

Caravaning-Tourismus beschert deutscher Wirtschaft 15 Mrd. Euro Umsatz – Tendenz steigend

Immer mehr kaufkräftige und konsumfreudige Urlauber mit Reisemobil, Caravan oder Zelt in Deutschland unterwegs

Frankfurt am Main, 14. September 2020

Der Caravaning-Tourismus entwickelt eine immer größere Bedeutung für Deutschland. Urlauber mit Reisemobil, Caravan oder Zelt bescherten der heimischen Wirtschaft im vergangenen Jahr knapp 15 Milliarden Euro Umsatz. Das sind 18 Prozent mehr als vor drei Jahren. Haupttreiber ist der Reisemobiltourismus. Der Caravaning Industrie Verband und der Deutsche Tourismusverband fordern, die Rahmenbedingungen weiter zu verbessern, um das Potenzial von Caravaning-Tourismus voll auszuschöpfen. Insbesondere Reisemobilstellplätze fehlen.

Caravaning wird seit Jahren quer durch die Gesellschaft immer populärer. Das zeigt die steigende Nachfrage nach neuen, gebrauchten und gemieteten Reisemobilen und Caravans. Zudem erhält die Urlaubsform gerade zusätzlichen Zulauf, da das individuelle Reisen in einem autarken Fahrzeug mit eigenen Wohn-, Schlaf-, Koch- und Sanitärmöglichkeiten in diesen Zeiten besonders sicher ist. Davon profitiert vor allem die Tourismusbranche in Deutschland, denn viele deutsche Caravaning-Fans verreisen im eigenen Land. Das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München (dwif) hat in einer neuen Studie die Effekte für die Wirtschaft durch Caravaning-Urlauber ermittelt. Ergebnis: 14,8 Milliarden Euro Umsatz im Jahr 2019 – ein deutlicher Anstieg um 17,6 Prozent seit 2016.

1,6 Mio. Freizeitfahrzeuge in Deutschland – Tendenz steigend

Knapp 1,3 Million Freizeitfahrzeuge (700.000 Caravans und 590.000 Reisemobile) sind inzwischen offiziell in Deutschland zugelassen – Tendenz stark steigend. Circa 110.000 zusätzliche Fahrzeuge sind als Pkw zugelassen, werden aber durch Um- und Ausbauten

aber auch für touristische Zwecke genutzt. Rund 230.000 weitere Fahrzeuge waren auf Campingplätzen im Dauereinsatz. Das macht in Summe über 1,6 Millionen Fahrzeuge.

Übernachtungszahlen und Zahl der „Touristik-Camper“ steigen stetig

Touristische Camper tätigten 2019 51 Millionen Übernachtungen auf deutschen Campingplätzen. Das ist sind 2,6 Prozent mehr als 2016 (49,7 Millionen). Reisemobilstellplätze zählten im vergangenen Jahr 16,6 Millionen Übernachtung – ein Wachstum von statten 23,0 Prozent zu 2016. Reisemobilisten machten zudem 17,5 Millionen Tagesreisen – 20,7 Prozent mehr als vor drei Jahren (14,5 Millionen). Zudem wurden 52,9 Millionen Aufenthaltstage von Dauercampers in Deutschland gezählt. Das bedeuteten einen Rückgang von 11,5 Prozent vergleichen mit 2016 (59,8 Millionen). Insgesamt ergibt das 138 Millionen Übernachtungen bzw. Tagesreisen im Jahr 2019. „Haupttreiber der Entwicklung ist der Reisemobiltourismus. Betrachtet man die letzten drei Jahre, so gewinnen touristische Camper immer mehr an Bedeutung. Die Übernachtungszahlen von Dauer-Campers sind hingegen deutlich zurückgegangen“, erklärt Dr. Bernhard Harrer, Vorstand des dwif.

Generierte Umsätze durch Camper wachsen kontinuierlich

Die Untersuchung des dwif ergab, dass jeder Caravaner und Reisemobilist pro Urlaubstag rund 50 Euro ausgibt. Hinzu kommen Besucher wie Verwandte und Freunde. Die Ausgaben dieser Personen in den Zielgebieten zusammengenommen ergeben 5,4 Milliarden Euro. Ein Plus von 8,6 Prozent gegenüber 2016. Wesentlicher Treiber sind Reisemobilisten. Ihr Konsum im Zielgebiet außerhalb von Campingplätzen stieg um 27,1 Prozent auf 1,7 Mrd. Euro. Touristische Camper auf Campingplätzen sind für 2,6 Milliarden Euro verantwortlich (plus 6,8 Prozent), Dauer-Camper hingegen nur für 1,1 Milliarden Euro. Zudem sind ihre Umsätze deutlich rückläufig (minus 8,1 Prozent). Die Ausgaben verteilen sich neben den Übernachtungskosten vor allem auf den Einzelhandel, die Gastronomie und alle Formen von Freizeit- und Kulturangeboten. Einen wichtigen Faktor stellen auch die Investitionen der Caravaning-Touristen in Equipment in Höhe von 4,7 Milliarden Euro dar und die Fahrtkosten, die sich auf 4,6

Milliarden Euro summierten. Davon profitiert auch der deutsche Fiskus: der Steuereffekt stieg um 19,1 Prozent auf knapp 3 Milliarden Euro.

Viele Wirtschaftszweige und der ländliche Raum profitieren

Insgesamt ermittelte die Studie Umsätze von 14,8 Milliarden Euro. Geld, das im Wirtschaftskreislauf bleibt, wie Dr. Harrer ausführte: „Die Betreiber von Camping- und Reismobilstellplätzen bezahlen Warenlieferanten wie Energieversorger oder Bäckereien zudem Dienstleister wie Handwerksbetriebe, Werbeagenturen, Steuerberater, Versicherungen und die Kreditwirtschaft.“ „Caravaning-Tourismus ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor und Jobgarant vor allem für den ländlichen Raum und strukturschwache Regionen“, ergänzt Daniel Onggowinarso, Geschäftsführer des Caravaning Industrie Verbandes (CIVD). „Die Corona-Pandemie hat kaum eine Branche so hart getroffen wie den Tourismus. Es freut uns, zu sehen, dass der Bereich Camping und Caravaning derzeit trotzdem bzw. besonders gut läuft. Insbesondere der Reisemobiltourismus hat über die vergangenen Jahre enorm an Bedeutung für den Deutschlandtourismus gewonnen. Das wird sich nun noch einmal verstärken“, erklärt Norbert Kunz, Geschäftsführer des Deutschen Tourismusverbandes (DTV).

Rahmenbedingungen und Infrastruktur verbessern, um Potenziale voll auszuschöpfen

Um die großen Potenziale dieser Urlaubsform noch stärker auszuschöpfen, fordert der CIVD eine Verbesserung der Rahmenbedingungen wie eine Vereinfachung des Bundesmeldegesetzes und die stärkere Förderung des Neu- und Ausbaus von Reismobilstellplätzen. Das dwif hat im Rahmen der Studie eine quantitative Befragung der 4.200 Stellplätze in Deutschland durchgeführt. Insgesamt bieten diese Kapazitäten für 67.230 Reisemobile – 8,4 Prozent mehr als vor drei Jahren. Die Zahl der Übernachtungen ist im selben Zeitraum jedoch um 19,5 Prozent gewachsen, folgt steigt die Auslastung. „Setzen sich die beiden Entwicklungen in den kommenden Jahren fort – wovon auszugehen ist – laufen wir in ein Problem. Wir stehen daher im konstruktiven Dialog mit der Politik, um die identifizierten Hemmnisse, insbesondere zu lange

Genehmigungsverfahren, abzubauen. Die Studie zeigt, welche wirtschaftlichen Chancen die Schaffung von Stellplatzkapazitäten bietet“, sagt Onggowinarso.

Hoher Besuch auf dem Muster-Stellplatz auf dem Caravan Salon

Auf dem gestern zu Ende gegangenen Caravan Salon in Düsseldorf zeigte der CIVD zusammen mit starken Partnern wie dem ADAC und dem DTV auf einem Muster-Stellplatz, wie ein moderner und erfolgreicher Stellplatz aussehen kann. Zahlreiche Entscheider aus der Kommunalpolitik nutzten die Gelegenheit und ließen sich von den Experten individuell beraten. Am Eröffnungswochenende hatten sich dort bereits NRW-Wirtschaftsminister Andreas Pinkwart und der Tourismusbeauftragte der Bundesregierung Thomas Bareiß über den wachsenden Wirtschaftszweig informiert.

Weitere Informationen zum Thema Caravaning finden Sie unter:

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

Pressekontakt:

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

Pressekontakt:

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

Caravaning Industrie Verband e. V. (CIVD)

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