Source: CIVD analysis of the figures published by the Federal Motor Transport Authority, Flensburg, and CIVD estimates

Reisemobil-Neuzulassungen in Deutschland

Newly registered motor caravans in Germany



- Der Reisemobil-Neuwagenmarkt hat sein Volumen in den letzten zehn Jahren verdoppelt; trotz der zahlreichen Herausforderungen in 2025 wächst der Markt leicht, um rund 1 Prozent
- Drittbestes Zulassungsergebnis
- 2025 wird von einem starken Privatmarkt und einem weiterhin robusten Kernmarkt getragen
- Die Fahrzeuggruppe „Urbans“ (Kastenwagen ohne Bad) wird durch temporäre Markteffekte (Modellwechsel) spürbar gebremst
- Teilintegrierte legen überdurchschnittlich zu, besonders gefragt sind schmale und kompakte Modelle

- The market for new motor caravans doubles in size over the last ten years; despite numerous challenges in 2025, the market is growing slightly, by around 1 per cent
- Third-best registration result
- 2025 is driven by a strong private market and a core market that remains robust
- The “Urbans” vehicle group (campervans without bathrooms) is noticeably slowed down by temporary market effects (model changes)
- Semi-integrated models are growing at an above-average rate, with narrow and compact models in particular demand

Das Kraftfahrt-Bundesamt erfasst in seiner Statistik nur Reisemobile, die explizit als solche zugelassen sind (EU-Fahrzeugklasse „M1-SA“). Zusätzlich zur klassischen Erhebung werden durch den CIVD weitere eindeutig identifizierbare Reisemobile in benachbarten Fahrzeugklassen inkludiert und zur Gesamtbetrachtung Reisemobil-Neuzulassungen hinzugerechnet.

In its statistics, the Federal Motor Transport Authority includes only motor caravans that are explicitly registered as such (EU vehicle class “M1SA”). In addition to the usual information gathered, the CIVD also takes note of clearly identifiable motor caravans in neighbouring vehicle classes and includes these in the overall analysis of motor caravan registrations.

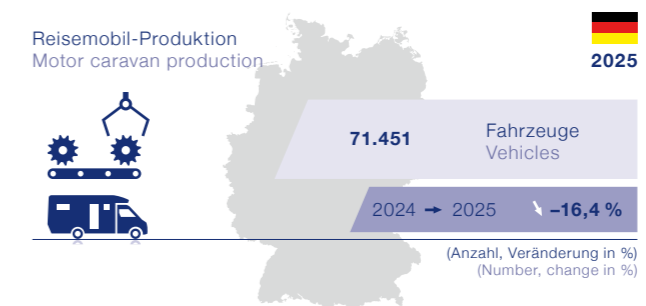
Reisemobil-Neuzulassungen 2023–2025
Newly registered motor caravans 2023–2025

Jahr Year	Reisemobile Motor caravans	Veränd. % Change %	Pkw Veränd. % Change cars %	Index Index 2010 = 100 %	
				Reisemobile Motor caravans	Pkw Cars
2023	68.469	↗ +3,0	↗ +7,3	377,5	97,5
2024	74.718	↗ +9,1	↘ -1,0	411,9	96,6
2025	75.368	↗ +0,9	↗ +1,4	415,5	98,0

Quelle: CIVD-Auswertung der Zahlen des Kraftfahrt-Bundesamtes, Flensburg
Source: CIVD analysis of the figures published by the Federal Motor Transport Authority (KBA), Flensburg

Reisemobil-Produktion

Motor caravan production

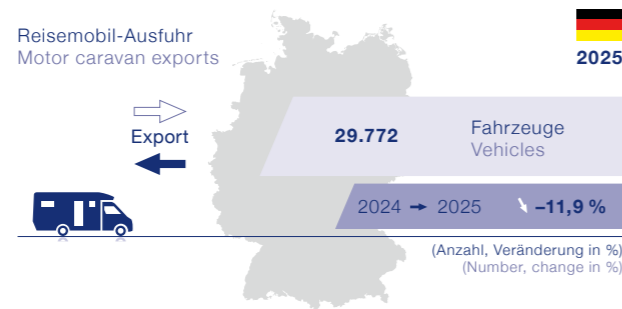


- Die Reisemobil-Produktion wird erneut zweistellig zurückgefahren und sinkt um rund 16 Prozent
- Die Maßnahmen zeigen Wirkung: Das hohe Bestandsniveau im Handel baut sich spürbar ab, unterstützt auch durch vertriebsfördernde Impulse
- Nach dem historischen Output der Vorjahre fällt die Produktion auf das Niveau von 2017 zurück; der Blick auf 2026 ist verhalten zuversichtlich

- Motor caravan production once again sees a double-digit decline, falling by around 16 per cent
- The measures are having an effect: high inventory levels in the trade are noticeably decreasing, supported by sales promotion initiatives
- Following the historic output of previous years, production is falling back to 2017 levels; the outlook for 2026 is cautiously optimistic

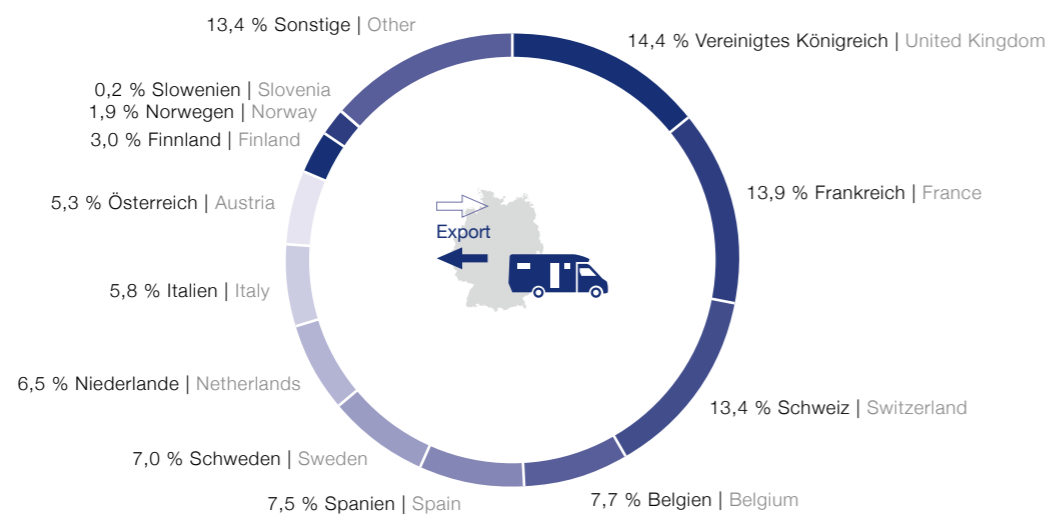
Reisemobil-Ausfuhr

Motor caravan exports



- Trotz Rückgang bleibt das Ausfuhrvolumen mit rund 30.000 Einheiten historisch stark; die Exportquote steigt gegenüber dem Vorjahr
 - Der Rückgang ist vor allem durch Frankreich geprägt: Die Ausfuhr dorthin gehen nahezu um die Hälfte zurück, rund 3.000 Einheiten weniger
 - Unterschiedliche Lager- und Bestellzyklen der europäischen Händler führen zu einem heterogenen Bild in den Exportmärkten
 - Stabilisierend wirken insbesondere UK, Schweiz und die Niederlande, die das Ausfuhrvolumen abfedern
 - Positive Lichtblicke liefern Polen, Schweden und Belgien mit zweistelligen Zuwächsen
 - In den meisten übrigen Exportmärkten sind hingegen Rückgänge zu verzeichnen
- Despite the decline, the export volume remains historically strong at around 30,000 units; the export ratio is up on the previous year
 - The decline is mainly attributable to France: exports to this country have fallen by almost half, around 3,000 units less
 - Different stock and order cycles among European dealers are leading to a mixed picture in the export markets
 - The UK, Switzerland and the Netherlands are having a particularly stabilising effect, cushioning the decline in export volume
 - Poland, Sweden and Belgium are providing rays of hope with double-digit growth
 - In contrast, most other export markets are experiencing declines

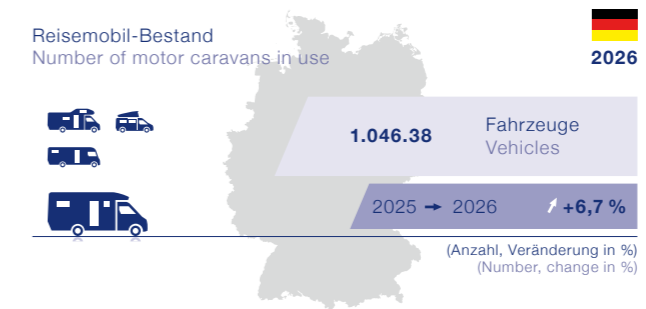
Reisemobil-Ausfuhr der deutschen Hersteller in ausgewählte Länder 2025
Motor caravan exports by German manufacturers in selected countries 2025



Quelle: CIVD-Auswertung der Zahlen des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden
Source: CIVD analysis of the figures provided by the Federal Statistical Office, Wiesbaden

Reisemobil-Bestand

Number of motor caravans in use



- Der deutsche Reisemobil-Bestand erreicht einen neuen Rekord und überschreitet die Marke von 1,0 Mio. zugelassenen Fahrzeugen
 - Das einmillionste Reisemobil wurde im April 2025 erstmals zugelassen und unterstreicht die anhaltend starke Nachfrage nach mobilem Urlaub
 - Reisemobile zählen neben SUVs zu den prozentual dynamischsten Fahrzeugkategorien im Bestand
 - Der Bestand wächst um rund 70.000 Fahrzeuge und bleibt damit leicht hinter der Entwicklung der Neuzulassungen zurück
- The number of motor caravans in Germany reaches a new record, exceeding the 1 million mark for registered vehicles
 - The millionth motor caravan was first registered in April 2025, underscoring the continuing strong demand for mobile holidays
 - Alongside SUVs, motor caravans are among the most dynamic vehicle categories in terms of percentage growth in the fleet
 - The fleet is growing by around 70,000 vehicles, slightly lagging behind the growth in new registrations

Im Register des Kraftfahrt-Bundesamtes sind Reisemobile, die unterjährig an- und wieder abgemeldet werden (sogenannte „vorübergehende Außerbetriebsetzungen“), nicht enthalten. Zudem können Reisemobile auch als Pkw, Lkw oder Büromobil zugelassen werden, wodurch sie ebenfalls nicht von der Statistik des KBA erfasst werden. Der CIVD schätzt den tatsächlichen Gesamtbestand in Deutschland, inkl. der in anderen Fahrzeugklassen registrierten Reisemobile, auf rund 1,2 Mio. Einheiten.

Motor caravans which are registered and de-registered again for periods of less than a year (so-called "temporary decommissioning") are not included in the index of the Federal Motor Transport Authority. In addition, motor caravans can be registered as cars, trucks or mobile offices, which would also not be included in the statistics of the Federal Motor Transport Authority. The CIVD estimates the actual number of motor caravans in use in Germany, including the motor caravans registered in other vehicle classes, to be about 1.2 million units.

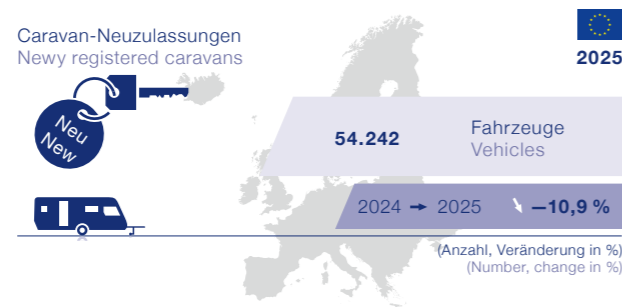
Reisemobil-Bestand 2021–2026
Number of motor caravans in use 2021–2026

Jahr Year	Zugelassener Bestand 01.01. Registered stock of vehicles 01.01.	Veränderung Change	
		Einheiten Units	%
2021	674.697	+85.342	+14,5
2022	767.325	+92.628	+13,7
2023	838.253	+70.928	+9,2
2024	907.879	+69.626	+8,3
2025	981.010	+73.131	+8,1
2026	1.046.383	+65.373	+6,7

Quelle: CIVD-Auswertung der Zahlen des Kraftfahrt-Bundesamtes, Flensburg
Source: CIVD analysis of the figures published by the Federal Motor Vehicle Office, Flensburg

Caravan-Neuzulassungen in Europa

Newly registered caravans in Europe



- 2025 markiert den Tiefpunkt der europäischen Caravan-Neuzulassungen; der Markt verliert rund 11 Prozent gegenüber dem Vorjahr
- Im konjunktursensitiven Segment führt die Vielzahl an Unsicherheitsfaktoren zu spürbarer Kaufzurückhaltung
- Deutliche Rückgänge prägen die Topmärkte: Neben Deutschland verliert insbesondere das Vereinigte Königreich fast 20 Prozent; gegenüber 2021 hat sich das Volumen dort etwa halbiert
- In den Top-5-Märkten bilden nur die Niederlande eine positive Ausnahme mit leichtem Wachstum
- Auf Herstellerseite behaupten sich Hobby und Knaus Tabbert im rückläufigen Umfeld vergleichsweise gut, während Erwin Hymer Group und Trigano stärker verlieren

- 2025 marks the low point for new caravan registrations in Europe; the market loses around 11 per cent compared to the previous year
- In this economically sensitive segment, the multitude of uncertainties is leading to noticeable reluctance to buy
- Significant declines characterise the top markets: in addition to Germany, the United Kingdom in particular loses almost 20 per cent; compared to 2021, the volume there has roughly halved
- In the top 5 markets, only the Netherlands is a positive exception with slight growth
- At the manufacturer level, Hobby and Knaus Tabbert are performing relatively well in a declining market, while the Erwin Hymer Group and Trigano are experiencing greater losses

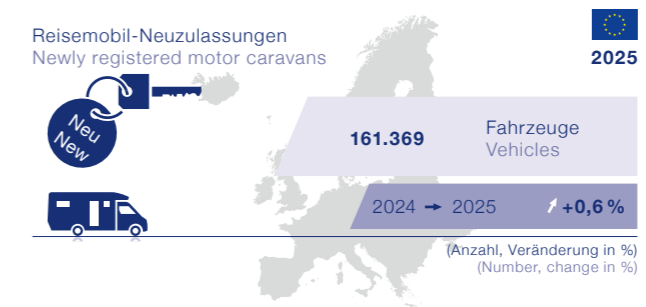
Europa: Caravan-Neuzulassungen 2021–2025
Europe: Newly registered caravans 2021–2025

Land Country	2021	2022	2023	2024	2025	Veränd. % Change %
Deutschland Germany	24.718	24.478	21.896	21.674	18.766	-13,4
Vereinigtes Königreich UK	18.660	13.884	13.193	11.444	9.323	-18,5
Niederlande Netherlands	8.562	7.946	6.781	7.192	7.433	+3,4
Frankreich France	7.446	7.330	7.448	7.387	7.169	-3,0
Schweden Sweden	3.869	3.164	2.013	1.683	1.438	-14,6
Schweiz Switzerland	1.687	1.775	1.580	1.457	1.345	-7,7
Dänemark Denmark	2.900	2.260	1.788	1.542	1.203	-22,0
Norwegen Norway	2.681	2.177	1.709	1.320	1.139	-13,7
Spanien Spain	1.926	1.579	1.266	1.190	1.084	-8,9
Polen Poland	941	1.066	857	868	927	+6,8
Belgien Belgium	1.290	1.306	1.026	1.000	924	-7,6
Österreich Austria	1.166	1.085	867	848	747	-11,9
Finnland Finland	1.052	806	715	664	550	-17,2
Italien Italy	568	659	651	671	457	-31,9
Tschechien Czech Republic	556	486	434	372	334	-10,2
Slowenien Slovenia	172	175	162	162	142	-12,3
Luxemburg Luxembourg	60	60	57	72	102	+41,7
Portugal Portugal	55	60	69	67	56	-16,4
Estland Estonia	45	58	40	33	35	+6,1
Sonstige Other	1.117	1.191	1.301	1.219	1.068	-12,4
Gesamt Total	79.471	71.545	63.853	60.865	54.242	-10,9

Quelle: CIVD-Auswertung ECF-Mitgliedermeldungen, Schätzungen
Source: CIVD analysis of ECF member reports, estimates

Reisemobil-Neuzulassungen in Europa

Newly registered motor caravans in Europe



- Der europäische Reisemobilmarkt stabilisiert sich auf hohem Niveau und erreicht nach dem Rekordjahr 2021 das zweitbeste Ergebnis
- Trotz vielfältiger Herausforderungen bleibt die Nachfrage in Europa bemerkenswert robust
- Modellwechsel und Anlaufphasen im Automobilbereich wirken dämpfend und erklären die stärkeren Rückgänge in der Schweiz und in Österreich
- Schweden sticht positiv hervor: Das Auslaufen der Bonus-Malus-Besteuerung für Reisemobile seit Februar 2025 setzt spürbare Impulse
- Die europäische Entwicklung ist stark mit Deutschland verknüpft: Der deutsche Marktanteil steigt langfristig deutlich, von 27 Prozent (2010) auf 47 Prozent (2025)

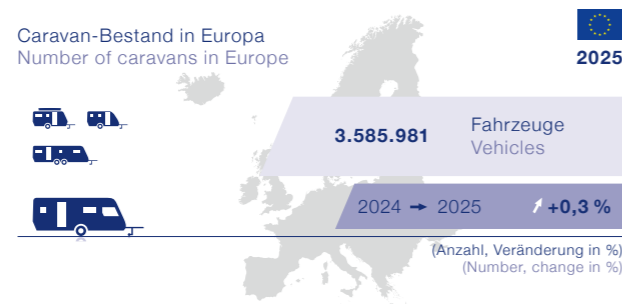
- The European motor caravan market is stabilising at a high level and achieving its second-best result after a record year in 2021
- Despite a variety of challenges, demand in Europe remains remarkably robust
- Model changes and start-up phases in the automotive sector are having a dampening effect and explain the sharper declines in Switzerland and Austria
- Sweden stands out positively: the phasing out of bonus-malus taxation for motor caravans since February 2025 is providing a noticeable boost
- European development is strongly linked to Germany: the German market share is rising significantly in the long term, from 27 per cent (2010) to 47 per cent (2025)

Europa: Reisemobil-Neuzulassungen 2021–2025
Europe: Newly registered motor caravans 2021–2025

Land Country	2021	2022	2023	2024	2025	Veränd. % Change %
Deutschland Germany	81.420	66.507	68.469	74.718	75.368	+0,9
Frankreich France	30.822	24.611	23.936	26.396	26.335	-0,2
Vereinigtes Königreich UK	14.074	11.823	12.179	16.447	16.668	+1,3
Italien Italy	7.113	5.828	5.833	6.967	7.709	+10,7
Spanien Spain	6.175	5.323	5.270	6.461	6.126	-5,2
Schweiz Switzerland	8.498	7.165	7.279	6.802	5.655	-16,9
Belgien Belgium	7.086	6.108	5.693	5.555	5.270	-5,1
Schweden Sweden	5.066	3.498	2.676	2.865	4.201	+46,6
Niederlande Netherlands	3.164	2.260	2.230	2.465	2.937	+19,1
Österreich Austria	4.782	4.781	3.786	2.689	2.054	-23,6
Polen Poland	2.191	1.746	1.408	1.721	1.963	+14,1
Tschechien Czech Republic	2.048	1.507	1.421	1.330	1.473	+10,8
Norwegen Norway	3.081	2.053	1.618	1.556	1.392	-10,5
Finnland Finland	2.634	1.443	1.376	1.443	1.264	-12,4
Dänemark Denmark	1.704	1.272	1.103	826	996	+20,6
Portugal Portugal	270	371	457	471	443	-5,9
Slowenien Slovenia	422	341	342	353	350	-0,8
Luxemburg Luxembourg	452	419	439	342	340	-0,6
Estland Estonia	143	165	107	192	112	-41,7
Sonstige Other	371	583	868	743	713	-4,0
Gesamt Total	181.516	147.804	146.490	160.342	161.369	+0,6

Quelle: CIVD-Auswertung ECF-Mitgliedermeldungen, Schätzungen
Source: CIVD analysis of ECF member reports, estimates

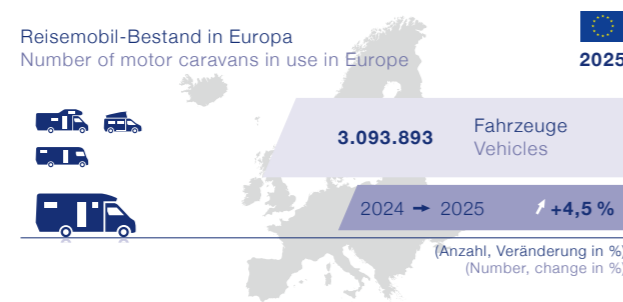
Caravan-Bestand in Europa Number of caravans in use in Europe



- Der Caravan-Bestand in Europa stagniert bei rund 3,6 Millionen Fahrzeugen
- Auf die vier größten Märkte Deutschland, Vereinigtes Königreich, Frankreich und die Niederlande entfallen rund 70 Prozent des gesamten Caravan-Bestands in Europa
- In den nordischen Märkten setzt sich der Bestandsrückgang fort; im Jahr 2025 beläuft er sich auf rund 9.000 Einheiten

- The caravan fleet in Europe has plateaued at around 3.6 million vehicles
- The four largest markets – Germany, the United Kingdom, France and the Netherlands – account for around 70 per cent of the total caravan fleet in Europe
- The decline in the vehicle fleet is continuing in the Nordic markets; in 2025, it amounts to around 9,000 units

Reisemobil-Bestand in Europa Number of motor caravans in use in Europe



- Der europäische Reisemobilbestand wächst um rund 130.000 Fahrzeuge
- Auf die drei größten Märkte Deutschland, Frankreich und das Vereinigte Königreich entfallen rund 60 Prozent des europäischen Reisemobilbestands
- Deutschland ist das erste Land in Europa mit mehr als einer Million registrierten Reisemobilen
- Das deutliche Wachstum in Osteuropa, insbesondere in Polen und Tschechien, unterstreicht die nachhaltige Nachfrage nach Caravaning-Produkten in dieser Region

- The European motor caravan fleet is growing by around 130,000 vehicles
- The three largest markets – Germany, France and the United Kingdom – account for around 60 per cent of the European motorhome fleet
- Germany is the first country in Europe to have more than one million registered motor caravans
- The significant growth in Eastern Europe, particularly in Poland and the Czech Republic, underscores the sustained demand for caravanning products in this region

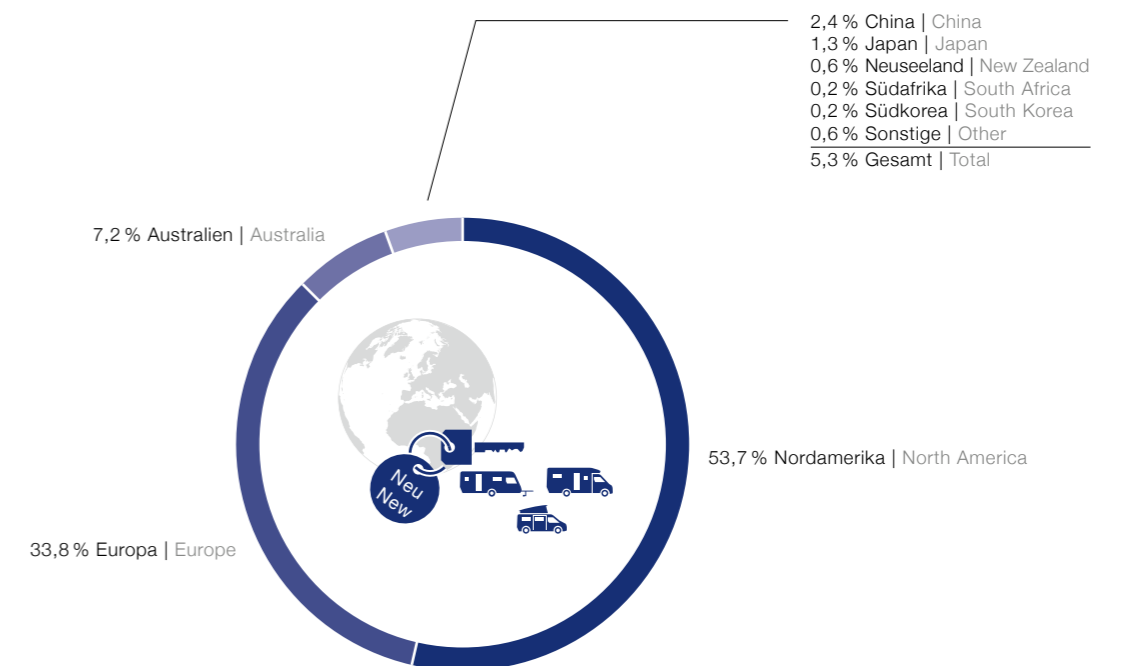
Freizeitfahrzeug-Neuzulassungen weltweit Newly registered leisure vehicles worldwide

Weltweit: Freizeitfahrzeug-Neuzulassungen 2021–2025
Worldwide: Newly registered leisure vehicles 2021–2025

Land Country	2021	2022	2023	2024	2025	Veränd. % Change %
Nordamerika* North America*	600.240	493.268	313.174	333.733	342.121	+2,5
Europa Europe	260.911	219.349	210.343	221.207	215.611	-2,5
Australien Australia	44.700	49.750	50.900	45.171	45.756	+1,3
China China	15.714	14.135	16.565	13.726	15.045	+9,6
Japan* Japan*	8.518	9.161	10.525	9.730	8.187	-15,9
Neuseeland New Zealand	3.965	4.531	4.314	3.943	3.727	-5,5
Südkorea South Korea	10.390	9.100	2.800	1.725	1.770	+2,6
Südafrika South Africa	1.550	1.680	1.400	1.410	1.300	-7,8
Sonstige Other	5.400	4.400	4.100	4.250	3.950	-7,1
Gesamt Total	951.388	805.374	614.121	634.895	637.467	+0,4

Hinweise: Fahrzeugdefinitionen nicht einheitlich, Abweichungen von bereits veröffentlichten Zahlen aufgrund neuer Erkenntnisse.
Note: Vehicle definitions are not uniform, figures may deviate from previously published figures due to new findings.
*Auslieferung an Händler | *Shipments to dealers
Quelle: CIVD-Erhebungen, Schätzungen | Source: CIVD surveys, estimates

Weltweit: Freizeitfahrzeug-Neuzulassungen 2025
Worldwide: Newly registered leisure vehicles 2025



Quelle: CIVD-Erhebungen, Schätzungen
Source: CIVD surveys, estimates

Impressum | Imprint

Herausgeber | Publisher

Caravanning Industrie Verband e. V. (CIVD)
Hamburger Allee 14
60486 Frankfurt am Main
Deutschland | Germany
Telefon | Phone +49 (0) 69 704039-0
Telefax | Fax +49 (0) 69 704039-23
E-Mail | E-mail info@civd.de
Internet | Internet civd.de
caravanning.info

Nachdruck, auch teilweise Wiedergabe,
nur mit schriftlicher Zustimmung des CIVD.
Reproduction, also partial reproduction,
only with the written consent of the CIVD.

Redaktionsschluss | Editorial deadline

11.03.2026 | 11 March 2026



Der CIVD ist zertifiziert nach DIN EN ISO 9001:2015
The CIVD is certified in accordance with DIN EN ISO 9001:2015

Gestaltung | Layout

Studio Schü.
Aynur und Jens Schürmann GbR

Bildnachweise | Photo credits

Fahrzeugbilder: CIVD-Verbandsmitglieder
Vehicle images: CIVD Association members

S. 26 | p. 26 Messe Düsseldorf/ctillmann
S. 30 | p. 30 Messe Düsseldorf/ctillmann
S. 31 | p. 31 Messe Düsseldorf/ctillmann
S. 33 | p. 33 Messe Düsseldorf/ctillmann
S. 39 | p. 39 Messe Düsseldorf/ctillmann
S. 41 | p. 41 Deutsche Sporthilfe/Our House
S. 42 | p. 42 Süddeutsche Zeitung, twitch, familie&co,
Frankfurter Allgemeine Zeitung
S. 43 | p. 43 ARD
S. 44 | p. 44 NDR, WDR
S. 45 | p. 45 Sport 2000
S. 48 | p. 48 Messe Düsseldorf/ctillmann
S. 49 | p. 49 SPIEGEL, SWR, WELT, Südwest Presse