

INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH
Michael Sommer

Caravaning in Deutschland: eine Befragung von Besitzern und potentiellen Käufern

Jahrespressekonferenz des CIVD
Frankfurt/Main, 20. Januar 2022

Untersuchungsdesign

- **Sekundäranalyse der Daten der Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA) auf Basis von jährlich rund 23.000 Interviews**
- **Befragung von Besitzern von Wohnmobilen und Wohnwagen sowie am Thema Caravanning Interessierten (Potentialstudie)**

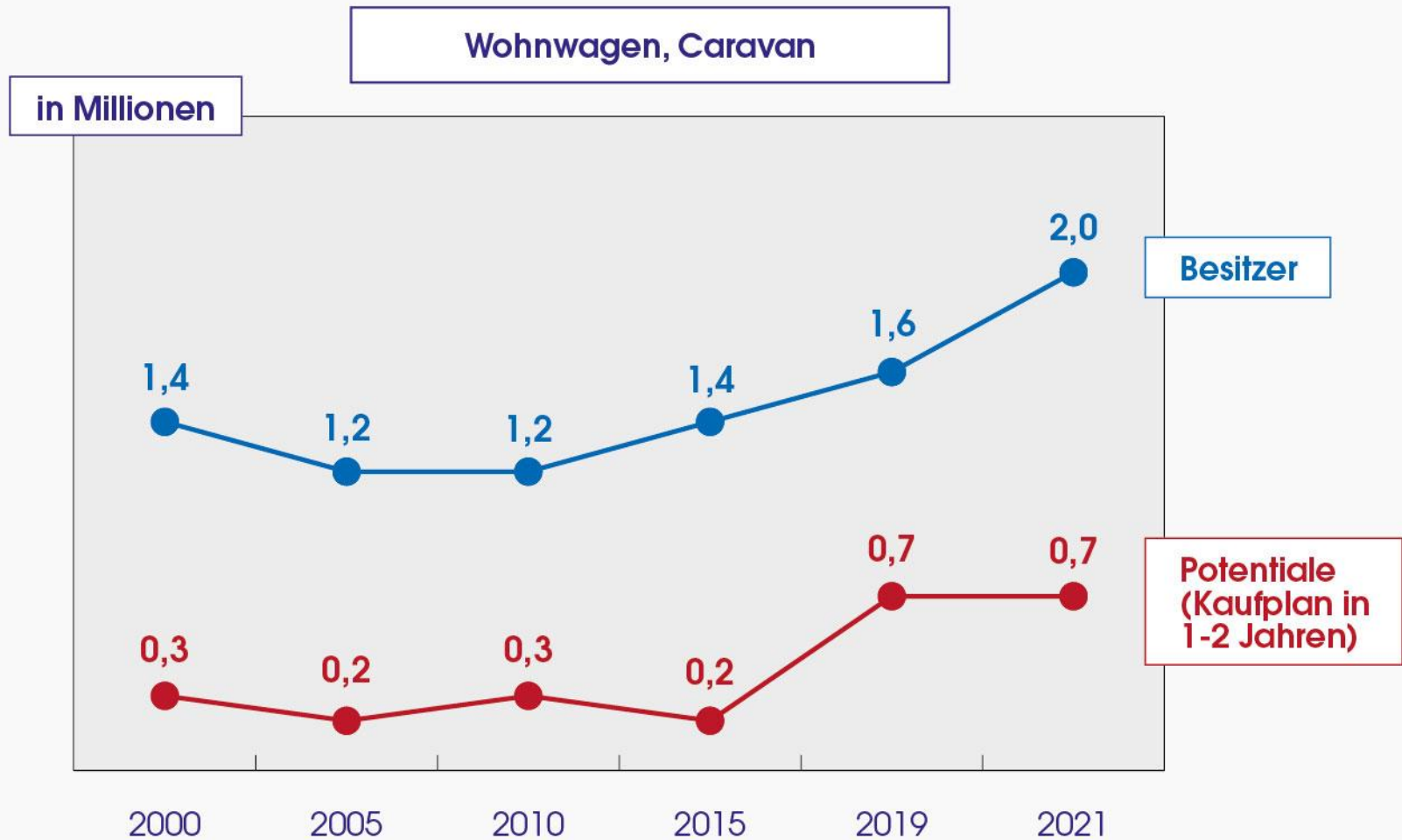
Stichprobengröße: **Insgesamt 638 Befragte, davon -**

- **414 Besitzer eines Wohnmobils oder Wohnwagens**
- **224 am Thema Caravanning Interessierte (Potential)**

Befragungsmethode: **Face-to-Face-Interviews**

Befragungszeitraum: **17. November bis 6. Dezember 2021**

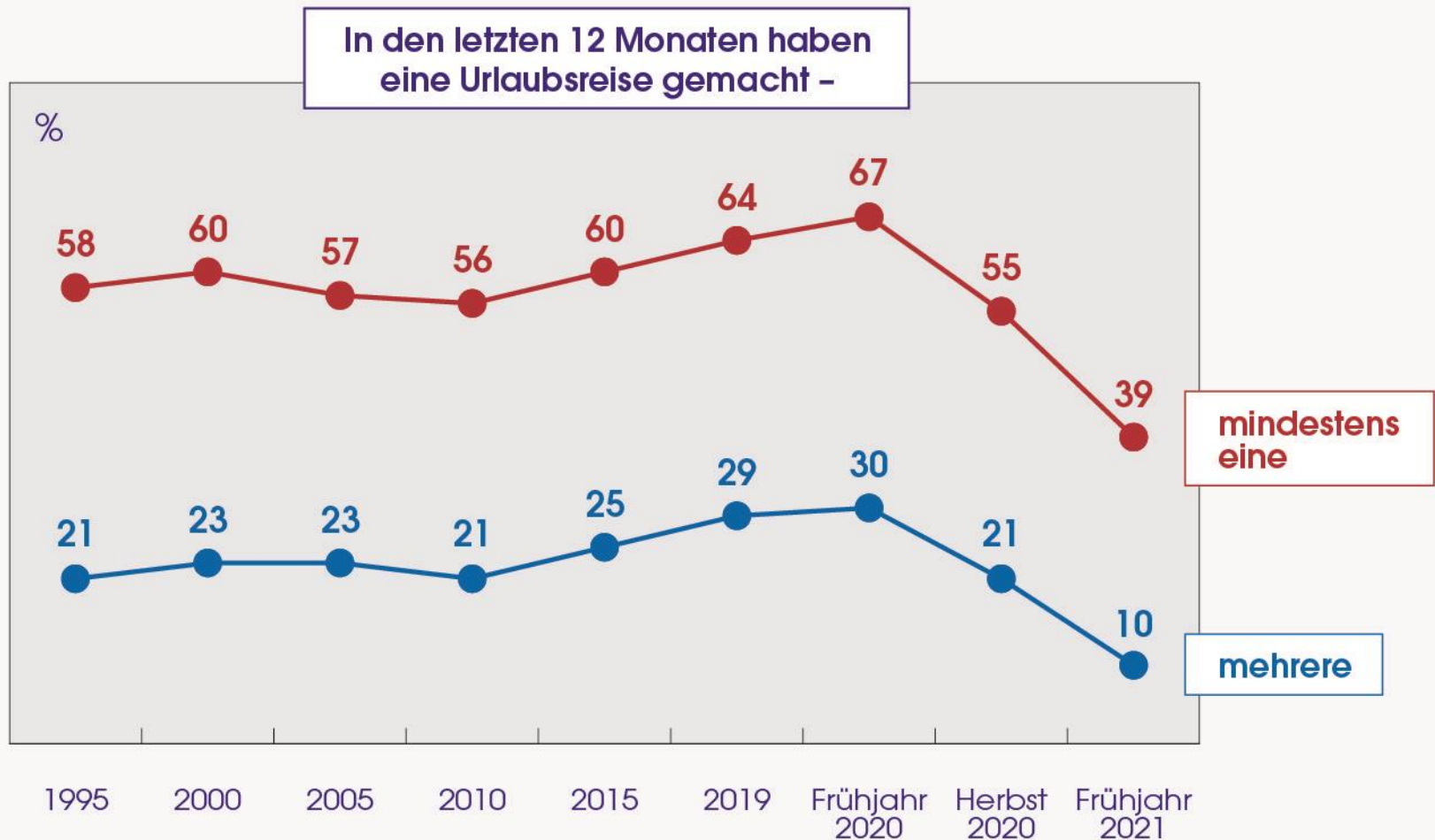
Wachstumsmarkt Caravanning: Besitzer und Potentiale von Wohnwagen



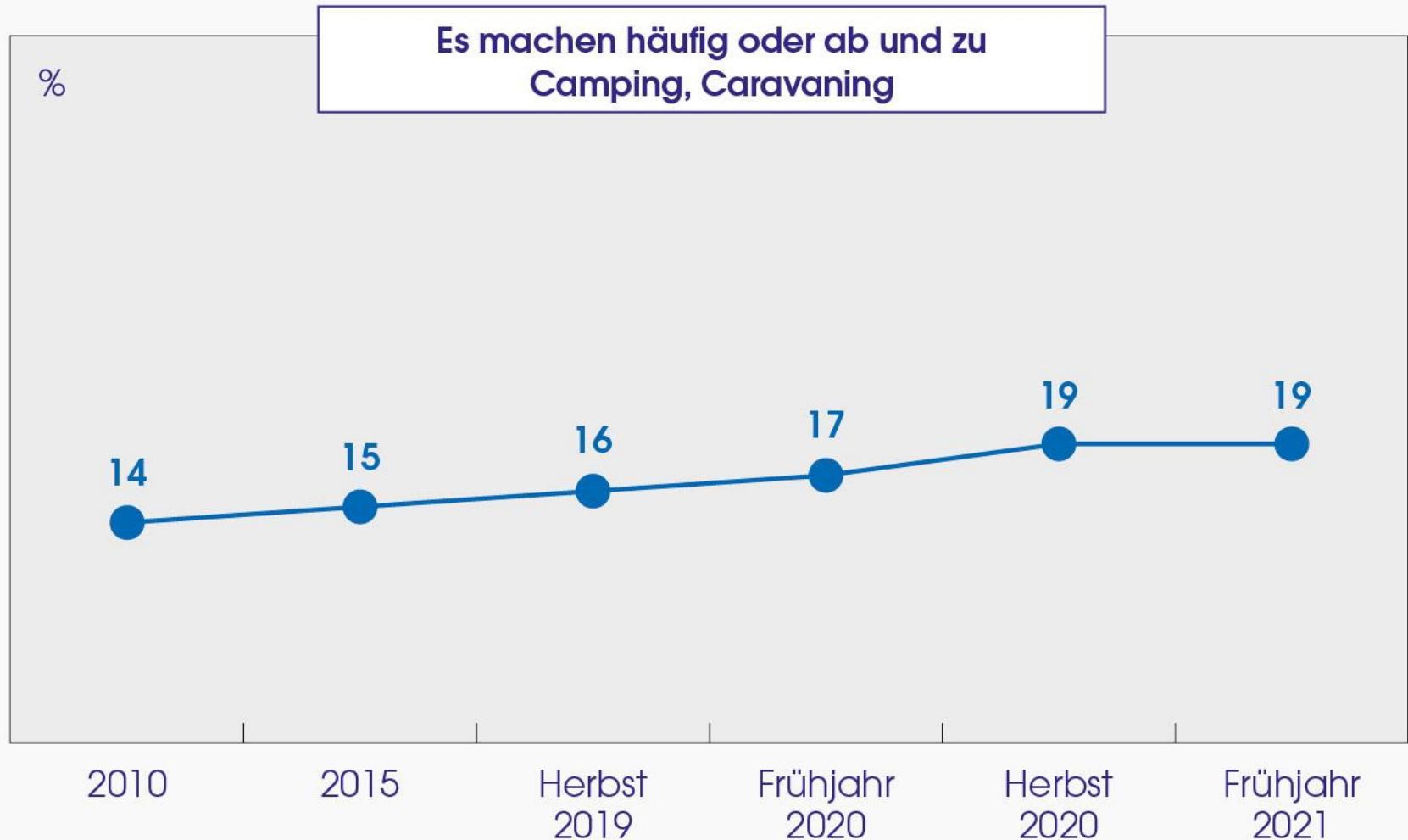
Wachstumsmarkt Caravanning: Besitzer und Potentiale von Wohnmobilen



Urlaubsreisende: deutlicher Rückgang während der Corona-Zeit

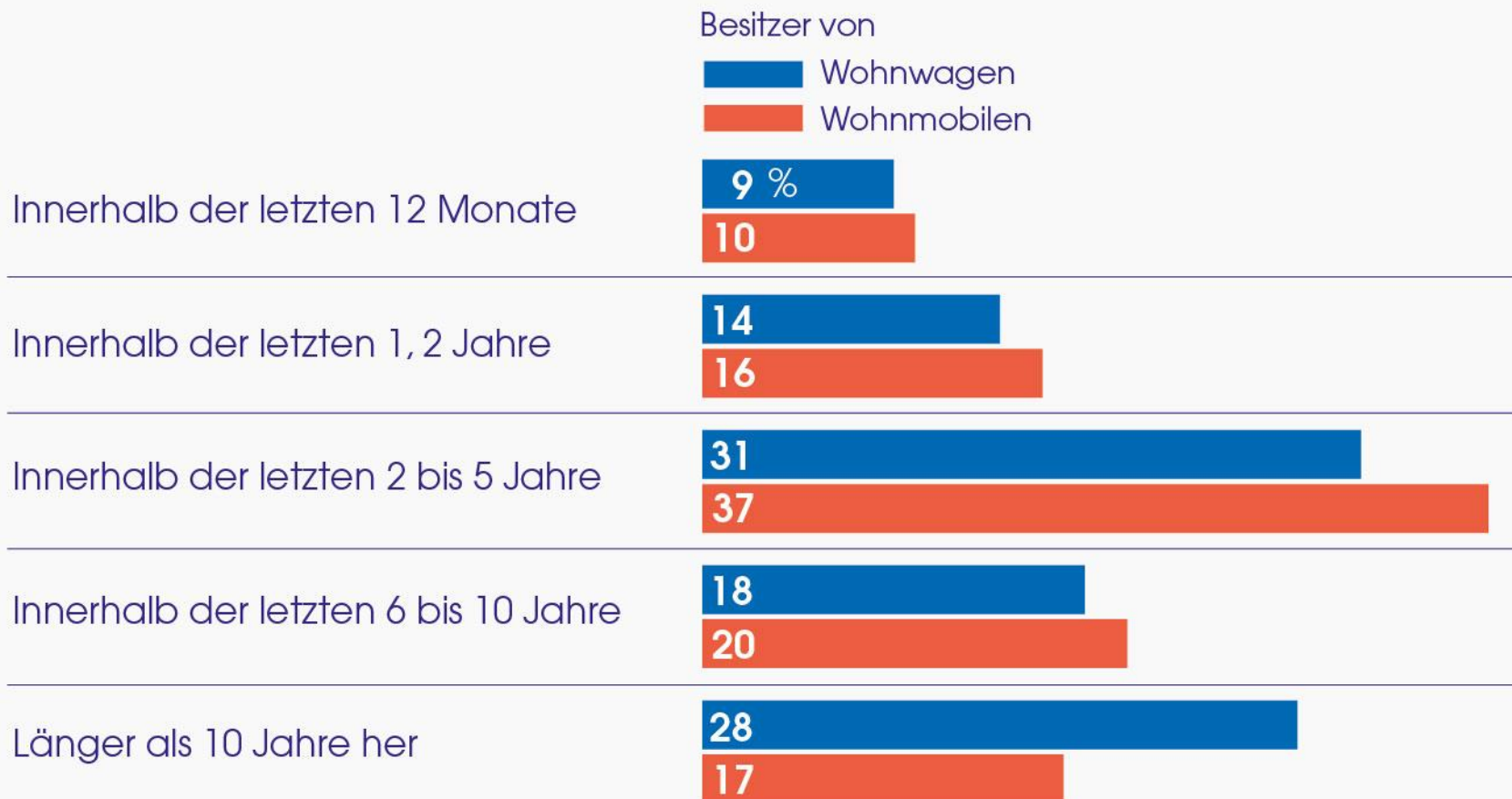


Caravaning und Camping gewinnen in Corona-Zeiten an Bedeutung



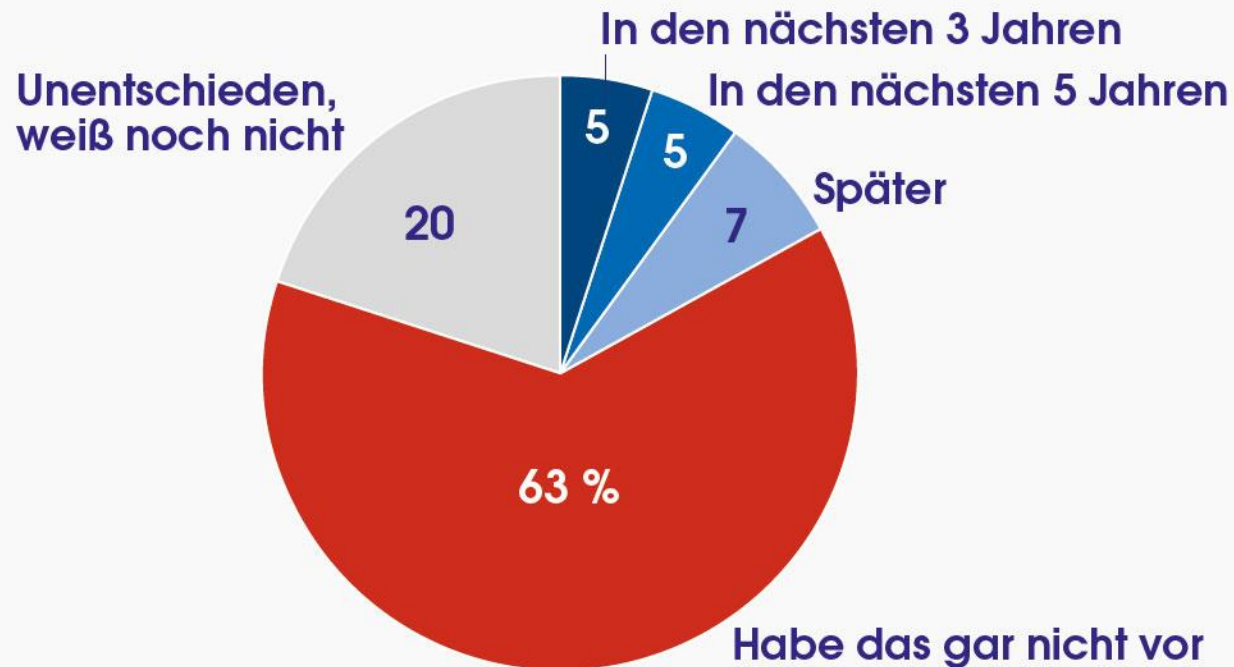
Viele Neuanschaffungen während der Corona-Zeit

Frage: "Wann haben Sie dieses Wohnmobil/diesen Wohnwagen gekauft?"



Anschaffungspläne

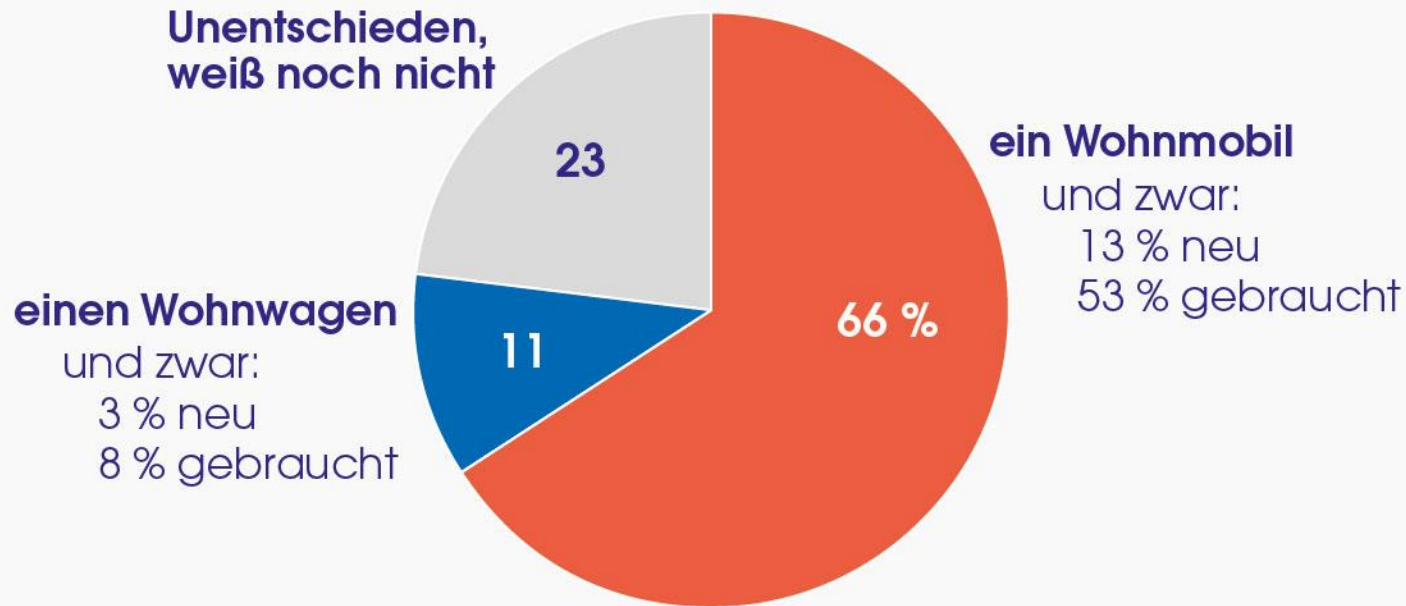
Frage: "Haben Sie vor, in den nächsten 3 Jahren oder in den nächsten 5 Jahren ein Wohnmobil bzw. einen Wohnwagen zu kaufen, egal ob neu oder gebraucht, oder haben Sie das eher später vor, oder haben Sie das gar nicht vor?"



Klare Tendenz zum Kauf eines Wohnmobils

Frage an Personen, die vorhaben, sich einen Wohnwagen bzw. ein Wohnmobil zu kaufen:
"Was werden Sie voraussichtlich kaufen: ein neues oder ein gebrauchtes Wohnmobil oder einen neuen oder gebrauchten Wohnwagen?"

Es würden voraussichtlich kaufen –



Zielgruppenanalyse

Die Entdecker	Die Sparsamen	Die Flexiblen	Die Preisbewussten
<ul style="list-style-type: none">• junge Paare und Familien• oft mit Kindern unterwegs• Wohnwagenbesitzer• meist kürzere Reisen• noch nicht sehr lange dabei• Kaufpläne für die kommenden Jahre	<ul style="list-style-type: none">• Familien mit Kindern• meist mit Kindern unterwegs• Wohnwagenbesitzer• viele gebrauchte, günstige Fahrzeuge• Sommerurlauber (Badeurlaub)• eher kurze Reisen (1 bis 2 Wochen)	<ul style="list-style-type: none">• mittelalte Paare ohne Kinder• Wohnmobil• bleiben selten lange an einem Platz• sind gerne dort, wo es nicht so voll ist• Kurzurlaube• oft mit Haustier	<ul style="list-style-type: none">• mittelalte Paare mit und ohne Kinder• Wohnmobil• viele Kurzreisen• Caravanning als günstige Urlaubsvariante• günstige Fahrzeuge• bleiben selten lange an einem Platz

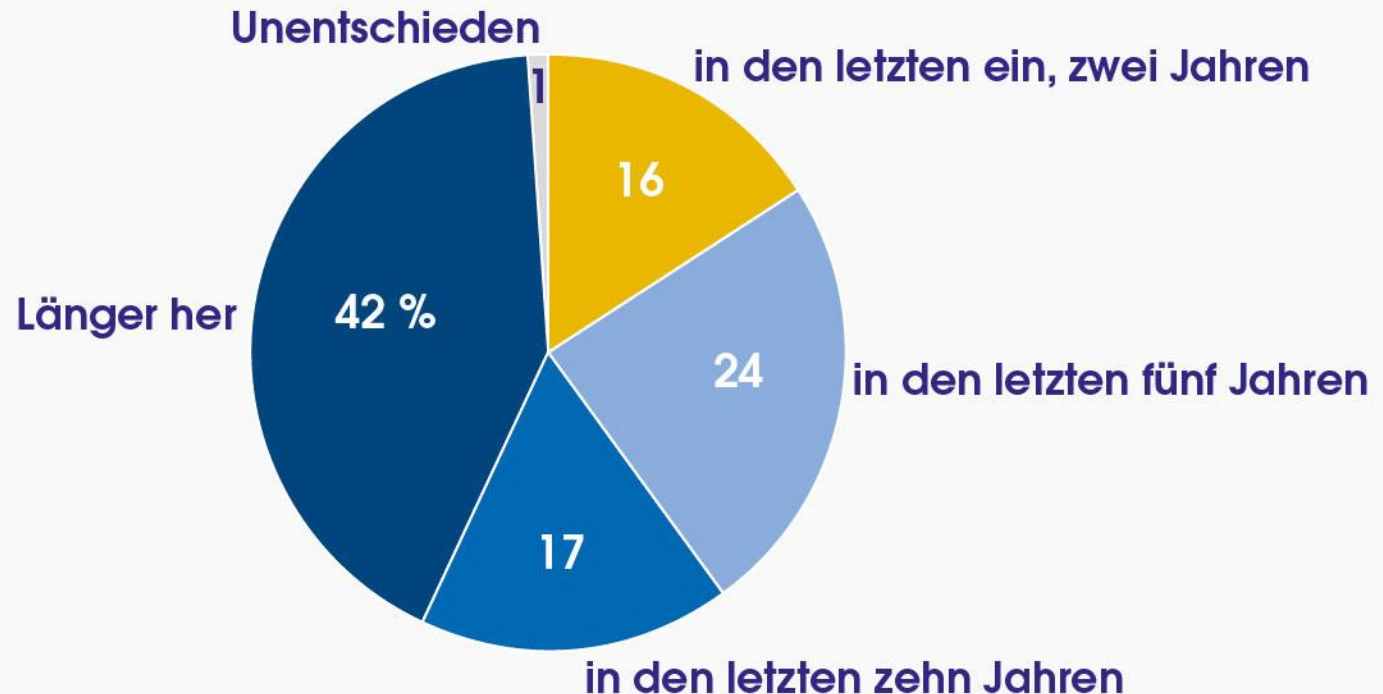
Zielgruppenanalyse

Die Passionierten	Die Beständigen	Die Vollzeitreisemobilisten
<ul style="list-style-type: none">• mittelalte Paare meist ohne Kinder• Wohnmobilbesitzer• sind soviel unterwegs wie möglich• kurze wie lange Reisen• Caravanning ist Leidenschaft• können sich ein Leben ohne Caravanning nicht vorstellen	<ul style="list-style-type: none">• Rentner• mittleres Budget• Wohnwagen- oder Wohnmobilbesitzer• oft günstige Fahrzeuge• eher kurze Reisen (1 bis 2 Wochen)• verbringen viel Zeit auf dem Platz	<ul style="list-style-type: none">• Rentner• hohes Budget• Wohnmobilbesitzer• hohe Ausgabebereitschaft• das ganze Jahr über unterwegs• besichtigen viele Städte

Wann hat man mit dem Caravaning angefangen?

Frage: "Seit wann machen Sie Urlaub mit dem Wohnmobil oder dem Wohnwagen, wann haben Sie damit angefangen? War das während der Corona-Zeit, also in den letzten ein, zwei Jahren, oder war das in den letzten fünf Jahren, in den letzten zehn Jahren oder ist das länger her?"


Es haben mit dem Caravaning angefangen -



Die beliebtesten Neueinsteiger-Modelle

Es besitzen –

Neueinsteiger

	29 %	Vollintegriertes Reisemobil
	24	Campervan, Kastenwagen
	21	Teilintegriertes Reisemobil
	14	Alkoven-Aufbau
	12	Campervan, Bus mit Aufstelldach

Im Durchschnitt haben Neueinsteiger 32.700 € ausgegeben.

37 % haben ein Neufahrzeug gekauft, 63 % ein gebrauchtes Fahrzeug.

Kaufbereitschaft im Potential sehr hoch

Frage: "Könnten Sie sich grundsätzlich vorstellen, ein Wohnmobil bzw. einen Wohnwagen zu kaufen, oder haben Sie sogar schon konkrete Pläne, oder käme das für Sie nicht in Frage?"

Potential

Könnte ich mir vorstellen

55 %

Habe konkrete Pläne

26

Käme nicht in Frage

15

Unentschieden, weiß nicht






4

Hinderungsgrund für einen Kauf sind vor allem die Kosten!

Teilintegrierte Reisemobile ganz oben auf der Wunschliste

Von Personen, die vorhaben, ein Wohnmobil zu kaufen, würden am ehesten kaufen –

Potential

	41 %	Teilintegriertes Reisemobil
	31	Vollintegriertes Reisemobil
	26	Alkoven-Aufbau
	25	Campervan, Kastenwagen
	24	Campervan, Bus mit Aufstelldach

Kaufkriterien

Es würden beim Kauf besonders achten auf –

Potential

Personen, die vorhaben, einen Wohnwagen/ein Wohnmobil zu kaufen –

	insgesamt	neues Fahrzeug %	gebrauchtes Fahrzeug %
Preis	80 %	64	84
Ausstattungsmerkmale	75	92	71
Größe	58	58	57
Anzahl Schlafplätze	43	39	47
Anderes	4	6	5

Was reizt am Caravaning-Urlaub?

Potential



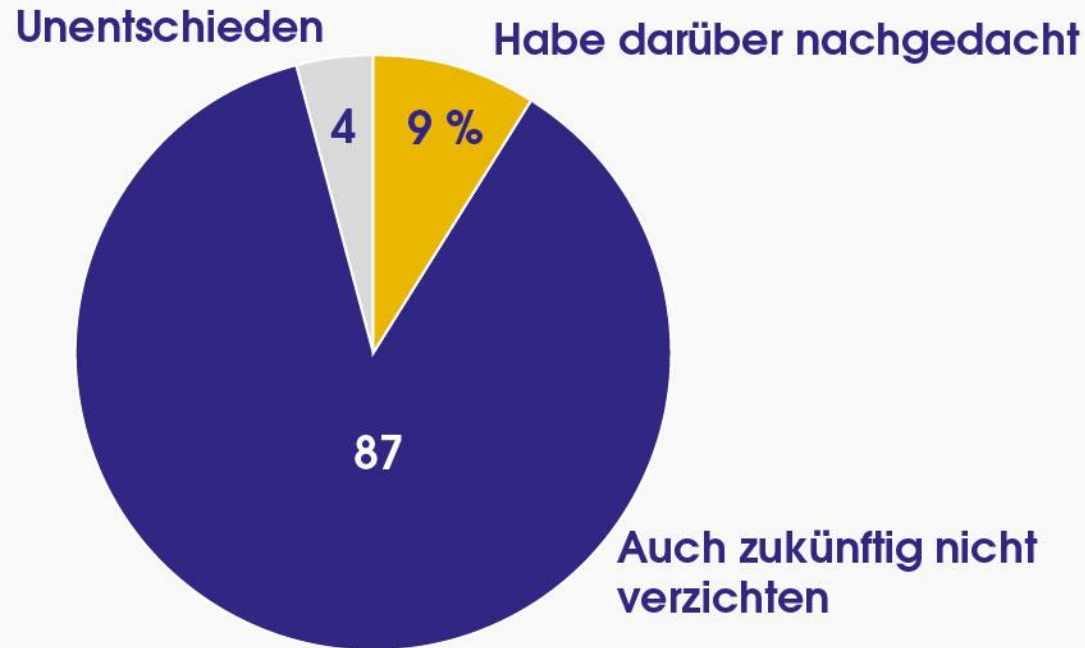
Basis: Bundesrepublik Deutschland, Wohnmobil-, Wohnwagenpotential

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 10650

© IfD-Allensbach

Die wenigsten denken darüber nach, mit dem Caravaning aufzuhören

Frage: "Haben Sie in letzter Zeit mal ernsthaft darüber nachgedacht, künftig keinen Urlaub mehr mit dem Wohnmobil oder Wohnwagen zu machen, oder möchten Sie auch zukünftig nicht auf Urlaub mit dem Wohnmobil bzw. Wohnwagen verzichten?"



INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH
Michael Sommer

Caravanning in Deutschland: eine Befragung von Besitzern und potentiellen Käufern

Jahrespressekonferenz des CIVD
Frankfurt/Main, 20. Januar 2022