

Jahresband  
Annual Report  
2022/2023

Inhalt
Contents

Einblicke und Informationen
Insights and information

Der CIVD | The CIVD

6 Vorwort
Foreword
8 Der CIVD-Vorstand
The CIVD Executive Board
9 Der CIVD – Kurzdarstellung
The CIVD – A short introduction
10 Mitgliederbefragung 2022
Member survey 2022
14 Führerschein
Driving licence
16 Straßenverkehrssicherheit
Road safety
18 EU-Typgenehmigung
EU type approval
19 Caravaning-Industrie-BUS
Caravanning Industry BUS
20 Ausbildungsberuf „Caravan- und Reisemobil-techniker/in“
“Caravan and motor caravan technology” vocational education
22 Workshops und Seminare
Workshops and seminars
23 CIVD-Reparaturhandbuch „Caravan und Motor-caravan“
“Caravans and Motor Caravans” repair manual
24 Tourismusmotor Caravaning
Caravanning as a tourism engine
28 Nachhaltigkeit
Sustainability
30 Das europäische Produkthaftungsrecht wird erneuert
The new European Product Liability Directive
31 Internationale Verbändepartnerschaften
International association partnerships
32 Caravaning ist wichtiger Tourismus- und Wirtschaftsfaktor
Caravanning is an important tourism and economic factor
34 Caravaning-Urlauber sind glücklicher und leben nachhaltiger
Caravanning tourists are happier and live more sustainable lives
36 Internationaler CARAVAN SALON
International CARAVAN SALON
38 Caravaning- und Touristikmessen in Deutschland
Caravanning and tourism trade fairs in Germany
39 Internationale Caravaning- und Touristikmessen
International caravanning and tourism trade fairs
40 Marketingkommunikation
Marketing communication
52 Pressearbeit und Fachpublikum
Public relations and trade audience
54 CIVD-Informationsmedien
CIVD information media

Zahlen und Fakten
Facts and figures

Deutschland | Germany

58 Freizeitfahrzeuge Deutschland
Leisure vehicles Germany
60 Umsatz der deutschen Freizeitfahrzeug-Industrie
Sales volume of the German leisure vehicle industry
61 Entwicklung der Neuzulassungen in Deutschland
Development of new registrations in Germany
62 Neuzulassungen, Besitzumschreibungen und Bestand
Newly registered and pre-owned vehicles and the number in use
63 Neuzulassungen nach Altersklassen
New registrations by age group
64 Caravans Deutschland
Caravans Germany
66 Caravan-Neuzulassungen in Deutschland
Newly registered caravans in Germany
67 – nach Hersteller/Marke
– by manufacturer/brand
68 – nach Gewichtsklassen
– by weight class
70 – in den Bundesländern
– by federal state
72 Caravan-Produktion
Caravan production
74 Caravan-Einfuhr
Caravan imports
75 Caravan-Ausfuhr
Caravan exports
76 Caravan-Bestand
Number of caravans in use
77 – nach Hersteller/Marke
– by manufacturer/brand
78 – in den Bundesländern
– by federal state
80 Caravan-Besitzumschreibungen in den Bundesländern
Registrations of pre-owned caravans by federal state
82 Reisemobile Deutschland
Motor caravans Germany
84 Reisemobil-Neuzulassungen in Deutschland
Newly registered motor caravans in Germany
86 – nach Hersteller/Marke
– by manufacturer/brand

Europa | Europe

88 – nach Basisfahrzeugherstellern
– by chassis manufacturer
89 – nach Gewichtsklassen
– by weight class
90 – in den Bundesländern
– by federal state
91 Reisemobil-Produktion
Motor caravan production
92 – nach Aufbauart
– by conversion type
94 Reisemobil-Einfuhr
Motor caravan imports
96 Reisemobil-Ausfuhr
Motor caravan exports
98 Reisemobil-Bestand
Number of motor caravans in use
99 – nach Basisfahrzeugherstellern
– by chassis manufacturer
100 – nach zulässigem Gesamtgewicht
– by permissible maximum weight
100 – nach Zulassungsjahrgängen
– by year of first registration
101 – in den Bundesländern
– by federal state
102 Reisemobil-Besitzumschreibungen in den Bundesländern
Registrations of pre-owned motor caravans by federal state
104 Freizeitfahrzeuge Europa
Leisure vehicles Europe
106 Freizeitfahrzeug-Neuzulassungen in Europa
Newly registered leisure vehicles in Europe
107 Freizeitfahrzeug-Bestand pro 10.000 Einwohner in Europa
Number of leisure vehicles in use per 10,000 inhabitants in Europe
108 Caravan-Neuzulassungen in Europa
Newly registered caravans in Europe
110 Caravan-Bestand in Europa
Number of caravans in use in Europe
112 Reisemobil-Neuzulassungen in Europa
Newly registered motor caravans in Europe
114 – nach Hersteller/Marke
– by manufacturer/brand
116 Reisemobil-Bestand in Europa
Number of motor caravans in use in Europe

Weltweit | Worldwide

118 Neuzulassungen in Belgien
New registrations in Belgium
120 Neuzulassungen in Dänemark
New registrations in Denmark
122 Neuzulassungen in Finnland
New registrations in Finland
124 Neuzulassungen in Frankreich
New registrations in France
126 Neuzulassungen in Italien
New registrations in Italy
128 Neuzulassungen in den Niederlanden
New registrations in the Netherlands
130 Neuzulassungen in Norwegen
New registrations in Norway
132 Neuzulassungen in Österreich
New registrations in Austria
134 Neuzulassungen in Schweden
New registrations in Sweden
136 Neuzulassungen in der Schweiz
New registrations in Switzerland
138 Neuzulassungen in Spanien
New registrations in Spain
140 Neuzulassungen in Osteuropa
New registrations in Eastern Europe
142 Freizeitfahrzeuge weltweit
Leisure vehicles worldwide
144 Freizeitfahrzeug-Neuzulassungen weltweit
Newly registered leisure vehicles worldwide
146 Caravanmarkt weltweit
Caravan market worldwide
148 Reisemobilmarkt weltweit
Motor caravan market worldwide

Ausschüsse und Mitglieder
Committees and members

Der CIVD | The CIVD

152 Ausschüsse
Committees
155 Mitglieder des CIVD
Members of the CIVD



# Einblicke und Informationen

## Insights and information

S. 4–55 | pp. 4–55 →





# Vorwort

## Foreword



  
**Präsident | President**  
Hermann Pfaff

Es liegt ein außergewöhnliches Caravaning-Jahr 2022 hinter uns, das selbst die erfahrensten Branchenkenner in dieser Form noch nie erlebt haben. Die europaweite Caravaning-Begeisterung ist ungebrochen. Das belegten die weiterhin gut gefüllten Auftragsbücher der Unternehmen und die erfreulichen Besucherzahlen der Caravaning-Messen. Die große Nachfrage traf allerdings auf ein geringeres Fahrzeugangebot, da sich Produktions- und Lieferschwierigkeiten weiter zugespitzt hatten. Der Krieg in der Ukraine, die steigende Inflation und die Folgen der Pandemie verschärften auch für unsere Branche die sowieso schon schwierigen Rahmenbedingungen. Hinzu kam die Verunsicherung bei den Kunden durch die ungewisse Wirtschaftslage. Insgesamt darf sich die Caravaningbranche aber weiterhin glücklich schätzen, denn die Menschen bleiben – trotz längerer Lieferzeiten und gestiegener Fahrzeugpreise – unserer Reiseform treu.

### Bemerkenswertes Jahresergebnis

2022 feierten viele Urlaubsformen wie Flugreisen oder Kreuzfahrten ihr Comeback. Dem Caravaning-Trend hat dies keinen Abbruch getan. In Deutschland wurden fast 91.000 Freizeitfahrzeuge neu zugelassen, das drittbeste Ergebnis der Branchengeschichte. Auch auf europäischer Ebene wurde mit insgesamt über 218.000 Freizeitfahrzeugen das dritthöchste Neuzulassungsergebnis aller Zeiten erzielt. Mit Blick darauf, dass stockende Lieferketten und der branchenweite Fachkräftemangel unserer Industrie sehr zugesetzt haben, ist dies ein bemerkenswertes Ergebnis.

### Caravaning bereichert Wirtschaft und Tourismus

Diese Entwicklung freut nicht nur unsere Branche, sondern auch die deutsche Wirtschaft: Laut einer dwif-Studie besuchten Caravaning-Urlauber der heimischen Wirtschaft 2021 über 15 Milliarden Euro Umsatz – ein neuer Rekordwert. Dabei generieren Urlauber mit Reisemobil oder Caravan nicht nur



  
**Geschäftsführer | Managing Director**  
Daniel Onggowinarso

We have an extraordinary caravanning year 2022 behind us, which even the most experienced industry experts have never experienced in this form before. Europe-wide caravanning enthusiasm is unbroken. This was evidenced by the still well-filled order books of the companies and the pleasing visitor numbers at the caravanning trade fairs. However, the high demand was met by a lower supply of vehicles, as production and delivery difficulties had worsened. The war in Ukraine, rising inflation and the consequences of the pandemic also exacerbated the already difficult conditions for our industry. Added to this was the uncertainty among customers due to the economic situation.

Overall, however, the caravanning industry can still consider itself lucky: people remain loyal to our form of travel despite longer delivery times and higher vehicle prices.

### Remarkable annual result

In 2022, many forms of holiday such as air travel or cruises celebrated their comeback. This did not dampen the caravanning trend. In Germany, almost 91,000 new leisure vehicles were registered, the third-best result in the history of the industry. On a European level, too, the third-highest new registration result of all time was achieved with a total of over 218,000 leisure vehicles. Considering that faltering supply chains and the industry-wide shortage of skilled workers have taken their toll on our industry, this is a remarkable result.

### Caravanning enriches economy and tourism

This development not only pleases our industry, but also the German economy: according to a dwif study, caravanning holidaymakers provided the domestic economy with over 15 billion euros in turnover in 2021 – a new record. Holidaymakers with motor caravans or caravans not only generate important income for the coffers of local authorities, but also attach

wichtige Einnahmen für die Kassen der Kommunen, sondern legen laut einer Erhebung der GfK auch großen Wert auf Nachhaltigkeit und Naturnähe. Caravaning ist also ein wichtiger Baustein für den nachhaltigen und naturnahen Qualitäts-tourismus. Umso wichtiger ist es, dass Angebote und Infrastruktur in den Regionen gefördert werden. Hierfür engagiert sich der CIVD bei Entscheidungen auf allen Ebenen.

### CARAVAN SALON setzt neue Maßstäbe

Unsere Interessenvertretung trägt dabei sichtbare Früchte. So konnten wir auf dem diesjährigen CARAVAN SALON Mitglieder des Tourismusausschusses des Bundestags begrüßen. Zudem legen Formate wie der Deutsche Stellplatztag und das Symposium Natur.Tourismus.Zukunft die Basis für eine noch engere Zusammenarbeit unserer Branche mit Partnern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik. Der CARAVAN SALON als Leitmesse der Caravaningbranche gewinnt also auch als interdisziplinäre Dialogplattform immer mehr an Bedeutung. Highlight und Publikumsmagnet der Messe bleiben aber natürlich die Produkte. Der CARAVAN SALON 2022 setzte dabei neue Maßstäbe: 736 Aussteller aus 34 Ländern nahmen teil. Mit insgesamt 16 Hallen war die 61. Ausgabe auch der größte CARAVAN SALON aller Zeiten und konnte über 235.000 Caravaning-Begeisterte begrüßen. Damit bestätigte der CARAVAN SALON den positiven Trend des

Messejahres, in dem auch weitere nationale und internationale Caravaning-Messen gute Ergebnisse erzielen konnten. Nach den ersten Erkenntnissen, beispielsweise von der CMT in Stuttgart, scheint sich dieser positive Trend auch 2023 fortzusetzen.

### Herausforderungen für 2023

Unsere Branche konnte sich also im vergangenen Jahr über viele Highlights freuen, doch die Herausforderungen der letzten Monate haben in Industrie und Handel natürlich ihre Spuren hinterlassen: Stockende Lieferketten, allen voran bei Fahrzeugchassis für Reisemobile, haben die Produktion und Auslieferung von Fahrzeugen erheblich beeinträchtigt. Hinzu kamen die hohen Energiepreise. Diese Probleme werden unsere Industrie auch 2023 noch begleiten. Allerdings teilen wir die vorsichtige Einschätzung, dass sich zumindest die Liefersituation im Jahresverlauf verbessern wird. Auch der branchenweite Fachkräftemangel ist und bleibt ein wichtiges Thema. 2023 wird die Caravaningbranche ein wichtiges Signal zu diesem Thema geben, denn ab August begrüßen wir die ersten Auszubildenden der neu geschaffenen Fachrichtung „Caravan- und Reisemobiltechniker/in“. Die erste eigene Ausbildungsform unserer Branche ist ein wichtiger Schritt dazu, Industrie und Handel zukunftssicher aufzustellen.

### Optimistischer Blick in die Zukunft

Die Dynamik der Pandemie und die volatilen Rahmenbedingungen machen konkrete Voraussagen auch dieses Jahr schwierig. Trotzdem gibt es Grund für Optimismus: Die Begeisterung für unsere Urlaubsform ist ungebrochen und immer mehr Menschen werden auf den individuellen, flexiblen und naturnahen Urlaub setzen. Wir blicken also mit Zuversicht in die Zukunft. ■

great importance to sustainability and closeness to nature, according to a survey by GfK. Caravanning is therefore an important building block for sustainable and nature-oriented quality tourism. It is therefore essential to promote offers and infrastructure in the regions. The CIVD is committed to this with decision-makers at all levels.

### CARAVAN SALON sets new standards

Our representation of interests is bearing visible fruit. For example, we were able to welcome members of the tourism committee of the Bundestag at this year's CARAVAN SALON. In addition, formats such as the German motor caravan pitch day and the symposium Nature.Tourism.Future lay the foundation for an even closer cooperation of our industry with partners from business, science and politics. As the leading trade fair for the caravanning industry, CARAVAN SALON is also gaining more and more importance as an interdisciplinary dialogue platform. However, the highlight and crowd puller of the trade fair will naturally remain the products. CARAVAN SALON 2022 set new standards in this respect: 736 exhibitors

from 34 countries took part. With a total of 16 halls, the 61st edition was also the largest CARAVAN SALON ever and welcomed more than 235,000 caravanning enthusiasts. Thus, the CARAVAN SALON confirmed the positive trend of the trade fair year, in which other na-

tional and international caravanning fairs also achieved good results. According to initial findings, for example from the CMT in Stuttgart, this positive trend seems set to continue in 2023.

### Challenges for 2023

Though our industry was able to enjoy many highlights last year, the challenges of the last few months have of course left their mark on the industry and dealerships: stagnant supply chains, especially for motor caravan chassis, have significantly impaired the production and delivery of vehicles. Added to this were the high energy prices. These problems will continue to accompany our industry in 2023. However, we share the cautious assessment that at least the delivery situation will improve in the course of the year. The industry-wide shortage of skilled workers is and will remain an important issue. In 2023, the caravanning industry will send an important signal on this topic, because from August we will welcome the first trainees in the newly created "caravan and motor caravan technology" specialisation. Our industry's first own form of apprenticeship is an important step towards making the industry and trade fit for the future.

### Optimistic view of the future

The dynamics of the pandemic and the volatile general conditions make concrete predictions difficult again this year. Nevertheless, there is reason for optimism: the enthusiasm for our form of holiday is unbroken and more and more people will opt for individual, flexible and nature-oriented holidays. So we look to the future with confidence. ■



# Der CIVD-Vorstand

## The CIVD Executive Board



**Präsident | President**  
**Hermann Pfaff**  
 Erwin Hymer Group International GmbH



**Öffentlichkeitsarbeit | Public Relations**  
**Dr. Holger W. Siebert**  
 Eura Mobil GmbH



**Technik & Umwelt | Technology & Environment**  
**Werner Vaterl**  
 Knaus Tabbert AG



**Finanzen | Finance**  
**Bernd Löher**  
 Hobby-Wohnwagenwerk Ing. Harald Striewski GmbH



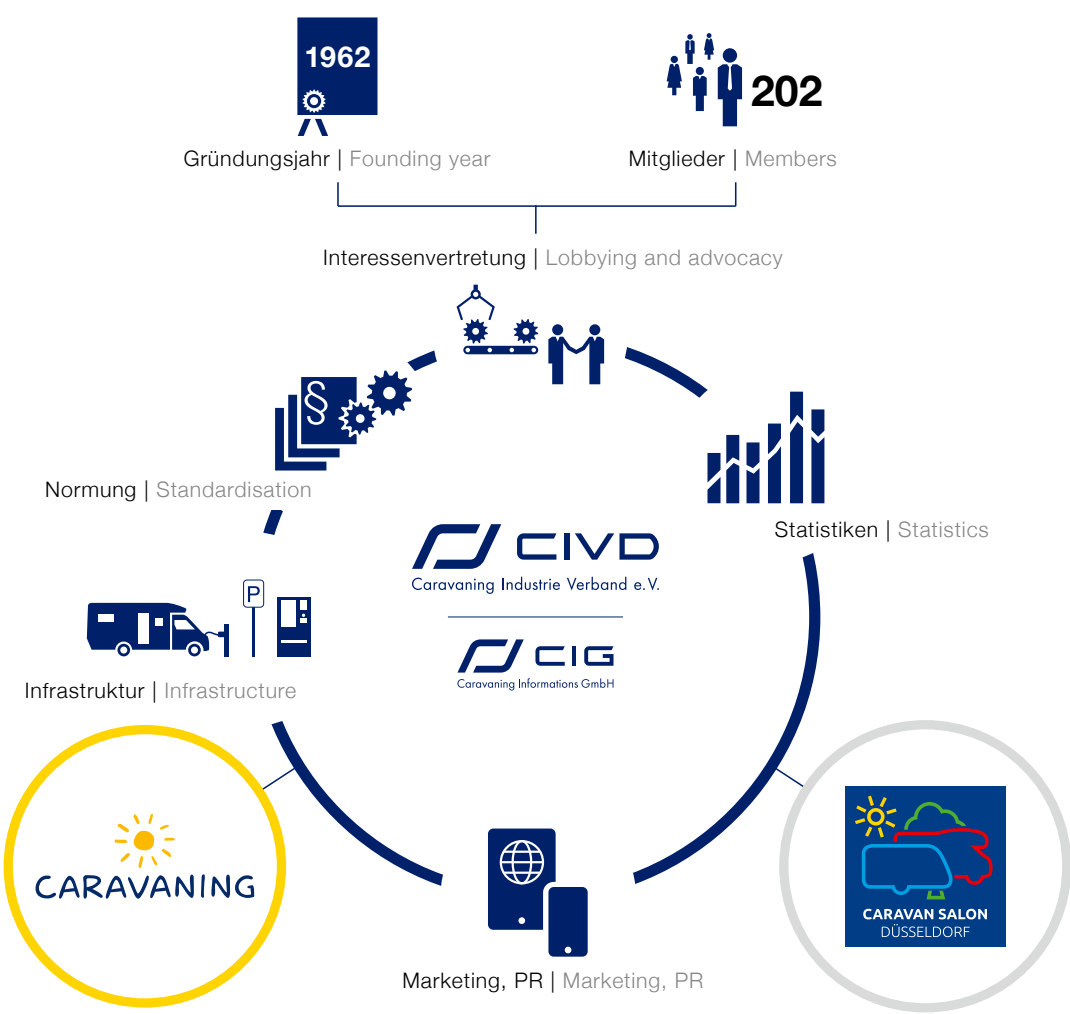
**Export | Export**  
**Martin Brandt**  
 Erwin Hymer Group SE



**Zuliefererindustrie | Supplier Industry**  
**Jürgen Vöhringer**  
 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 Entscheidern und Behörden auf deutscher und europäischer Ebene setzt der Verband wichtige Impulse unter anderem zu den Themen Technik und Normung im Fahrzeugbau, umweltpolitischen Sachverhalten, Verbrauchersicherheit und Infrastruktur.

Die statistischen Informationen und Auswertungen des CIVD haben sich als Standardwerk in der Caravanning-Industrie etabliert.

Die Tochtergesellschaft Caravanning Informations GmbH (CIG) verantwortet die preisgekrönte PR- und Marketingarbeit und fördert mit einer 360-Grad-Kampagne die positive Wahrnehmung von Caravanning als Freizeitform.

Als ideeller Träger für den CARAVAN SALON, der weltweit größten Messe für Freizeitfahrzeuge, wirkt der CIVD als Ideen- und Impulsgeber für die gesamte Caravanningbranche.

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

The CIVD consolidates and promotes the interests of the industrial branch of the caravanning industry. Its members include almost all European manufacturers of leisure vehicles as well as suppliers, service providers, institutions and affiliated industry associations.

The association provides important impulses to political decision-makers and authorities at the German and European level on topics such as technology and standardisation in vehicle construction, environmental policy issues, consumer safety and infrastructure. The statistical information and evaluations of the CIVD have established themselves as a reference work within the caravanning industry.

The subsidiary Caravanning Informations GmbH (CIG) is responsible for the award-winning PR and marketing work and promotes the positive perception of caravanning as a form of leisure with a 360-degree campaign.

As the conceptual sponsor of the CARAVAN SALON, the world's largest trade fair for leisure vehicles, the CIVD acts as a generator of new ideas and impulses for the entire caravanning industry.

The CIVD is certified according to DIN EN ISO 9001:2015. ■

# Mitgliederbefragung 2022

## Member survey 2022

Die Mitglieder sind das Herz unseres Verbandes. Daher hat der kontinuierliche, enge Austausch mit ihnen, allen voran in Ausschüssen und Arbeitskreisen, aber auch in den vielen Telefonaten, E-Mails und persönlichen Gesprächen eine enorme Bedeutung für die Verbandsarbeit und das Team der CIVD-Geschäftsstelle.

Der CIVD ist seit 1996 ISO 9001-zertifiziert und führt seitdem alle zwei Jahre eine eigene Mitgliederbefragung durch. Im Jahr 2022 fand erstmals eine große, extern vergebene Mitgliederbefragung statt, mit der Professor Peter Greischel von der Hochschule München beauftragt worden war.

Ziel der Befragung war es, die bisherige Zusammenarbeit zwischen Mitgliedern und Verband zu reflektieren, und damit eine Grundlage zu schaffen, die Verbandsarbeit noch effektiver zu gestalten und den Ansprüchen und Erwartungen der CIVD-Mitglieder gerecht zu werden.

In 72 persönlichen und 36 schriftlichen Befragungen wurden 108 von insgesamt 202 CIVD-Mitgliedsunternehmen befragt. Die Ergebnisse sind hierbei mehr als erfreulich:

The members are the heart of our association. That is why the continuous, close exchange with them, first and foremost in committees and working groups, but also in the many telephone calls, emails and personal conversations, is of enormous importance for the association's work and the team at the CIVD office.

The CIVD has been ISO 9001 certified since 1996 and has conducted its own member survey every two years since then. In 2022, for the first time, a large and externally commissioned member survey was awarded to Professor Peter Greischel from the University of Applied Sciences in Munich.

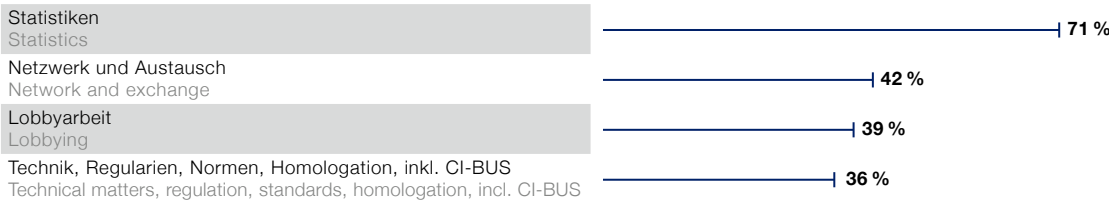
The aim of the survey was to reflect on the previous cooperation between members and the association, and thus to create a basis for making the association's work even more effective, and to meet the demands and expectations of CIVD members.

In 72 personal and 36 written surveys, 108 of a total of 202 CIVD member companies were questioned. The results are more than pleasing:



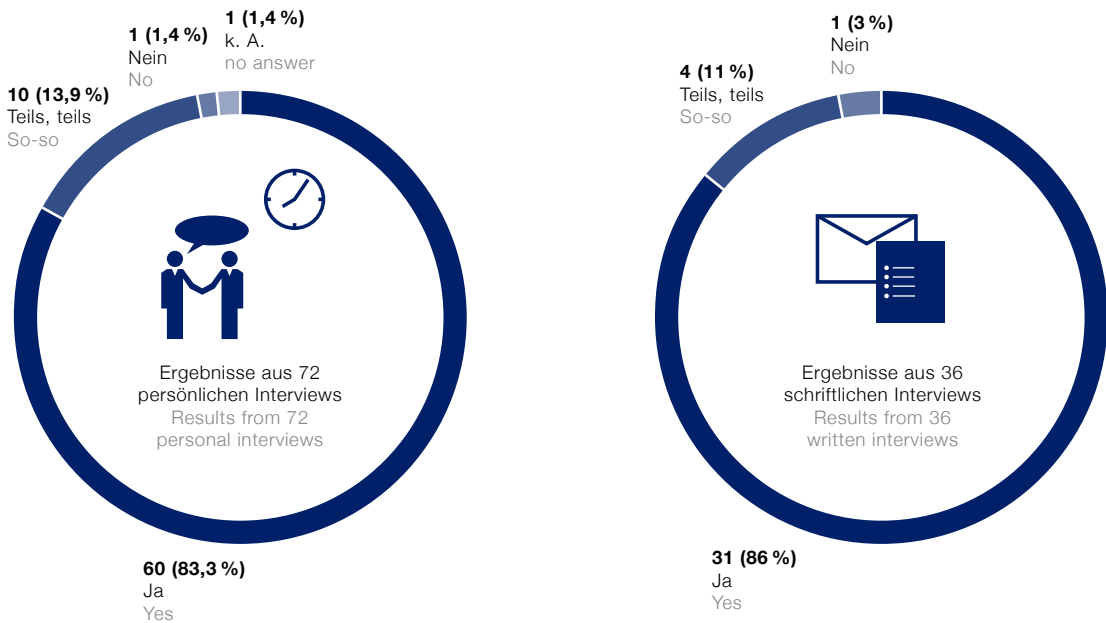
- 85 Prozent aller befragten CIVD-Mitglieder fühlen sich gut betreut und aufgehoben
  - Zu den Hauptgründen für die Verbandsmitgliedschaft zählen die vom CIVD erstellten Branchenstatistiken, Netzwerke und Austausch, Lobbyarbeit sowie die Informationen zu branchenspezifischen technischen Regeln und Normen
  - Die größte Stärke des CIVD wird in der Vernetzung, im gemeinsamen Austausch und im Zusammenbringen der Mitglieder gesehen
  - Die vielfach prämierten Marketingaktivitäten des CIVD werden nahezu ausnahmslos als gut bis sehr gut bewertet
  - Der CARAVAN SALON wird von 93 Prozent der CIVD-Mitglieder als sinnvoll bewertet und unangefochten als die internationale Top-Messe der Branche gesehen
  - Die drei wichtigsten Zukunftsthemen sind die Umstellung auf E-Mobilität, der Ausbau der reisemobilen Infrastruktur sowie das Thema Nachhaltigkeit
- 85 per cent of all interviewed CIVD members feel well looked after and in good hands
  - The main reasons for association membership include the industry statistics compiled by the CIVD, networks and exchange, lobbying as well as the information on industry-specific technical rules and standards
  - The greatest strength of the CIVD from the point of view of its members is seen in the networking, the exchange of the members
  - The CIVD's marketing activities, which have received many awards, are almost without exception rated as good to very good
  - The CARAVAN SALON is rated as beneficial by 93 per cent of the CIVD members and is undisputedly seen as the top international trade fair for the industry
  - The three most important topics for the future are the conversion to e-mobility, the expansion of the motor caravan infrastructure and sustainability

Nennen Sie uns bitte drei Gründe, warum Sie Mitglied im CIVD sind.  
Please tell us three reasons why you are a member of the CIVD.

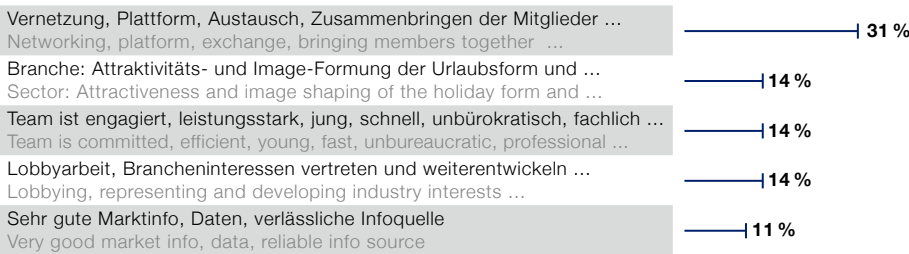


Ergebnisse aus 72 persönlichen Interviews | Results from 72 personal interviews

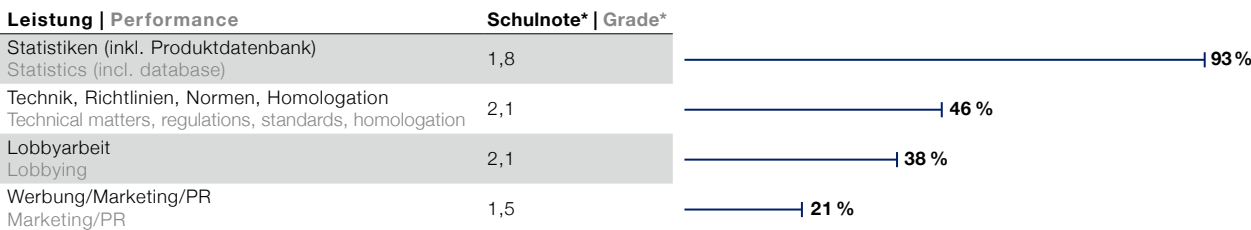
Fühlen Sie sich gut betreut und aufgehoben von Seiten des CIVD?  
Do you feel well looked after and taken care of by the CIVD?



Wo sehen Sie die größte Stärke des CIVD?  
Where do you see the greatest strength of the CIVD?

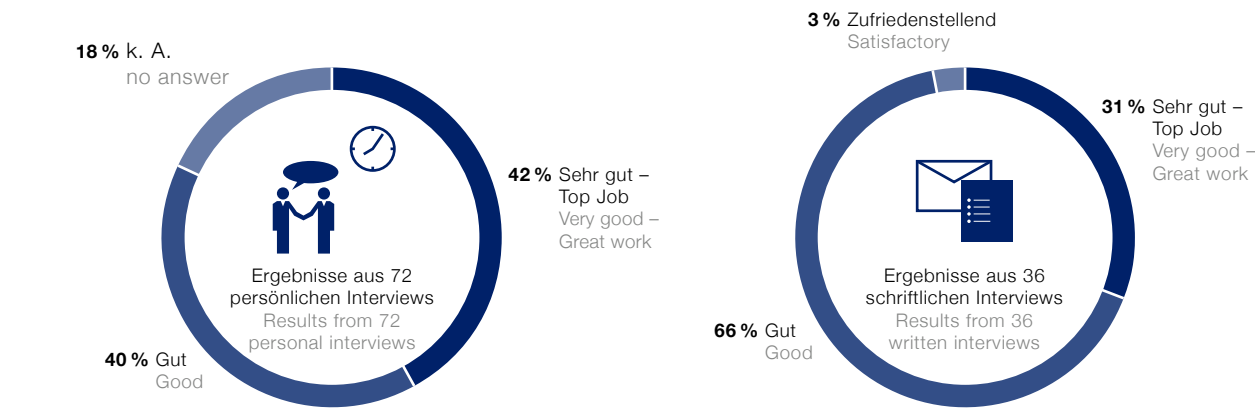


Welche Leistungen des Verbands nutzen Sie bzw. nutzt Ihr Unternehmen? Und wie bewerten Sie diese?  
Which services of the CIVD do you or does your company use? And how do you rate them?





Wie bewerten Sie die umfassenden Marketingaktivitäten zur Steigerung der positiven Wahrnehmung, der Attraktivität und des Image des Caravanings?  
How do you rate the comprehensive marketing activities designed to increase the positive perception, the attractiveness and the image of caravanning?



Top-Leistung des CIVD-Teams als Treiber, Think Tank und Moderator der Branche  
Top performance of the CIVD team as driver, think tank and moderator of the industry

Genutzte Kommunikationskanäle, allen voran E-Mail und Website inkl. Portal, werden gut bewertet und nahezu durchweg als angemessen und zeitgemäß erachtet  
The communication channels used, above all email and website incl. member area, are rated well and almost all are considered appropriate and up-to-date

85 %

der Mitglieder fühlen sich gut betreut und aufgehoben  
of members feel well looked after and in good hands

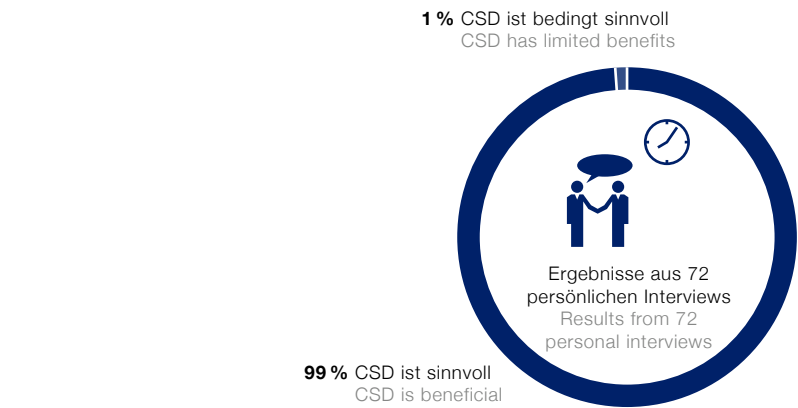
Statistiken bilden die von fast allen genutzte Leistung, dann folgen Technik und Lobbyarbeit  
Statistics are the service used by almost everyone, then technology and lobbying follow

Der „Familiencharakter“ der Branche spiegelt sich im CIVD wider. Dem Zusammenbringen der Mitglieder, der Plattform, dem Austausch und der Vernetzung  
The “family character” of the industry is reflected in the CIVD. The bringing together of members, the platform, the exchange and networking

Zusammenfassung: **Top-Leistung des CIVD-Teams**  
Summary: **Top performance of the CIVD team**

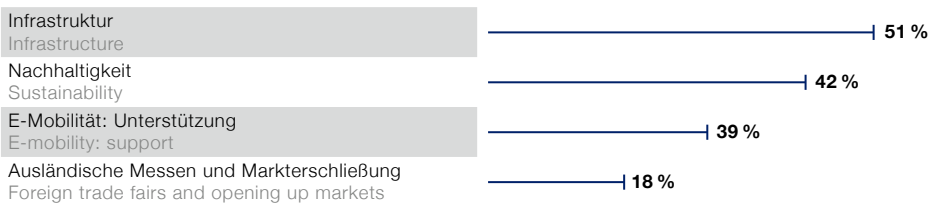
Der internationale CARAVAN SALON wird von **93 % der befragten Mitglieder** als sinnvoll bewertet und unangefochten als **internationale Top-Messe der Branche** gesehen.  
The international CARAVAN SALON is rated as beneficial by **93 % of the interviewed members**, and is undisputedly seen as the **top international trade fair for the industry**.

Bewerten Sie den internationalen CARAVAN SALON (CSD) als sinnvoll?  
Do you rate the international CARAVAN SALON (CSD) as beneficial?



<p><b>Der internationale CARAVAN SALON wird unangefochten als internationale Top-Messe der Branche gesehen</b></p> <p>Führende B2C- und B2B-Branchenmesse, große Auswahl, „Familien-treffen“</p>	<p><b>Regionalmessen werden klar als Händlermessen eingestuft</b></p> <p>Lokaler/regionaler Bezug und Schwerpunkte</p>	<p><b>Die CMT wird eindeutig als zweitwichtigste Messe in Deutschland erachtet</b></p> <p>Starker Tourismusbezug, bei Camping sehr wichtig, wächst</p>
<p><b>The international CARAVAN SALON is undisputedly seen as the top international trade fair for the industry</b></p> <p>Leading B2C and B2B industry fair, large selection, “family reunion”</p>	<p><b>Regional fairs are clearly classified as dealer fairs</b></p> <p>Local/regional reference and focus</p>	<p><b>CMT is clearly considered to be the second-most important trade fair in Germany</b></p> <p>Strong connection to tourism, very important for camping, growing</p>

Welche Leistungen würden Sie sich gerne darüber hinaus noch wünschen und nutzen wollen?  
What other services would you like to see and use?



Vor allem Unterstützung bei Infrastruktur, bei Nachhaltigkeit und bei E-Mobilität wird gewünscht  
Above all, support for infrastructure, sustainability and e-mobility is desired

Die Schwerpunkte der Empfehlungen liegen in der gezielten Unterstützung der Bereiche E-Mobilität, Infrastruktur, Nachhaltigkeit und weitere Lobbyarbeit. Verstärkte Kommunikation bei Arbeitskreisen, Überlegungen zur Messekonzeption und zu den Marketinginhalten in Bezug auf Nachhaltigkeit sowie eine zeitgemäße weitere Digitalisierung der Kommunikation bilden weitere Ansatzpunkte.

The focus of the recommendations is on targeted support in the areas of e-mobility, infrastructure, sustainability and further lobbying. Increased communication in working groups, consideration of the trade fair concept and marketing content in relation to sustainability, as well as further modern digitalisation of communication are further starting points.

# Führerschein

## Driving licence

Obwohl der Caravaning-Tourismus im Vergleich mit anderen Urlaubsformen gute Nachhaltigkeitswerte erzielt, betrifft die Debatte um die Antriebswende auch die Caravaning-Industrie. Es wird deshalb eine der entscheidenden Aufgaben der kommenden Jahre sein, die Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass auch Reisemobile im Antrieb elektrifiziert werden können. Dafür bedarf es Anpassungen, wobei die Hersteller sich in großer Abhängigkeit von den Basisfahrzeugherstellern befinden. Die bisher präsentierten Konzepte berücksichtigen die erhöhten Fahrzeugmassen, die Zuladung sowie die benötigte Reichweite nicht. Selbst wenn die Reichweiten steigen und die Gewichte der Batteriepacks sinken, werden fast alle Reisemobile über die 3,5-t-Grenze, in vielen Fällen auch über 4 t kommen. Ein neuer Führerschein für elektrifizierte Reisemobile wird notwendig.

**Über 3,5 t fehlt der richtige Führerschein für Reisemobile**  
Mit der Einführung des B-Führerscheins im Jahr 1999 teilte sich in Deutschland die stetig wachsende Zahl der Reisemobilisten immer mehr in eine Zweiklassengesellschaft. Die, die mit dem alten Führerschein der Klasse 3 noch die Berechtigung für Reisemobile bis zu 7,5 t haben, während die Besitzer des B-Führerscheins nur noch Reisemobile bis zu 3,5 t lenken dürfen. Der B-Führerschein ist der einzige Kfz-Führerschein, der zur privaten Nutzung gedacht ist. Die Lkw-Führerscheine C1 und C sind vollständig auf die berufliche Nutzung ausgelegt und für den privaten Bereich überdimensioniert. Somit fehlt ein geeigneter Führerschein für privat genutzte Fahrzeuge über 3,5 t.

**Reisemobile und Caravans werden schwerer**  
Die 3,5 t werden aus vielen Gründen schnell erreicht. Einmal, weil die Basisfahrzeuge technisch bedingt immer schwerer geworden sind, durch aufwendigere Abgasreinigungen samt AdBlue-Tanks, Batterien, neue Assistenzsysteme oder Zubehör wie z. B. Luftfedern, die das Gewicht von Reisemobilen in die Höhe treiben. So wird die kommende Emissionsstufe Euro 7 weitere 100 kg bei Verwendung von Hybrid-Batterien verschlingen. Ebenso wirken sich die sich ständig erhöhenden Komfortansprüche der Kunden aus: De Luxe von heute ist bereits morgen Standard. Seit der Einführung des B-Führerscheins betragen die Gewichtszuwächse in Reisemobilen aufgrund von Sicherheits- und Umwelttechnik, aber auch durch erhöhte Kundenwünsche insgesamt gut 300 kg. Die Freizeitfahrzeughersteller haben diesem Trend durch massive Forschung und millionenschwere Investitionen in innovative und weltweit führende Leichtbaulösungen entgegengesteuert. Hierdurch könnte der Trend zu schwereren Reisemobilen und Caravans zwar abgeschwächt, aber nicht aufgehalten werden. Im Jahr 2021 waren in Deutschland 14,9 Prozent der neu zugelassenen Reisemobile schwerer als 3,5 t. Bei der Einführung des B-Führerscheins im Jahr 1999 betrug der Anteil noch 26 Prozent. Dies ist bemerkenswert, da Reisemobile damals insgesamt noch wesentlich leichter waren. Auch bei den Pkw-Caravan-Kombinationen wirken sich die steigenden Gesamtmassen von Pkw und Caravans direkt auf

Although caravanning tourism achieves good sustainability values compared to other forms of holidaying, the debate about the turnaround in propulsion systems also affects the caravanning industry. It will therefore be one of the crucial tasks of the coming years to create the conditions for motor caravans to be electrified in their drive systems as well. This requires adaptations, whereby the manufacturers are highly dependent on the base vehicle manufacturers. The concepts presented so far do not consider the increased vehicle masses, the payload and the required range. Even if the ranges increase and the weights of the battery packs decrease, almost all motor caravans will exceed the 3.5 tonnes limit, and in many cases over 4 tonnes as well. A new driving licence for electrified motor caravans will be necessary.

**A suitable driving licence for vehicles over 3.5 tonnes is not offered**  
With the introduction of the class B driving licence in 1999, Germany split the constantly increasing number of motor caravan drivers even further into a two-tier society. Those who have the old class 3 driving licence are still allowed to drive motor caravans up to 7.5 tonnes, while holders of the class B licence are only allowed behind the wheel of motor caravans up to 3.5 tonnes. The class B driving licence is the only motor vehicle driving licence for private use. The C1 and C truck driving licences are designed for professional use only and are over-dimensioned for the private sphere. This means there is no suitable driving licence available for privately used vehicles above 3.5 tonnes.

**Motor caravans and caravans are becoming heavier**  
For many reasons, the 3.5-tonne limit is soon reached. For one thing, chassis are becoming heavier all the time due to technical reasons because of more complex exhaust gas cleaning with AdBlue tanks, new assistance systems and accessories such as air suspension, all of which push up the weight of motor caravans. For example, the upcoming Euro 7 emission level will swallow up another 100 kg when hybrid batteries are used. The customers' continually growing comfort requirements also have an impact: today's luxury is tomorrow's standard. Since the introduction of the class B driving licence, the total weight increase in motor caravans due to safety and environment equipment and additional customer requirements amounts to about 300 kg. Leisure vehicle manufacturers have counteracted this trend with a tremendous amount of research and millions in investment in innovative and world-leading lightweight construction solutions. This has slowed down the trend towards heavier caravans and motor caravans but has not stopped it. In 2022, 14.9 per cent of newly registered motor caravans in Germany weighed more than 3.5 tonnes. When the class B driving licence was introduced in 1999, the proportion was 26 per cent. This is worth noting, since motor caravans were generally much lighter at the time. The increasing total weight of cars and caravans also directly affects the driving licence when it comes to car-caravan com-

den Führerschein aus. 30 Prozent können mit einem B-Führerschein geführt werden, für weitere 45 Prozent wird B96 benötigt. Mit B96, der praxisorientierten Fahrschulung für Kombinationen bis zu 4,25 t, wurde auf Betreiben des CIVD und seines europäischen Dachverbands European Caravan Federation ECF durch die 3. Führerscheinrichtlinie im Jahr 2013 ein caravanfreundlicher Anhänger-Führerschein eingeführt. Eine eintägige Fahrschulung bei einer Fahrschule ermöglicht ohne weitere Prüfung das Upgrade von 3,5 t auf 4,25 t Kombinationsgesamtmasse. In Deutschland wurden seit 2013 knapp 81.000 B96-Fahrerlaubnisse ausgestellt. Mit steigender Dynamik: Seit 2019 haben sich die B96-Fahrerlaubnisse verdoppelt.

**Die Position der Caravaningbranche**  
Für Reisemobile wird eine Erweiterung des B-Führerscheins auf 4,25 t angestrebt. Bei Pkw-Anhänger-Kombinationen sollte B96 in den B-Führerschein integriert werden. Dies wäre gleichbedeutend mit einer Anhebung der Massengrenze von 3,5 t auf 4,25 t. Die Straßenverkehrssicherheit von Reisemobilen und Pkw-Caravan-Kombinationen ist exzellent. Die Abmessungen von Reisemobilen mit 3,5 t oder 4,25 t sind in der Regel identisch. Reisemobile von 3,5 t bis 4,25 t verfügen in der Regel nur über ein leistungsfähigeres Chassis mit modifiziertem Fahrwerk. Der äußerliche Gesamteindruck von 4,25-t-Reisemobilen ist identisch mit 3,5-t-Reisemobilen. Auch das Fahrverhalten von Reisemobilisten hat einen direkten Einfluss auf die Straßenverkehrssicherheit. Reisemobile werden in der Regel am Tag, zu privaten Zwecken und mit „Feriengeschwindigkeit“ bewegt. Last but not least sind Camping und Caravaning ein bedeutender Wirtschaftsfaktor in Deutschland und der EU, da der Urlaub mit Caravan und Reisemobil ausschließlich in Europa verbracht wird. Verschiedene Studien belegen, wie sehr Camping und Caravaning zum Tourismus in Europa beitragen.

**Neuer Führerscheinvorschlag der Kommission**  
Am 1. März 2023 hat die EU-Kommission ihren Entwurf für die 4. Führerscheinrichtlinie veröffentlicht. Der Entwurf beinhaltet unter anderem grundlegende Änderungen für den B-Führerschein und die geltenden Gewichtsgrenzen. So schlägt die Kommission vor, dass der auf 4,25 t erweiterte B-Führerschein nur für emissionsfreie und -arme Fahrzeuge gelten soll. Die seit vielen Jahren von der ECF geforderte Erweiterung des B-Führerscheins auf 4,25 t ist zu begrüßen. Aus Sicht der Caravaning-Industrie muss die Begrenzung auf Fahrzeuge mit alternativen Antrieben dringend überarbeitet werden. Nun werden das Europäische Parlament und der Rat ihre Stellungnahmen erarbeiten. Die Kommission strebt das Inkrafttreten der Führerscheinnovelle im Jahr 2025 an. ■

binations. Now only 30 per cent can be driven with a class B driving licence, and a B96 licence is required for an additional 45 per cent. The B96, which requires practice-oriented driver training for combinations up to 4.25 tonnes, is a caravan-friendly trailer driving licence that was introduced at the initiative of the CIVD and its European umbrella association, the European Caravan Federation (ECF), on the basis of the third driving licence directive in 2013. The 2013 driving licence directive introduced a caravan-friendly trailer towing licence. A one-day training session at a driving school makes it possible to upgrade from 3.5 tonnes to a total combination weight of 4.25 tonnes without having to take any further tests. In Germany, almost 81,000 B96 driving permits have been issued since 2013. With increasing momentum: since 2019, B96 driving permits have doubled.

**The position of the caravanning industry**  
An extension of the class B driving licence to at least 4.25 tonnes would be desirable for motor caravans. B96 should be integrated into the class B driving licence for car/trailer combinations. This would be the equivalent of increasing the weight limit from 3.5 tonnes to 4.25 tonnes. The road safety of motor caravans and car/caravan combinations is excellent. The dimensions of motor caravans weighing 3.5 tonnes or 4.25 tonnes are generally identical. Motor caravans exceeding 3.5 tonnes usually just have a stronger chassis. The overall external appearance of 4.25-tonne motor caravans is identical to that of 3.5-tonne motor caravans. The driving style of motor caravan drivers also has a direct influence on road safety. Motor caravans are generally driven during the day, for private purposes and at “holiday speed”. Last but not least, camping and caravanning are an important economic factor in Germany and the EU, because caravan holidays are spent exclusively within Europe. Various studies have shown how much camping and caravanning contribute to tourism in Europe.

**New Commission driving licence proposal**  
On 1 March 2023, the EU Commission published its draft for the 4th driving licence directive. Among other things, the draft includes fundamental changes for the B driving licence and the applicable weight limits. For example, the Commission proposes that the B driving licence, which has been extended to 4.25 tonnes, should only apply to zero-emission and low-emission vehicles. The extension of the B driving licence to 4.25 tonnes, which has been demanded by the ECF for many years, is to be welcomed. From the point of view of the caravanning industry, the limitation to alternatively fuelled vehicles needs to be revised. Now the European Parliament and the Council will prepare their opinions. The Commission aims for the driving licence amendment to come into force by 2025. ■





# Straßenverkehrssicherheit

## Road safety

Reisemobile und Pkw-Caravan-Kombinationen stellen keinen Schwerpunkt im Unfallgeschehen dar. Trotz des stark gestiegenen Reisemobilbestands in den vergangenen zehn Jahren blieben die Unfälle mit Verletzten und Toten auf einem konstant sehr niedrigen Niveau.

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). Diese erfasst die Unfälle von Reisemobilen im Zeitraum von 2010 bis 2020 (Unfall- und Verunglücktenzahlen aus dem Jahr 2020 aufgrund von Corona-Pandemie und Lockdowns verzerrt und daher nicht berücksichtigt).

Erfreulicherweise liegen die Unfallfolgen bei den Insassen der Reisemobile sowie Pkw mit Caravan auf einem sehr niedrigen Niveau. Von 2010 bis 2019 wurden im Mittel vier Personen als Nutzer eines Reisemobils bei Straßenverkehrsunfällen getötet. Bei Pkw-Caravan-Kombinationen sogar nur in zwei Jahren nicht mehr als ein Insasse. Diese geringe Anzahl von schweren Unfallfolgen bei den Insassen von Reisemobilen beruht u. a. auf der insgesamt seltenen Unfallbeteiligung. Obwohl im Betrachtungszeitraum der Bestand an Reisemobilen um 78 Prozent zunahm, stieg die Anzahl der Unfälle nur um 24 Prozent.


Wie in den Jahren zuvor bewegen sich diese Zahlen auf einem äußerst niedrigen Niveau. Natürlich ist jeder Verkehrstote einer zu viel. Bezogen auf den Bestand zeigen Reisemobile eine deutlich geringere Unfallbelastung als Pkw. 174 Beteiligte je 100.000 Reisemobile gegenüber 740 bei Pkw.

Von den im Jahr 2021 insgesamt 1.805 tödlich verunglückten Fahrern und Mitfahrern in Kraftfahrzeugen waren drei Reisemobilinsassen. In Pkw-Caravan-Kombinationen kam niemand zu Tode.

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

Mit der neuen Untersuchung knüpft die BASt an den Vorgänger an, der die Jahre 2000 bis 2010 beleuchtete. Somit ist in Deutschland eine lückenlose Betrachtung von 2000 bis 2020 möglich.

Das internationale Unfallgeschehen von Reisemobilen lässt sich nur annähernd wiedergeben, da nur 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.



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)

Motor caravans and car-caravan combinations do not represent a focal point in the accident occurrence. Despite the strong increase in the number of motor caravans in the past 10 years, the number of accidents with injuries and fatalities remained at a constant, very low level.

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 “Unfallbeteiligung von Wohnmobilen 2010 bis 2020” (Accident involvement of motor caravans 2010 to 2020) by the Federal Highway Research Institute (BASt). It records accidents involving motor caravans in the period from 2010 to 2020 (accident and casualty figures from 2020 were distorted due to the Corona pandemic and lockdowns and therefore not accounted for).

Fortunately, the accident consequences for the occupants of motor caravans and passenger car-caravan combinations are at a very low level. From 2010 to 2019, an average of 4 persons were killed as occupants of a motor caravan in road traffic accidents. In the case of car-caravan combinations, more than one occupant was killed in only two years. This low number of serious accident consequences among occupants of motor caravans is based, among other things, on the overall infrequent involvement in accidents. Although the number of motor caravans increased by 78 per cent during the period under review, the number of accidents rose by only 24 per cent.

As in previous years, these figures are at an extremely low level. Of course, every road death is one too many. As to the stock, motor caravans show a significantly lower accident rate than passenger cars. 174 involved parties per 100,000 motor caravans compared to 740 for passenger cars.

Of the total of 1,805 drivers and passengers in motor vehicles who were involved in fatal accidents in 2021, three were motor caravan occupants. No one was killed in car-caravan combinations.

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.

With the new study, the BASt is following on from its predecessor, which looked at the years 2000 to 2010. This makes it possible to take a complete look at the period from 2000 to 2020 in Germany.

The international accident history of motor caravans can only be represented incompletely, as data are only available in 5 other countries (some of them incomplete). The picture is like

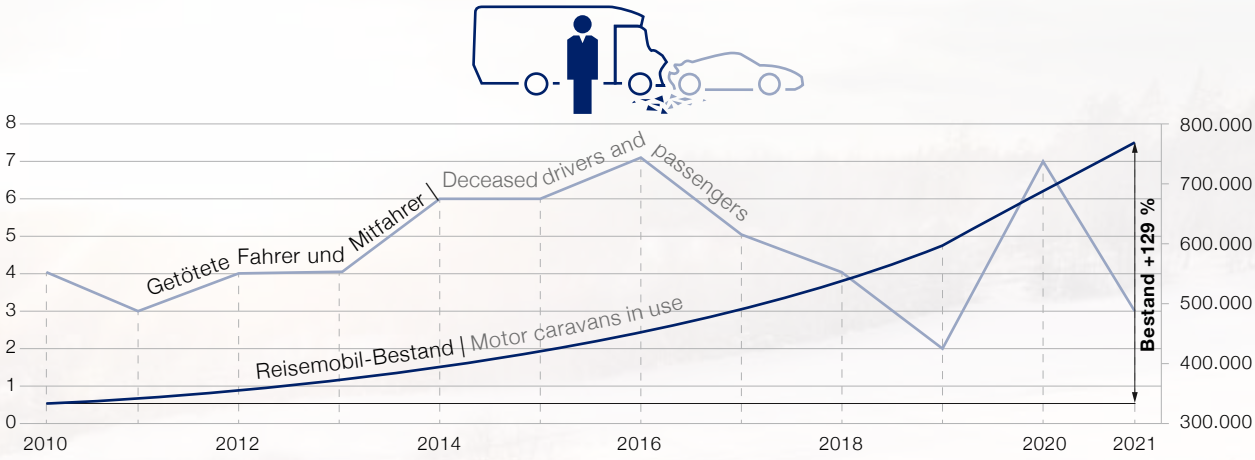
Der Verlauf der Kurve macht deutlich, dass die Entwicklung der Anzahl der Getöteten starken Schwankungen unterliegt, da die Fallzahlen niedrig sind. Die Anzahl der bei Wohnmobilunfällen Getöteten bewegt sich auf einem sehr niedrigen Niveau.

Bezüglich des Unfallgeschehens weisen Reisemobile u. a. folgende Charakteristiken auf: Der Schwerpunkt des Unfallgeschehens von Reisemobilen liegt mit 46 Prozent innerorts (Pkw: 68 Prozent). Auf Autobahnen ist der Anteil der Reisemobile mit 21 Prozent mehr als doppelt so hoch wie bei den Pkw (8 Prozent). Als häufigste Unfallursache wird bei den als Hauptverursacher eingestuften Reisemobilfahrern ein mangelhafter „Sicherheitsabstand“ (22 Prozent) festgestellt. In den sechs Monaten Mai bis Oktober ereignen sich mit 64 Prozent die meisten Unfälle unter Beteiligung von Reisemobilen. Bei der Betrachtung der regionalen Verteilung von Reisemobilunfällen ist zu erkennen, dass sich Unfälle überdurchschnittlich häufig in den Küstenregionen und im Alpenvorland ereignen. ■

that in Germany. Despite some strong increases in the number of vehicles, the accident rate remains unchanged.

Regarding accidents, motor caravans have the following characteristics: most accidents involving motor caravans occur in built-up areas (46 per cent), compared to 68 per cent for passenger cars. On motorways, the share of motor caravans (21 percent) is more than twice as high as that of passenger cars (8 per cent). The most frequent cause of accidents for motor caravan drivers classified as the main cause is an insufficient “safety distance” (22 per cent). In the six months from May to October, the highest number of accidents involving motor caravans (64 per cent) occurs. When looking at the regional distribution, accidents occur with above-average frequency in the coastal regions and in the Alpine foothills. This probably reflects the tourist purpose of the motor caravans. ■

Trotz steigender Bestände konstantes Unfallgeschehen  
Despite increasing numbers, accidents are constant



Unfallfolgen bei Reisemobil-Insassen 2010–2021 in Deutschland  
Consequences from accidents for occupants of motor caravans 2010–2021 in Germany  
Quelle: Bundesanstalt für Straßenwesen (BASt); Kraftfahrt-Bundesamt (KBA)  
Source: Federal Highway Research Institute (BASt); Federal Motor Transport Authority (KBA)



# EU-Typgenehmigung

## EU type approval

Die Vorschriften zur Typgenehmigung mit der Rahmenverordnung (EU) Nr. 2018/858 sind für die deutschen und europäischen Hersteller von Caravans und Reisemobilen von besonderer Bedeutung. Denn es gilt: Einmal EU-typgenehmigt, sind Caravans und Reisemobile ohne weitere Prüfungen innerhalb der EU zulassungsfähig. Im Jahr 2022 fanden 42 Prozent der in Deutschland produzierten Caravans und Reisemobile ihre Käufer im Ausland. Daher nutzen die deutschen Hersteller die EG-Typgenehmigung bereits seit 1999.

Reisemobile und Caravans unterliegen als sogenannte „Fahrzeuge mit besonderer Zweckbestimmung“ zum Teil anderen Vorschriften als Pkw und Anhänger. So gehören z. B. Reisemobile ebenso wie Pkw der Fahrzeugkategorie M<sub>1</sub> (Personenbeförderung bis acht Personen plus Fahrer) an, sind aber durch ihre besondere Zweckbestimmung von einigen Vorschriften befreit. Der Wohnaufbau mit seinen kraftfahrzeug-untypischen Ausstattungsmerkmalen wie Küche, Tisch, Sanitär- und Schlafraum macht die durchgehende Anwendung von Pkw-Vorschriften unmöglich. Im Gegensatz zu Pkw steht bei Reisemobilen nicht das Fahren, sondern das Wohnen im Vordergrund. Reisemobile sind „Häuser auf Rädern“. Um die notwendigen Massen realisieren zu können, werden Reisemobile zumeist auf Lkw-Nutzfahrzeugchassis aufgebaut, wodurch die Anwendung von Pkw-M<sub>1</sub>-Vorschriften wie z. B. hinsichtlich Emissionen und Crashtests nicht oder nur modifiziert möglich ist.

Mit der Veröffentlichung der Verordnung (EU) 2022/2236 im November 2022 wurden die im Jahr 2021 in einer Kommissionsarbeitsgruppe erarbeiteten Vorschriften zur General Safety Regulation 2. Die Vorschriften werden zum 7. Juli 2024 anwendbar, zwei Jahre später als ursprünglich geplant.

Neue Crashtests für Reisemobile sind nicht vorgesehen. Für Pkw, SUVs und Vans konzipierte Crashtests sind nicht auf Reisemobile anwendbar, da diese Pkw-typischen Unfallsituationen nachempfunden sind.

Die durch die General Safety Regulation 2 über die Basisfahrzeuge in Reisemobilen eingeführten aktiven Sicherheitssysteme werden das Sicherheitsniveau von Reisemobilen weiter verbessern. Dazu werden alle Reisemobile mit Kamerasystemen ausgestattet. Dies ist bei Integrierten sogar recht aufwendig. Zerstörende Prüfungen von Reisemobilen im Rahmen von Crashtests sind für die weitgehend mittelständisch geprägten Hersteller nicht zu stemmen und werden weiterhin durch die Basisfahrzeuge abgedeckt. ■

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. In 2022, more than 40 per cent of caravans and motor caravans produced in Germany were purchased by customers abroad. This is why German manufacturers have been using the EC type approval since 1999.

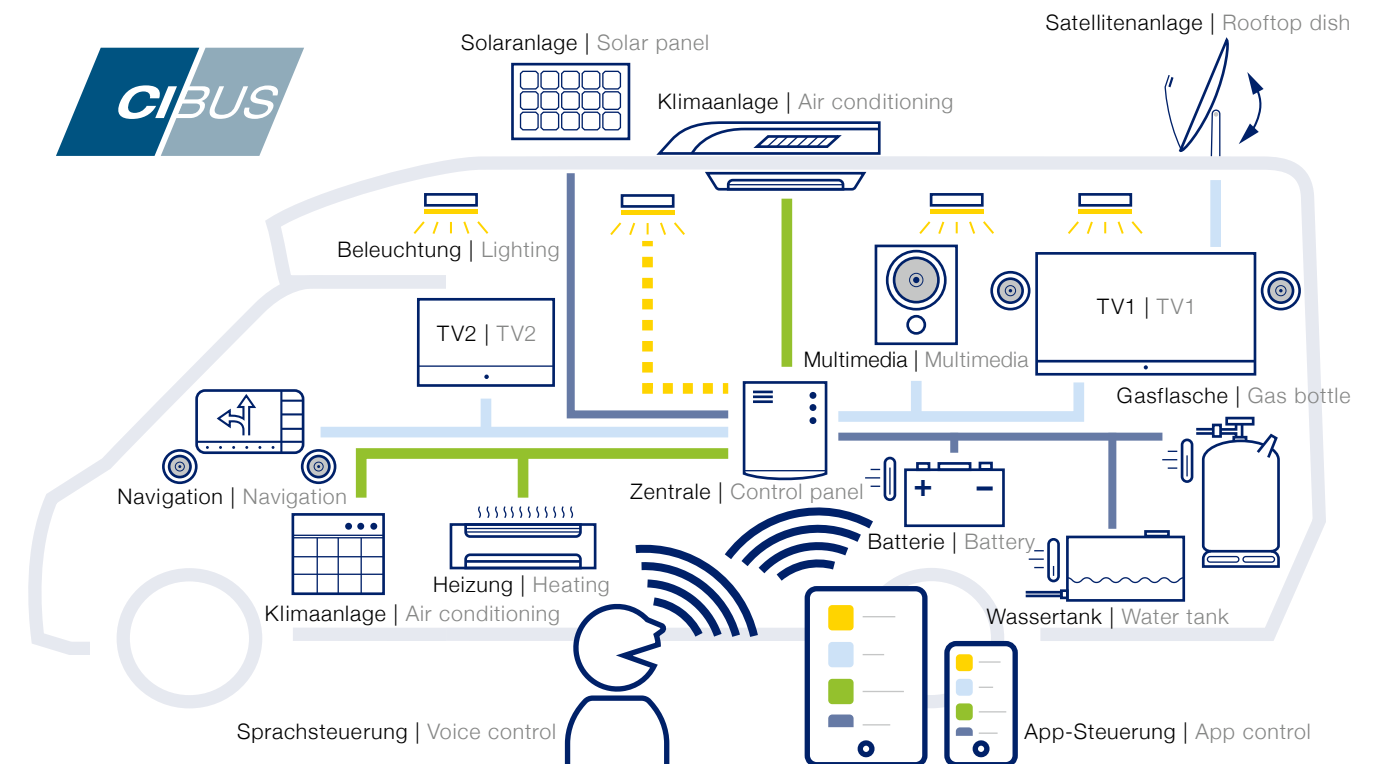
As so-called “special purpose vehicles”, motor caravans and caravans are partially subject to different regulations than cars and trailers. For example, motor caravans are in the M<sub>1</sub> category (passenger transport for eight persons plus a driver), like passenger cars, but are exempt from certain 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. Motor caravans are “houses on wheels”. In order to be able to reach the necessary vehicle masses, motor caravans are usually constructed on a commercial vehicle chassis, meaning that the use of car M<sub>1</sub> regulations such as the ones pertaining to emissions and crash tests is either impossible or only possible with modifications. With the publication of Regulation (EU) 2022/2236 in November 2022, the rules for motor caravans developed in a Commission working group in 2021 were published. This regulation will become applicable on 7 July 2024, two years later than originally planned.

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 active safety systems introduced by the General Safety Regulation 2 pertaining to chassis in motor caravans will reduce the number of accidents in which motor caravans are involved, and further improve the safety level of motor caravans. From the point of view of the caravanning industry, existing exceptions to active safety systems could also be rethought. Destructive testing of motor caravans is not achievable for the manufacturers, who are predominantly medium-sized companies. ■

# Caravaning-Industrie-BUS

## Caravanning Industry BUS



Mit dem Einsatz des Caravaning-Industrie-BUS reagieren Hersteller auf den Branchentrend der immer weiter zunehmenden Digitalisierung. Moderne CI-BUS-Systeme steuern heute eine Vielzahl von Geräten unterschiedlicher Zulieferer und Funktionen im Bordnetz von immer mehr Freizeitfahrzeugen. Nicht nur Batterieladung, Füllstandsanzeige und Wohnraumbeleuchtung, sondern auch viele an Bord eingebaute Komponenten wie z. B. Heizung, Klimaanlage, Kühlschrank oder Satellitenantenne lassen sich durch den CI-BUS zentral, bequem und sicher steuern.

Der CI-BUS wurde bereits 2013 veröffentlicht. Heute zählen knapp 100 Unternehmen zu den CI-BUS-Kooperationspartnern. Die Anzahl der CI-BUS-fähigen Geräte und der damit ausgerüsteten Fahrzeuge wächst stetig. Damit wurden die notwendigen Voraussetzungen zur Einrichtung einer gemeinsamen Plattform zur Erstellung, Pflege und zum Service einer einheitlichen Datenbus-Systematik in der Caravaningbranche geschaffen. In der „Kooperationsvereinbarung CI-BUS“ werden die notwendigen Voraussetzungen dargestellt, um zukunftsorientierte Technik, flexible Lösungen und eine kontinuierliche Weiterentwicklung auf sichere Art und Weise zu gewährleisten.

Während sich das System technisch bewährt hat, wurde es durch die rasche Verbreitung auch in anderen Branchen und auf anderen Kontinenten administrativ vor Herausforderungen gestellt. Um mit dieser Entwicklung Schritt zu halten, wurde die CI-BUS-Kooperationsvereinbarung um eine Lizenzvereinbarung erweitert, mit der Unternehmen außerhalb der Branche und auf anderen Kontinenten der Zugang zum CI-BUS erleichtert wird. Die Markenrechte des CIVD als Markeninhaber erstrecken sich entsprechend auf mehrere Kontinente. ■

By using the Caravaning Industry BUS, manufacturers are responding to the current industry trend towards increasing digitalisation. Today, modern CI-BUS systems control a wide range of devices from different suppliers and functions in the on-board network of more and more recreational vehicles. Not only battery level, waste and fresh water levels, but also many on-board components such as heating, air conditioning, refrigerator or SAT-system can be controlled conveniently and safely from a central location via the CI-BUS.

The CI-BUS was published back in 2013. Today, almost 100 companies are CI-BUS cooperation partners. The number of CI-BUS-capable devices and the vehicles equipped with them is growing steadily. As a result, the necessary conditions have evolved for setting up a joint platform for the creation, maintenance and servicing of a standardised data bus system in the caravanning industry. The “CI-BUS Cooperation Agreement” sets the conditions necessary to guarantee future-oriented technology, flexible solutions and ongoing development in a safe way.

While the system has proved its worth from a technological point of view, its rapid spread throughout other industries and continents has created administrative challenges. To keep pace with this development, the CI-BUS Cooperation Agreement has been extended to include a licensing agreement to facilitate access to CI-BUS for companies outside the industry and on other continents. Accordingly, the trademark rights of the CIVD as trademark owner extend to several continents. ■



# Ausbildungsberuf „Caravan- und Reisemobiltechniker/in“ “Caravan and motor caravan technology” vocational education

Der erste speziell auf sie zugeschnittene Ausbildungsberuf – ein Meilenstein für die Caravaningbranche. Arbeitgeber- und Arbeitnehmerverbände haben sich auf eine neue Fachrichtung im Ausbildungsberuf Karosserie- und Fahrzeugbaumechanik geeinigt. In der neuen Fachrichtung „Caravan- und Reisemobiltechniker/in“ werden zukünftig spezialisierte Fachkräfte für Herstellung, Wartung und Reparatur von Caravans und Reisemobilen ausgebildet.

Die Caravaningbranche begegnet damit aktiv dem enormen Bedarf an spezialisierten Fachkräften. Die Neuzulassungen von Freizeitfahrzeugen erreichen seit Jahren immer neue Höchststände: Allein in den vergangenen drei Jahren wurden in Deutschland insgesamt fast 300.000 Reisemobile und Caravans zugelassen. Entsprechend groß ist der Bedarf an Fachkräften in den Werken der Hersteller und in den Werkstätten. Freizeitfahrzeuge unterscheiden sich in vielerlei Hinsicht von anderen Kraftfahrzeugen. Um den speziellen Anforderungen der Branche gerecht zu werden, hat der CIVD bereits seit Jahren das Ziel verfolgt, einen entsprechenden Ausbildungsberuf zu schaffen.

Die Technik in modernen Fahrzeugen hat sich in den vergangenen Jahren rasant entwickelt und auch für die Zukunft sind viele Neuerungen geplant. Immer mehr neue Werkstoffe und Materialien werden in Fahrzeugen verbaut und fordern eine ständige Weiterentwicklung von Betrieben und Personal. Auch vernetzte Systeme, Fahrerassistenzsysteme, autonomes Fahren und der Fortschritt im Bereich der Elektromobilität erlangen eine immer größere Bedeutung. Somit wachsen auch die Anforderungen an die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Neben den Grundlagen im Fahrzeugbau wird die Ausbildung auch die Installation und Instandhaltung von elektrischen, elektronischen, hydraulischen und pneumatischen Systemen in Reisemobilen und Caravans beinhalten. Fähigkeiten wie beispielsweise das Kleben und Dichten sind fester Bestandteil der Ausbildung. Des Weiteren gehört das Ausrüsten und Warten von Ver- und Entsorgungseinrichtungen in Freizeitfahrzeugen zum Rahmenlehrplan, genauso wie die Schadensbeurteilung und Reparatur.

Der Ausbildungsberuf wird sowohl für das Handwerk als auch für die Industrie geöffnet sein und somit auf doppelter Rechtsgrundlage fußen. Im ersten Jahr werden die Auszubildenden in allen fahrzeugtechnischen Berufen gemeinsam unterrichtet, bevor die Spezialisierung in den jeweiligen Fachrichtungen erfolgt. Läuft alles nach Plan, wird die Ausbildungsverordnung vom Bundesminister für Wirtschaft und Klimaschutz unterzeichnet und im Bundesgesetzblatt veröffentlicht. Die ersten Auszubildenden können dann 2023 ihre Laufbahn in der Caravaningbranche starten.

## Informationsveranstaltung für Ausbildungsbetriebe

Der CIVD ist maßgeblich an der Gestaltung der neuen Fachrichtung beteiligt und hält die Branche über alle Entwicklungen auf dem Laufenden. An der Informationsveranstaltung speziell für Ausbildungsbetriebe oder solche, die es werden möchten, nahmen über 110 Vertreter aus Handel und Industrie teil. Unterstützt wurde der CIVD dabei von der DIHK, der IHK Rheinhessen und der HWK Unterfranken.

The first vocational education specifically tailored to our requirements – a milestone for the caravanning industry. Employers' and employees' associations have agreed on a new specialisation in the vocational education of bodywork and vehicle construction mechanic. The new “caravan and motor caravan technology” specialisation will in future train and educate specialised professionals for the manufacture, maintenance and repair of caravans and motor caravans.

The caravanning industry is thus actively addressing the enormous demand for specialised professionals. New registrations of recreational vehicles have been reaching ever new records for years. The demand for qualified specialists in the manufacturers' factories and in the service and trading companies is correspondingly high. Recreational vehicles differ from other motor vehicles in many aspects. In order to meet the special requirements of the industry, the CIVD has been pursuing the goal of creating the corresponding education for years.

The technology in modern vehicles has developed rapidly in recent years and many innovations are planned for the future. More and more new materials are installed in vehicles and require constant development of companies and employees. Network systems, driver assistance systems, autonomous driving and progress in the field of electromobility are also becoming increasingly important. As a result, the demands on employees are also growing.

In addition to the basics in vehicle construction, the vocational education will also include the installation and maintenance of electrical, electronic, hydraulic and pneumatic systems in caravans and motor caravans. Skills such as bonding and sealing are an integral part of the training. Furthermore, equipping and maintaining supply and disposal systems in recreational vehicles is part of the curriculum, as well as damage assessment and repair.

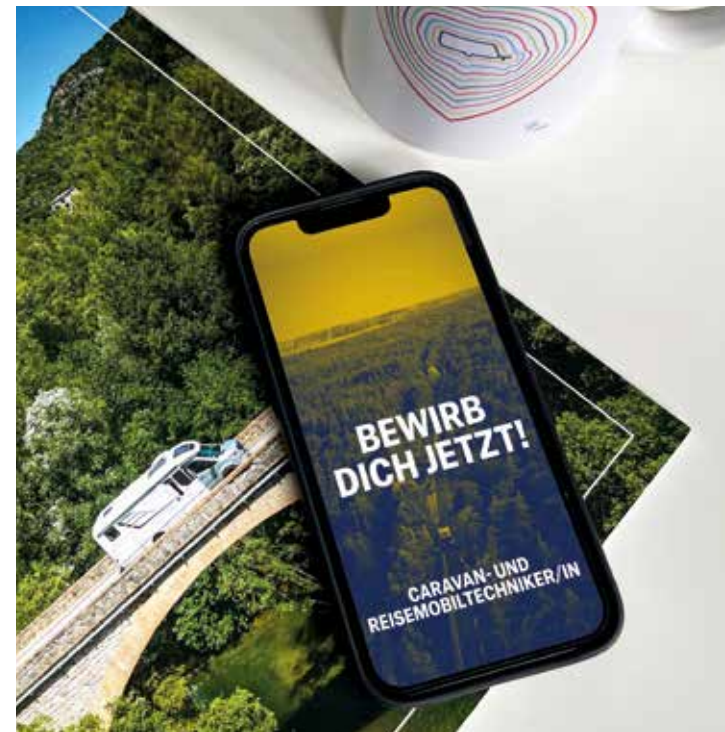
The vocational education is based on a dual legal foundation and will be open to both the skilled crafts and the industry. In the first year, trainees of all vehicle technology related professions will be trained together before specialisation in the respective fields follows. If everything proceeds according to plan, the vocational education regulation will be signed by the Minister for the Economy and Climate Protection and published in the Federal Law Journal. The first trainees will then be able to start their careers in the caravanning industry in 2023.

## Information event for apprenticeship companies

The CIVD is significantly involved in the creation of the new specialisation and keeps the industry up to date on all developments. More than 110 representatives from dealerships and industry took part in the information event especially for apprenticeship training companies, or those who would like to become one. The CIVD was supported by the German Chamber of Industry and Commerce and the Chamber of Crafts of Lower Franconia.

## Marketing campaign

The CIVD uses all its channels to inform about and advertise the new training. Already for CARAVAN SALON 2022,



## Azubi-Kampagne

Der CIVD nutzt alle seine Kanäle, um über die neue Ausbildung zu informieren und dafür zu werben. Schon zum CARAVAN SALON 2022 wurde mit der überarbeiteten Website **sonnige-karriere.de**, einem Film, Broschüren und PR-Maßnahmen die Basis für eine eigene Werbekampagne für den neuen Beruf gelegt. Der Informationsstand im Freigelände der Messe wurde von den Besuchern sogar noch besser angenommen als erhofft. An den neun Messetagen haben sich knapp 400 Betriebe und potenzielle Bewerberinnen und Bewerber ausführlich informieren lassen. ■



Mit der Kampagne werden drei Zielgruppen angesprochen: die potenziellen Auszubildenden selbst, deren Eltern/Umfeld sowie Multiplikatoren – also geeignete Personen und Institutionen, die das Ausbildungsangebot weitertragen. Um die Zielgruppen zu erreichen, werden vorrangig Online-Kanäle und -Maßnahmen, insbesondere die sozialen Medien, darunter neuerdings auch TikTok, genutzt. Für mehr Infos zur Ausbildung „Caravan- und Reisemobiltechniker/in“ einfach QR-Code scannen.

The campaign addresses three target groups: the potential trainees themselves, their parents/environment and multipliers – i.e., suitable persons and institutions who pass on the training offer. In order to reach the target groups, online channels and activities are primarily used, especially social media, including TikTok. For more information on the “caravan and motor caravan technology” vocational education, simply scan the QR code.



the basis for a dedicated advertising campaign for the new profession was launched with the redesigned website **sonnige-karriere.de**, a film, brochures and PR activities. The information booth in the outdoor area of the fair was even better attended by visitors than expected. During the 9 days of the fair, almost 400 companies and potential trainees received detailed information. ■



# Workshops und Seminare

## Workshops and seminars

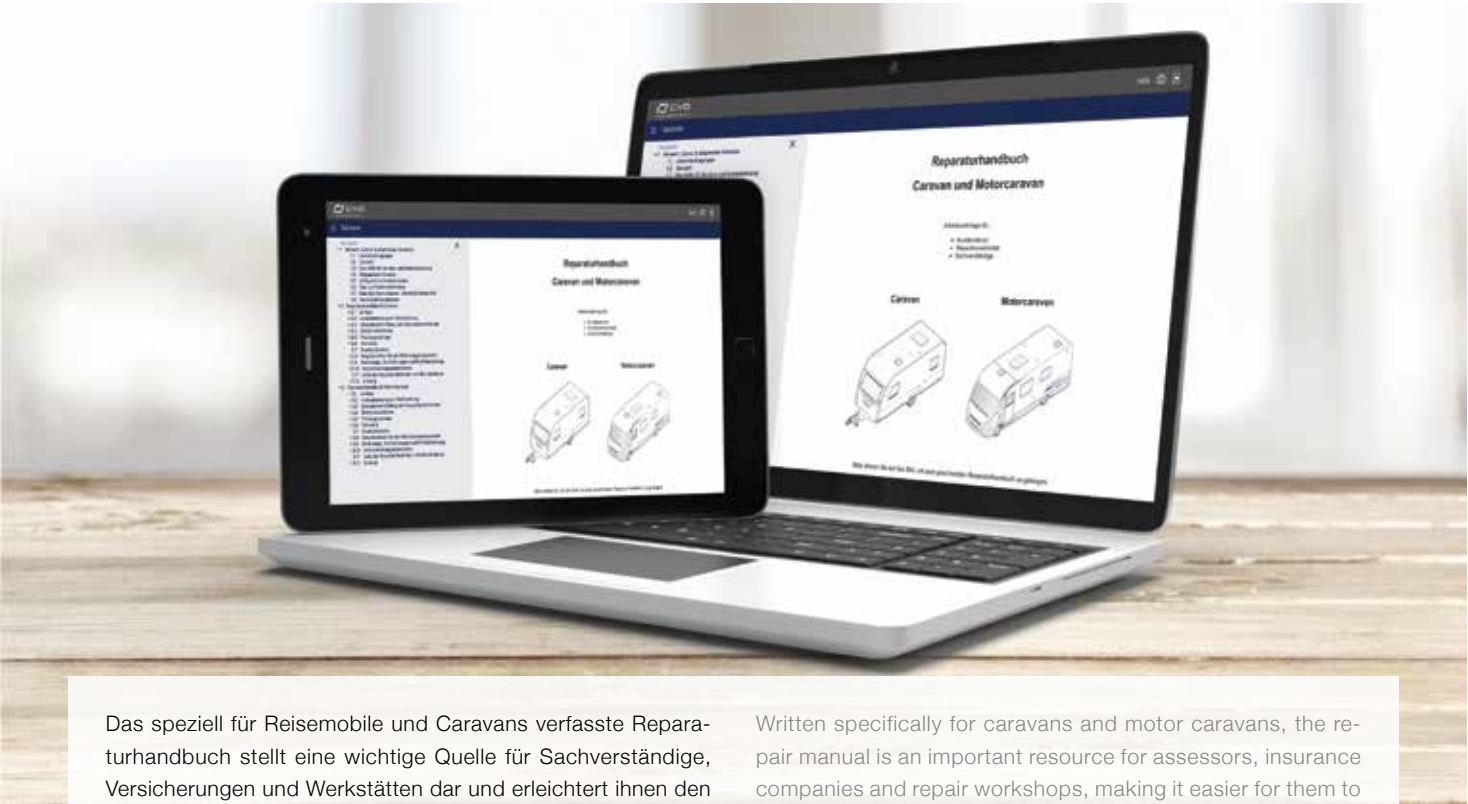
Spezielle normative, technische Vorschriften, Anforderungen an Materialien und Stoffverbote, aktuelle Gerichtsurteile mit Branchenbezug oder allgemeine Fragen des Vertriebsrechts: Das Spektrum der technischen und rechtlichen Anforderungen an die Freizeitfahrzeughersteller und die Zulieferer wächst ständig. 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 2023 wieder wie gewohnt in Präsenz stattfinden. 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 EG-Typgenehmigung und Material-Compliance runden das Angebotsspektrum ab. Darüber hinaus werden seit über 20 Jahren 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 „Rechtsseminar für Einsteiger in die Caravaningbranche“ wird rechtliches Basiswissen für die Bereiche Vertragsgestaltung, Gewährleistung, Garantie und Produkthaftung vermittelt. Dieser richtet sich an diejenigen, die noch nie einen CIVD-Rechtsworkshop besucht haben oder einfach nur ihr Wissen auffrischen möchten. ■

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 specially 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 specialisation, the normative requirements for caravans and motor caravans are presented and explained in detail with practical examples. The specialisation seminar for beginners and as a refresher will again be held in 2023 as usual face to face. Experience has shown that onsite 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 the practical workshops. The workshop “CIVD Legal seminar for newcomers” 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 2023   CIVD workshops 2023	
Dezember 2022 (Webinar)/Januar 2023 December 2022 (webinar)/January 2023	CIVD-Klimaschutzinitiative: CO <sub>2</sub> -Bilanzierung CIVD climate protection initiative: CO <sub>2</sub> balancing
April 2023 April 2023	Grundlagen der Normung Basics of standardisation
April 2023 (Webinar) April 2023 (webinar)	Update Ausbildung „Caravan- und Reisemobiltechniker/in“ Update training “Caravan and motor caravan technology”
Mai 2023 (Webinar) May 2023 (webinar)	Stellplatzberatung Motor caravan pitch consulting
Juni 2023 (Webinar) June 2023 (webinar)	Rechtsseminar für Einsteiger Legal seminar for newcomers
November 2023 November 2023	Rechtsseminar für Experten Legal workshop for specialists

# CIVD-Reparaturhandbuch „Caravan und Motorcaravan“

## “Caravans and Motor Caravans” repair manual



Das speziell für Reisemobile und Caravans verfasste Reparaturhandbuch stellt eine wichtige Quelle für Sachverständige, Versicherungen und Werkstätten dar und erleichtert ihnen den Zugriff auf die benötigten Informationen. Werkstätten profitieren von den Arbeitsbeschreibungen in Wort und Bild zu Reparaturtechniken am Aufbau, Hinweisen für die Elektroinstallation, die Flüssiggasanlage und Vorgabezeiten für die Dauer der Arbeiten. Für Sachverständige und für Versicherungen sind vor allem die umfangreichen Kostenaufstellungen zu Ersatzteilpreisen und Arbeitsaufwand sowie die Grafiken zu Verbindungsarten und Kantenleistensystemen relevant. Besonders informativ ist die ausführliche Betrachtung einzelner Schadensfälle, die aufgrund völlig anderer Materialien als im Pkw-Bereich eine andere Begutachtung und Schadensfeststellung erfordern. Das Reparaturhandbuch ist unabhängig von Hersteller und Typ und wird von einem Expertenausschuss des CIVD, an welchem sich neben den Spezialisten seiner Mitglieder unter anderem auch das Allianz Zentrum für Technik (AZT), der Deutsche Caravaning Handels-Verband (DCHV) und die DEKRA beteiligen, stets auf dem aktuellen Stand gehalten. Das bisher als CD ausgelieferte Reparaturhandbuch ist im Jahr 2022 auf eine Online-Plattform umgezogen. Während die technische Infrastruktur von der Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT) bereitgestellt wird, ist der CIVD weiter für den Inhalt des Reparaturhandbuchs sowie für die Verwaltung der Abonnenten verantwortlich. Durch den Umzug auf die Online-Plattform können Nutzer nun jederzeit von überall auf die Inhalte zugreifen, vorausgesetzt, sie haben einen Internetzugang. Ein Großteil des Bestands an Fahrzeugen wird mit den bisher veröffentlichten Inhalten zu Reparaturen, Ersatzteilen und Arbeitszeiten abgedeckt. Im Lauf des Jahres wird die Struktur überarbeitet und spezielle Themen für neue Modelle und deren Fertigungsweisen werden ergänzt. Ein weiterer Vorteil der Online-Version: Der Expertenausschuss kann kontinuierlich Dokumente aktualisieren und ergänzen. ■

Written specifically for caravans and motor caravans, the repair manual is an important resource for assessors, insurance companies and repair workshops, making it easier for them to access the information they need. Workshops benefit from the written and illustrated descriptions of repair techniques on the body, instructions for electrical installation, the liquid gas system and specified times for the duration of the work. Especially relevant for experts and insurance companies are the comprehensive cost breakdowns on spare parts prices and labour time, as well as the graphics on connection types and edge trim systems. Particularly informative is the detailed consideration of individual cases of damage, which require a different appraisal and damage assessment due to completely different materials than in the passenger car sector. The repair manual is independent of manufacturer and type and is always kept up to date by an expert committee of the CIVD, in which, in addition to the specialists of its members, the Allianz Zentrum für Technik (AZT), the Deutsche Caravaning Handels-Verband (DCHV) and DEKRA, among others, participate. The repair manual, previously delivered as a CD, has moved to an online platform in 2022. While the technical infrastructure is provided by Deutsche Automobil Treuhand GmbH DAT, the CIVD continues to be responsible for the content of the repair manual as well as for the management of subscribers. By moving to the online platform, users can now access the content from anywhere at any time, provided they have Internet access. A large part of the stock of vehicles is covered with the content published so far on repairs, spare parts and labour times. In the course of the year, the structure will be revised and special topics for new models and their manufacturing methods will be added. Another advantage of the online version: the expert committee can continuously update and add documents. ■



# Tourismusmotor Caravaning

## Caravanning as a tourism engine

Das Reisen mit Wohnmobil und Caravan liegt absolut im Trend und behauptet sich trotz aktueller wirtschaftlicher und politischer Herausforderungen als resiliente Urlaubsform. Vor allem der Rekord von 40 Millionen Übernachtungen auf deutschen Campingplätzen im Zeitraum Januar bis Oktober zeugt von nachhaltigem Interesse am Caravaning. Das Reisen im eigenen Rhythmus ist also beliebt wie nie zuvor. Egal ob Neueinsteiger oder Camping-Oldie – die mobilen Urlauber schätzen Outdoor-Erlebnisse, Kultur oder Städte-Sightseeing vor dem Hintergrund, dass das eigene Zuhause immer dabei ist.

### Chancen für den Tourismus in den Regionen und Kommunen

Caravaning ist beliebt und macht glücklich. Beste Voraussetzungen für einen langanhaltenden Boom. Gerade touristisch noch wenig erschlossenen Regionen und Kommunen bietet Caravaning beste Möglichkeiten, um schnell und mit geringem finanziellem Aufwand touristische Infrastruktur aufzubauen und somit an der touristischen Wertschöpfung teilzuhaben. Die Erfahrungen der vergangenen zwei Jahre haben zudem gezeigt, dass Caravaning eine pandemietaugliche und somit

Travelling by motor caravan and caravan is absolutely on trend and is holding its own as a resilient form of vacation despite current economic and political challenges. Above all, the record of 40 million overnight stays at German campsites in the period from January to October testifies to sustained interest in caravanning. Travelling at one's own pace is therefore more popular than ever before. Regardless of whether they are newcomers or camping oldies – mobile holidaymakers appreciate outdoor experiences, culture or city sightseeing knowing that their own home is always with them.

### Opportunities for tourism in the regions and municipalities

Caravanning is popular and makes people happy. The best prerequisites for a long-lasting boom. Especially for regions and communities that are not yet well developed in terms of tourism, caravanning offers the best opportunities to build up tourist infrastructure quickly and at low cost, and thus to share in the added value of tourism. The experiences of the past two years have also shown that caravanning is a pandemic-suitable and thus crisis-resistant form of vacation.



krisenresiliente Urlaubsform ist. Darüber hinaus ist Caravaning verglichen mit anderen Fortbewegungsmitteln eine ökologisch verträgliche Art des Reisens, die, wie die aktuelle GfK-Studie zeigt, umweltbewusste, naturliebende und glückliche Reisende als Gäste in die Destinationen bringt.

### Stellplätze bringen Mehrwert in den Regionen

Caravaning als Urlaubsform boomt: Zu Beginn des Jahres 2022 waren allein in Deutschland über 1,5 Millionen Freizeitfahrzeuge zugelassen (ca. 740.000 Caravans und ca. 770.000 Reisemobile) und die Zahl steigt trotz der aktuellen Krisen stetig. Doch nicht nur für die Caravaning-Industrie ist der hohe Absatz an hochwertigen Freizeitfahrzeugen eine gute Nachricht. Durch den Bau und Ausbau von Stellplätzen haben auch touristisch weniger entwickelte Regionen in Deutschland beste Möglichkeiten, um am Caravaning-Boom teilzuhaben.

Moreover, compared with other means of transport, caravanning is an ecologically compatible form of travel which, as the latest GfK study shows, brings environmentally aware, nature-loving and happy travellers to destinations as guests.

### Pitches bring added value to the regions

Caravanning as a form of vacation is booming: at the beginning of 2022, more than 1.5 million leisure vehicles were registered in Germany alone (approx. 740,000 caravans and approx. 770,000 motor caravans) and the number is rising steadily despite the current crises. But the high sales of high-quality recreational vehicles are not only good news for the caravanning industry. Through the construction and expansion of motor caravan pitches, regions in Germany that are less developed in terms of tourism also have the best opportunities to participate in the caravanning boom.

### Chancen für Regionen auch durch Reiseverhalten der Caravaning-Urlauber

Neben der steigenden Zahl der Freizeitfahrzeuge erhöht das spezifische Reiseverhalten von Caravaning-Urlauern die Entwicklungspotenziale gerade auch für Regionen, die bisher weniger im Fokus des touristischen Interesses standen. Zwar fahren Reisemobilisten oftmals kürzer in Urlaub, dafür aber häufiger; sie bevorzugen dabei Ziele innerhalb Deutschlands und insbesondere auch Ziele, die abseits der großen touristischen Hotspots liegen. Gerade für Kommunen oder private Investoren in ländlichen und touristisch wenig frequentierten Gebieten sind Reisemobilstellplätze somit eine optimale Möglichkeit, um niedrigschwellig eine touristische Infrastruktur vor Ort aufzubauen.

### Stellplätze immer beliebter

Hinzu kommt: Reisemobilstellplätze werden bei Caravaning-Urlauern immer beliebter. 2021 gab es in Deutschland laut den aktuellen Zahlen des dwif etwa 5.000 Stellplätze mit ca. 73.000 Standflächen. Gegenüber 2016 ist das ein Plus von 40 Prozent bei den Stellplätzen und 17 Prozent bei den Standflächen. Im gleichen Zeitraum stieg die Zahl der Reisemobile um mehr als 70 Prozent (2016: 450.167 – 2021: 767.325). Die Zahlen belegen deutlich das enorme touristische Potenzial, das im Ausbau der Stellplatzinfrastruktur in Deutschland noch gehoben werden kann.

### Pilotprojekt „Klimaneutraler Stellplatz“

Klimaschutz als eine der zentralen Herausforderungen der Zukunft spielt auch beim Thema Stellplätze eine wichtige Rolle. Der CIVD hat sich hier als Vorreiter positioniert und gemeinsam mit seinem Partner Ecocamping e. V. das Pilotprojekt „Klimaneutraler Reisemobilstellplatz“ gestartet. Ziel ist es, neue Stellplätze auf der Basis der während der Projektphase gewonnenen Erkenntnisse von Anfang an klimaneutral zu planen und bereits bestehende Stellplätze nach und nach umzugestalten, egal ob als Modernisierung oder Erweiterung einer Anlage. Mit dem Modellprojekt „Klimaneutraler Reisemobilstellplatz“ will der Caravaning Industrie Verband Deutschland Impulse setzen für eine Branche, die sich auf der Überholspur befindet. Dabei erhalten Betreiber von Reisemobilstellplätzen Strategien und Werkzeuge für den Weg in eine klimapositive Zukunft. Im Rahmen des Pilotprojekts wurden mehrere Stellplätze besucht und beraten, um Best-Practice-Beispiele zu entwickeln. Die Klimabilanz eines Reisemobilstellplatzes beeinflussen sehr viele Faktoren. Der neue Leitfaden will dabei unterstützen, sie im Blick zu behalten und kontinuierlich daran zu arbeiten. Doch eine gewisse Systematik und langfristige Perspektive sind dabei notwendig, was in der Regel nur ein Managementsystem mit regelmäßigem Monitoring gewährleistet. In einem nächsten Schritt ist geplant, aus den gewonnenen Erkenntnissen des Pilotprojekts eine Zertifizierung für klimafreundliche Reisemobilstellplätze zu entwickeln. Um eine nachhaltige Stellplatzinfrastruktur in den Regionen aufzubauen, bedarf es aber der koordinierten Zusammenarbeit aller, die sich für den Tourismusstandort Deutschland und für gleichwertige Lebensbedingungen in den Regionen einsetzen. Der CIVD lädt die Verantwortlichen in Bund, Ländern und Kommunen zur Zusammenarbeit ein, um gemeinsam eine überregionale Stellplatzstrategie zu entwickeln, die nachhaltige Projekte in besonderem Maße fördert und unterstützt.

### Opportunities for regions also due to the travel behaviour of caravanning holidaymakers

In addition to the rising number of recreational vehicles, the specific travel behaviour of caravanning holidaymakers increases the development potential, especially for regions that have previously been less of a focus of tourist interest. Although caravanners often take shorter vacations, they do so more frequently; they prefer destinations within Germany and destinations that are located away from the major tourist hotspots. Especially for municipalities or private investors in rural areas and areas less frequented by tourists, motor caravan pitches are therefore an ideal way to establish a local tourism infrastructure at a low threshold.

### Pitches increasingly popular

In addition, motor caravan sites are becoming increasingly popular with caravanning holidaymakers. According to the latest figures from the dwif, there were around 5,000 motor caravan sites in Germany in 2021 with approximately 73,000 parking spaces. Compared to 2016, that's an increase of 40 per cent in the number of pitches and 17 per cent in the number of standing spaces. During the same period, the number of motor caravans increased by more than 70 per cent (2016: 450,167 – 2021: 767,325). The figures clearly demonstrate the enormous tourism potential that can still be leveraged in the expansion of the motor caravan pitch infrastructure in Germany.

### “Climate-neutral motor caravan site” pilot project

Climate protection as one of the central challenges of the future also plays an important role in the topic of motor caravan sites. The CIVD has positioned itself as a pioneer here and, together with its partner Ecocamping e. V., has launched the pilot project “Climate-neutral motor caravan site”. The aim is to plan new sites in a climate-neutral way from the outset on the basis of the knowledge gained during the project phase and to gradually redesign existing sites, whether as a modernisation or expansion of a facility. With the model project climate-neutral motor caravan site, the Caravaning Industrie Verband Deutschland wants to give impetus to an industry that is in the fast lane. In the process, operators of mobile home parks are given strategies and tools for the path to a climate-positive future. As part of the pilot project, several campsites were visited and advised to develop best-practice examples. The carbon footprint of a motor caravan pitch is influenced by many other factors. The new guideline wants to support this while monitoring and working on it continuously. However, a certain systematic approach and a long-term perspective are necessary, which can usually only be guaranteed by a management system with regular monitoring. In a next step, it is planned to develop a certification for climate-friendly motor caravan sites based on the findings of the pilot project. However, in order to build a sustainable infrastructure of motor home sites in the regions, coordinated cooperation is needed between all those who are committed to Germany as a tourism location and to equal living conditions in the regions. The CIVD invites those responsible at the federal, state and local level to work together to develop a supra-regional motor caravan site strategy that promotes and supports sustainable projects to a particular extent.

**... and what does the ideal motor caravan site look like?**  
The demand for motor caravan sites is indisputably high, but





... und wie sieht der ideale Stellplatz aus?

Die Nachfrage nach Stellplätzen ist unumstritten groß, doch wie sieht ein geeigneter Stellplatz aus? Auf dem CARAVAN SALON in Düsseldorf machte der CIVD in seiner Ausstellung auf dem Freigelände mit einem Musterstellplatz das Thema für Interessierte erlebbar. Vor Ort simulierten einzelne Parzellen mit verschiedenen Fahrzeugen die Bandbreite an typischen Bodenbeschaffenheiten wie Gras, Schotter oder Pflastersteine. Zusätzlich präsentierten Experten die technische Infrastruktur wie Stromsäulen, Entsorgungssäulen, Parkscheinautomaten oder Stellplatzsuchportale. Auch nachhaltige Energiesysteme, Brennstoffzelle und Wasserstoff, wurden anschaulich erläutert. Interessierte nutzten die vom CIVD vor Ort angebotenen Beratungsleistungen, um ausführlicher in die Thematik einzutauchen. Das erfolgreiche Konzept wird auf dem 62. CARAVAN SALON fortgeführt.

Deutscher Stellplatztag

Auch wenn es in Deutschland derzeit etwa 5.000 Reisemobilstellplätze mit ca. 73.000 Standplätzen gibt, ist dieser Bestand vor allem in den Hauptsaisonzeiten sowie am Wochenende nicht ausreichend, um mit der steigenden Zahl an Reisemobilen mithalten zu können. Eine Entwicklung, die auch immer mehr Stellplätze in Orten abseits stark frequentierter Destinationen in den Fokus rücken lässt und damit immer mehr Regionen die Chance gibt, am Caravaning-Boom teilzuhaben. In diesem Zusammenhang luden CIVD, ADAC und Deutscher Tourismusverband (DTV) unter dem Motto „Reisemobiltourismus 2.0: Auf dem Weg zum klimaneutralen Stellplatz“ Vertreterinnen und Vertreter von Kommunen und aus dem Tourismus sowie private Investoren am 29. August 2022 zum 2. Stellplatztag auf den CARAVAN SALON in Düsseldorf ein. Langjährige Branchenexperten gaben Anregungen zum klimaneutralen Reisemobilstellplatz, zu zukunftsweisenden Technologien (Brennstoffzellen- und Wasserstofftechnologie) und praktischen Lösungen für Freizeitfahrzeuge, etwa ein neues Portal für das Abstellen von Freizeitfahrzeugen während ihrer nicht touristischen Nutzungsperiode.

what does a suitable site look like? At the CARAVAN SALON in Düsseldorf, the CIVD made the topic tangible with a motor caravan site in between the halls on the fairground. On site, individual pitches with different vehicles simulated the range of typical ground conditions. In addition, experts presented the technical infrastructure such as power columns, waste disposal columns, parking ticket machines or site search portals. Sustainable energy systems, fuel cells and hydrogen were also vividly explained. Interested parties took advantage of the consulting services offered by the CIVD on site to delve more deeply into the subject. The successful concept will be continued at the 62nd CARAVAN SALON.

German Motor Caravan Site Day

Even though there are currently around 5,000 motor caravan sites in Germany with approximately 73,000 pitches, this stock is insufficient to keep up with the increasing number of RVs, especially during peak seasons and at weekends. A development that is also bringing more and more sites in locations away from heavily frequented destinations into focus and thus giving more and more regions the chance to participate in the caravanning boom. In this context, CIVD, ADAC and DTV invited representatives of local authorities and from tourism as well as private investors to the 2nd Motor Caravan Site Day at the CARAVAN SALON in Düsseldorf on 29 August 2022 under the motto “Motor caravan tourism 2.0”: “On the way to climate-neutral pitches”. Long-standing industry experts provided suggestions on the climate-neutral RV park, forward-looking technologies (fuel cell and hydrogen technology) and practical solutions for recreational vehicles, such as a new portal for parking recreational vehicles during their non-tourist use period.

Winery and motor caravan site: an initiative of the CIVD to increase capacity

Caravanning holidaymakers are experience-oriented travelers. They are looking for peace and quiet in a natural setting and a city experience in equal measure, depending on where they are. Particularly important to them are the pleasures of



Artenreiche Bepflanzung mit klima- und insektenfreundlicher Solar-LED-Beleuchtung auf dem Reisemobilstellplatz an der FrankenTherme im fränkischen Bad Königshofen

Species-rich planting with climate- and insect-friendly solar LED lighting on the motor caravan site at the FrankenTherme in Bad Königshofen, Franconia

Weingut und Reisemobilstellplatz: eine CIVD-Initiative zur Kapazitätserweiterung

Caravanning-Urlauber sind erlebnisorientierte Reisende. Sie suchen Ruhe im naturnahen Raum und Erlebnis der City gleichermaßen, je nachdem, wo sie sind. Besonders wichtig ist ihnen der Genuss beim Essen und Trinken und eine schöne Aussicht vom Stellplatz aus. Für den Winzer sind Reisemobilfahrer eine interessante neue Zielgruppe, die als genussfreudige Gäste gerne regionale Produkte konsumieren und zudem kaufkräftig sind. Da die Gäste zum Weinbauern kommen, bieten sie den Winzern eine ideale Form des Direktvertriebs, in vielen Fällen sind Caravaning-geeignete Areale ohnehin vorhanden. Daher hat der CIVD seit 2022 den Austausch mit den 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.

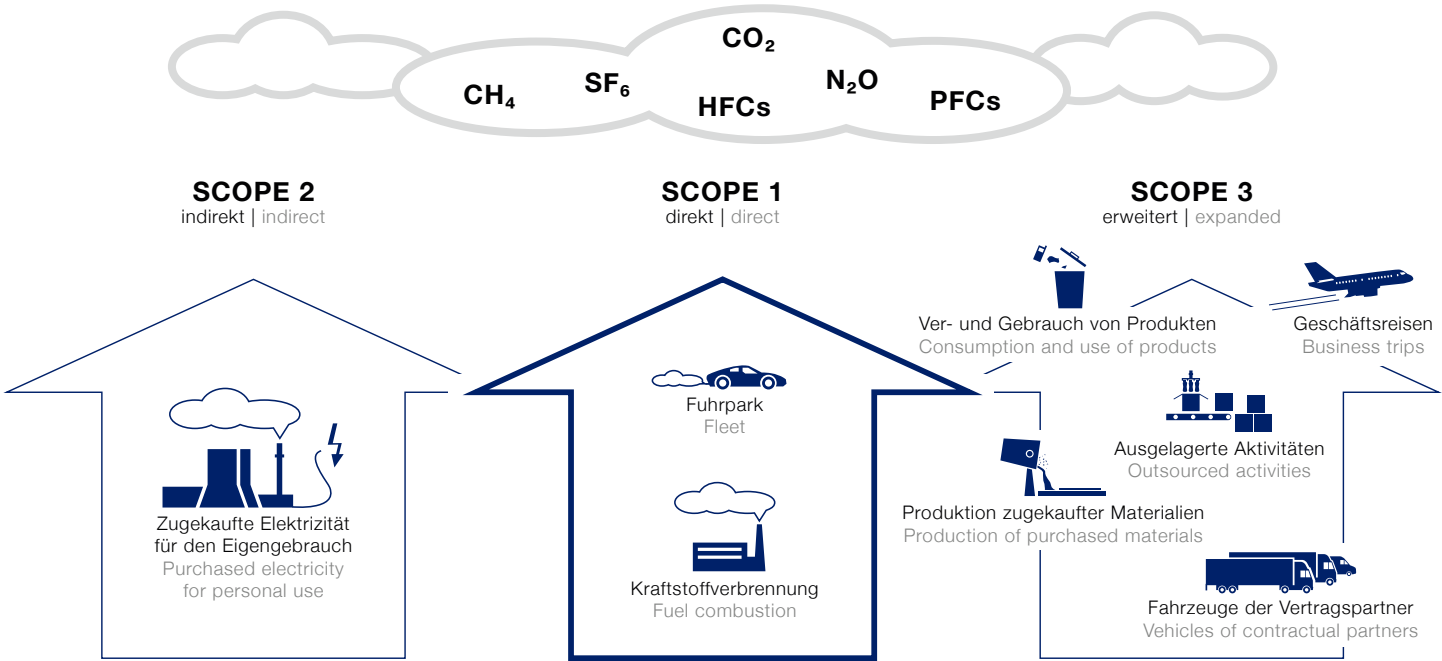
eating and drinking and a beautiful view from the pitch. For the winegrower, motor home drivers are an interesting new target group who, as pleasure-loving guests, like to consume regional products and also have purchasing power. Since the guests come to the winegrower, they offer the vintners an ideal form of direct sales. The wine producer saves on expensive shipping fees and, in addition, enables sustainable travel; moreover, in many cases, caravanning-suitable areas are available anyway. That is why the CIVD 2022, together with the CARAVAN SALON, presented this form of vacation at the ProWein trade fair and sought an exchange with the wine producers. The CIVD took up this thread of conversation again in the following year 2023 and conducted a workshop with vintners together with the trade fair partner CARAVAN SALON. The basis for this is the current CIVD guide “Winery and motor caravan site”, which introduces interested parties to the topic in an easily understandable way and clarifies the economic relevance for vintners.

Caravanning-Tourismus fördern

Die Caravanning-Industrie sichert insgesamt über 36.000 Arbeitsplätze in Produktion, Vertrieb und Handel mit einem Jahresumsatz von gut 14 Milliarden Euro. Dazu kommen 75.000 Arbeitsplätze im Tourismus und über 15 Milliarden Euro Umsatz pro Jahr für die heimische Wirtschaft, hiervon 4,5 Milliarden Euro, die direkt in den Regionen bleiben: Caravanning ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für den Tourismusstandort Deutschland und sicherte in der Pandemie Zehntausende von Arbeitsplätzen. Diese Entwicklung gilt es auch auf Bundesebene zu fördern. Daher unterstützt die Caravanningbranche den im Juli 2022 im Bundestag eingebrachten Antrag der CDU/CSU, der sich unter anderem mit den Themen Führerschein und Parkmöglichkeiten befasst, aber auch ein großes Augenmerk auf die Caravanning-Infrastruktur richtet. ■

Promoting caravanning tourism

The caravanning industry secures over 36,000 jobs in production, sales and trade with an annual turnover of a good 14 billion euros per year. In addition, there are 75,000 jobs in tourism and over 15 billion euros in turnover per year for the domestic economy, of which 4.5 billion euros remain directly in the regions: caravanning is an important economic factor for Germany as a tourism location and secured tens of thousands of jobs during the pandemic. This development must also be promoted at the federal level. For this reason, the caravanning industry supports the motion of the CDU/CSU tabled in the Bundestag in July 2022, which deals, among other things, with the topics of driving licences and parking facilities, but also pays great attention to the caravanning infrastructure. ■



Drei Stufen der Bilanzierung von Treibhausgasemissionen  
Three stages of accounting for greenhouse gas emissions



# Nachhaltigkeit

## Sustainability

Caravaning ist nicht nur eine pandemietaugliche, sondern auch eine ökologisch verträgliche Art des Reisens. Denn: Der Urlaub im Caravan oder Reisemobil ist untrennbar mit Naturerlebnissen verbunden. Ressourcenschonende Produktion, schadstoffarme Fahrzeuge nach den neuesten umwelttechnischen Standards sowie die umweltfreundliche Urlaubsform Caravaning bilden das Gerüst für das nachhaltige Engagement der gesamten Lieferkette.

**Umweltschutz und Nachhaltigkeit als Antreiber**

Bereits in den Jahren 2007 und 2013 bilanzierte das Öko-Institut e. V., dass Reisen mit Reisemobilen im Vergleich zu anderen Reiseformen ökologisch günstig abschneiden. Im Jahr 2020 stellte eine Studie des Instituts für Energie- und Umweltforschung Heidelberg (ifeu) fest, dass der Aufenthalt auf Camping- oder Reisemobilstellplätzen pro Person bis zu zehnmal weniger CO<sub>2</sub>-Äquivalente freisetzt als der in Hotels. Demnach werden beim Urlaub mit Reisemobil oder Caravan vor allem gegenüber Flugreisen und Hotelübernachtungen weniger klimaschädliche Emissionen freigesetzt. Selbst Reisen mit der Bahn haben nicht zwangsläufig eine wesentlich bessere Klimabilanz. Gerade vor dem Hintergrund der Klimakrise wird dieser Nachhaltigkeitsaspekt für viele Urlauber immer entscheidender. Diese Vorteile will die Caravaning-Industrie ausbauen und damit helfen, den Schutz des Klimas und unserer natürlichen Ressourcen voranzutreiben.



Daniel Onggowinarso (Geschäftsführer CIVD), Dr. Stefanie Hähnlein (Büroleiterin Wahlkreisbüro MdB Kühn), Hans Frindte (Geschäftsführer Fend-Caravan), Christian Kühn (MdB Bündnis 90/Die Grünen), Bernd Löher (Geschäftsführer Hobby Wohnwagenwerk), Hermann Pfaff (Präsident CIVD), Werner Vaterl (COO Knaus Tabbert, CIVD-Vorstand Technik & Umwelt), Quelle: Florian Reichelt, Büro MdB Christian Kühn  
Daniel Onggowinarso (Managing Director CIVD), Dr. Stefanie Hähnlein (Office Director Constituency office MdB Kühn), Hans Frindte (Managing Director Fend-Caravan), Christian Kühn (MdB Bündnis 90/Die Grünen), Bernd Löher (Managing Director Hobby Wohnwagenwerk), Hermann Pfaff (President CIVD), Werner Vaterl (COO Knaus Tabbert, CIVD Board Member Technology & Environment), Source: Florian Reichelt, Büro MdB Christian Kühn

Caravanning is not only a pandemic-suitable way of travelling, but also an ecologically compatible one. After all, a holiday in a caravan or motor caravan is inseparably linked with experiencing nature. Resource-saving production, low-emission vehicles that meet the latest environmental standards and the environmentally friendly caravanning type of holiday form the framework for the sustainable commitment of the entire supply chain.

**Environmental protection and sustainability as drivers**

As early as 2007 and 2013, the Ökoinstitut e.V. reported that travel with motor caravans was ecologically favourable compared to other forms of travel. In 2020, a study by the Heidelberg Institute for Energy and Environmental Research (ifeu) found that staying at camping or motor caravan pitches releases up to ten times less CO<sub>2</sub> equivalents per person than staying in hotels. According to this, holidays with a motor caravan or caravan release fewer climate-damaging emissions, especially compared to air travel and overnight stays in hotels. Even travelling by train does not necessarily have a significantly better climate balance. Especially against the background of the climate crisis, this sustainability aspect is becoming increasingly important for many holidaymakers. The caravanning industry wants to expand these advantages and thus help to promote the protection of the climate and our natural resources.



Muster  
Sample

**Klimaschutzinitiative der Caravaning-Industrie**

Die nachhaltige Ausrichtung der Unternehmen der Caravaningbranche ist eine zentrale Angelegenheit. Angelehnt an das bereits bewährte Zertifizierungssystem der Deutschen Holzindustrie legt das Konzept für Nachhaltigkeit und Klimaschutz den Grundstein für eine klimaneutrale Branche. Mit einer auf die Caravaning-Industrie ausgerichteten Vergabegrundlage für die Klimaschutzinitiative werden zunächst CO<sub>2</sub>-Bilanzen nach dem GHG Protocol für die teilnehmenden Unternehmen erstellt. Über die Erarbeitung von individuellen Reduktionsmaßnahmen werden nicht vermeidbare CO<sub>2</sub>-Emissionen anhand zertifizierter Projekte kompensiert. Unternehmen, die der **Klimaschutzinitiative der Caravaning-Industrie** beitreten, verpflichten sich, ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen regelmäßig überprüfen zu lassen und nach Möglichkeit zu reduzieren.

**Klimaneutrale Unternehmen** kompensieren auf Basis der erstellten CO<sub>2</sub>-Bilanz ihre unvermeidbaren Emissionen durch die gezielte Förderung zertifizierter, klimafreundlicher Projekte. Die Zertifizierung als **klimaneutrales Produkt** setzt eine über die gesamte Produktions- und Lieferkette vom Rohstoff bis hin zum Verbraucher transparente CO<sub>2</sub>-Bilanz voraus. Nicht vermeidbare Emissionen werden durch Klimaschutzzertifikate kompensiert. Weitere Informationen: [civd.de](https://civd.de)

**Besuch des Parlamentarischen Staatssekretärs Christian Kühn**

Caravaning ist Zukunftstourismus und eine umweltverträgliche Art des Reisens, wobei die Caravaning- und die Camping-Wirtschaft gleichzeitig Arbeitsplätze und touristische Wertschöpfung in Deutschland schaffen. Davon konnte sich auch der Parlamentarische Staatssekretär beim Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) Christian Kühn MdB beim Besuch des CIVD auf der CMT in Stuttgart überzeugen. Gerade vor dem Hintergrund der Klimakrise wird Nachhaltigkeit für viele Urlauber immer entscheidender. Die Caravaning-Industrie will deshalb weiter in den Produktions- und Tourismusstandort Deutschland investieren und damit helfen, den Schutz des Klimas und der natürlichen Ressourcen voranzutreiben. Themen wie nachhaltige Infrastruktur, Antriebswende und künftige Emissionsnormen (Euro 7) auch aus Sicht der Caravaning-Industrie sollten deshalb auf die politische Agenda. ■

**Climate protection initiative of the caravanning industry**

The sustainable orientation of companies in the caravanning industry is a central issue. Based on the already proven certification system of the German timber industry, the concepts of sustainability and climate protection lay the foundation for a climate-neutral industry. With an accounting standard aligned with the climate protection initiative and the caravanning industry, CO<sub>2</sub> balances are first drawn up for the participating companies in accordance with the GHG Protocol. Through the development of individual reduction measures, unavoidable CO<sub>2</sub> emissions are compensated for by means of certified projects. Companies that join the **initiative of the caravanning industry** will have to check their CO<sub>2</sub> emissions regularly and to reduce them where possible.

**Climate-neutral companies** compensate for their unavoidable emissions based on the CO<sub>2</sub> balance drawn up by specifically promoting certified, climate-friendly projects. Certification as a **climate-neutral product** requires a transparent CO<sub>2</sub> balance throughout the entire production and supply chain, from the raw material to the consumer. Unavoidable emissions are offset by climate protection certificates. Further information at: [civd.de](https://civd.de).

**Visit of the Parliamentary State Secretary Christian Kühn**

Caravanning is tourism of the future and an environmentally friendly way of travelling. At the same time, the caravanning and camping industry creates jobs and tourist value in Germany. The Parliamentary State Secretary at the Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation, Nuclear Safety and Consumer Protection (BMUV), Christian Kühn MdB, was able to see this for himself when he visited the CIVD at the CMT in Stuttgart. Especially against the background of the climate crisis, sustainability is becoming increasingly important for many holidaymakers. The caravanning industry therefore wants to continue to invest in Germany as a production and tourism location and thus help to promote the protection of the climate and natural resources. Topics such as sustainable infrastructure, a change in drive systems and future emission standards (Euro 7) must therefore be on the political agenda. ■



# Das europäische Produkthaftungsrecht wird erneuert

## The new European Product Liability Directive

Die Europäische Kommission hat am 28. September 2022 einen Entwurf für eine neue Produkthaftungsrichtlinie vorge stellt. Seit 1985 haften Hersteller innerhalb der Europäischen Union aufgrund der Produkthaftungsrichtlinie 85/374/EWG, in Deutschland umgesetzt durch das Produkthaftungsgesetz (ProdHaftG), verschuldensunabhängig für Personen- und Sachschäden wegen fehlerhafter Produkte.

Auch in Zukunft sollen Hersteller verschuldensunabhängig für fehlerhafte Produkte haften. Allerdings sollen die über 35 Jahre alten Vorschriften zur Produkthaftung an den aktuellen Stand der Technik, der Produktion und des Vertriebs angepasst werden. Der Entwurf des neuen Produkthaftungsrechts sieht dazu folgende wesentliche Neuerungen vor, die auch für die Akteure in der Caravaningbranche von Bedeutung sind:

- In Zukunft sollen neben dem Hersteller, Quasi-Hersteller und Importeur auch weitere Unternehmen haftbar sein. Klargestellt wird insbesondere die bisherige Praxis, dass Hersteller auch ist, wer ein Produkt nach Inverkehrbringen ohne Zustimmung des ursprünglichen Herstellers wesentlich verändert.
- Ein Produkt soll auch dann als fehlerhaft gelten, wenn es nicht den berechtigten Sicherheitserwartungen des durchschnittlichen Verbrauchers entspricht. Hierbei soll in Zukunft auch eine Intervention von Behörden im Hinblick auf die Produktsicherheit zu berücksichtigen sein.
- Vorgesehen sind auch neue Beweislasterleichterungen, um Geschädigten die Geltendmachung von Schadensersatzansprüchen zu erleichtern. So soll die Kausalität von Produktfehler und Schaden widerlegbar vermutet werden, wenn der Schaden durch „offensichtliche Fehlfunktion des Produkts bei normalem Gebrauch“ entstanden oder die Beweisführung sonst „aufgrund der technischen und wissenschaftlichen Komplexität übermäßig schwierig“ ist.
- Bemerkenswert ist zudem die neu vorgesehene Offenlegung von Beweismitteln. Nationale Gerichte sollen beklagte Unternehmen verpflichten können, relevante Beweismittel (d. h. interne Dokumente, wie etwa Produkttests) offenzulegen, solange der Kläger durch Tatsachen und Beweise hinreichend darlegen kann, dass ein Anspruch wahrscheinlich ist. Eine solche weite Offenlegungspflicht stammt aus dem angloamerikanischen Rechtskreis.
- Außerdem sollen die bisherigen Selbstbehalte bei Sachbeschädigung (500 Euro) und die Haftungshöchstgrenze bei Personenschäden (85 Millionen Euro) entfallen. Auch dies dürfte die Haftungsrisiken für Unternehmen erhöhen.

In welcher Form die neue Produkthaftungsrichtlinie verabschiedet wird, bleibt abzuwarten. Aktuell sieht der Richtlinienentwurf vor allem zugunsten von Verbrauchern Neuerungen vor, um die Geltendmachung von Schadensersatzansprüchen zu erleichtern. Sollte der Entwurf für das neue Produkthaftungsrecht unverändert verabschiedet werden, würde er dagegen für Unternehmen entlang der Produktionskette, darunter Hersteller von Reisemobilen, Caravans und Kastenwagen, erhebliche neue Haftungsrisiken schaffen. ■

On 28 September 2022, the European Commission presented a draft for a new product liability directive. Since 1985, manufacturers within the European Union have been liable for personal injury and property damage caused by defective products on the basis of the Product Liability Directive 85/374/EEC, implemented in Germany by the Product Liability Act (ProdHG).

In future, manufacturers shall remain liable for defective products regardless of fault. However, the more than 35-year-old regulations on product liability are to be adapted to the current state of technology, production and distribution. The draft of the new product liability law provides for the following essential changes, which are also important for the players in the caravanning industry:

- In future, in addition to the manufacturer, quasi-manufacturer and importer, other companies shall also be liable. In particular, the current practice is clarified that a manufacturer is also someone who substantially changes a product after it has been placed on the market without the consent of the original manufacturer.
- A product shall also be considered defective if it does not meet the justified safety expectations of the average consumer. In future, interventions by the authorities with regard to product safety will also have to be taken into account.
- There are also plans to ease the burden of proof in order to make it easier for injured parties to assert claims for damages. For example, the causality of product defect and damage is to be rebuttably presumed if the damage was caused by “obvious malfunction of the product during normal use” or if the evidence is excessively difficult “due to technical or scientific complexity”. It is unclear when this should be the case.
- Also noteworthy is the newly envisaged disclosure of evidence. National courts should be able to oblige defendant companies to disclose relevant evidence (i.e. internal documents, such as product tests) as long as the plaintiff can sufficiently demonstrate by facts and evidence that a claim is likely. Such a broad duty of disclosure originates from Anglo-American law.
- In addition, the previous deductibles for damage to property (EUR 500) and the maximum liability limit for personal injury (EUR 85 million) are to be abolished. This, too, is likely to increase the liability risks for companies.

It remains to be seen what form the new product liability directive will take. At present, the draft directive provides for innovations primarily in favour of consumers in order to facilitate the assertion of claims for damages. If the draft for the new product liability law is adopted unchanged, it would create considerable new liability risks for companies along the production chain, including manufacturers of motor caravans, caravans and vans. ■

# Internationale Verbändepartnerschaften

## International association partnerships

Südkorea ist ein Markt mit großem Absatzpotenzial, einer Bevölkerung mit Outdoor- und Camping-Affinität sowie hohem Einkommen. Südkorea ist der am stärksten wachsende Caravaning- und Campingmarkt in Asien. Die jährlichen Neuzulassungen von Caravans/Reisemobilen stiegen von 900 (2015) auf fast 6.000 Neuzulassungen. Im Caravan-Segment etabliert sich Südkorea als stabiler Exportpartner auf Platz 6 der deutschen Ausfuhrangliste. Schwierig dagegen ist die Situation für Reisemobile aufgrund der dortigen Emissionsvorschriften.

Diese Handelshemmnisse erörterte der CIVD unter Mithilfe des Bundesministeriums für Digitales und Verkehr mit den dortigen staatlichen Organisationen. Im Rahmen einer CIVD-Delegationsreise zur Messe in Busan im Juni 2022 wurde mit dem dortigen Verband, Korea Recreational Vehicle Industry Association (KR VIA), eine strategische Partnerschaft in Form eines Memorandum of Understanding (MOU) eingegangen. Während der Reise wurden initiale Treffen mit den dortigen Ministerien und Behörden durchgeführt und Markteintrittsbarrieren besprochen. Gleichzeitig findet ein kontinuierlicher Austausch zu technischen Vorschriften und Standards zwischen Deutschland und Südkorea statt.

Nachdem sich in einigen asiatischen Ländern bereits nennenswerte Caravaningmärkte etabliert haben, rückte vor dem Hintergrund der fortschreitenden Globalisierung des Caravaning- und Camping-Lifestyles auch Malaysia in den Fokus. Das East Coast Economic Region Development Council (ECERDC) ermöglicht interessierten Herstellern und Zulieferern einen attraktiven Marktzugang. Der Fokus für die deutschen Hersteller liegt vor dem Hintergrund der zahlreichen regionalen Freihandelsabkommen zunächst in der Etablierung eines strategischen Standorts für die Distribution des APAC-Raumes.

Im Rahmen eines auch 2022 unterzeichneten MOU mit ECERDC unterstützt der CIVD die malaysischen Ministerien und Behörden bei der Typgenehmigung von Freizeitfahrzeugen. Durch eine Delegationsreise im Februar 2023 wurden in hochrangig besetzten Gesprächsrunden die bestehenden Kontakte weiter ausgebaut. ■



Bildquelle: Busan Exhibition & Convention Center (BEXCO)/KR VIA; Korea MoU Signing auf der Campingcar Show 2022, Busan, Südkorea  
Image source: Busan Exhibition & Convention Center (BEXCO) / KR VIA; Korea MoU signing at Campingcar Show 2022, Busan, South Korea



Dato' Sri Norazmanbin Ayob (Deputy Secretary General MITI), YB Senator Tengku Datuk Seri Utama Zafrul Tengku Abdul Aziz (Malaysischer Minister für Internationalen Handel und Wirtschaft), Dato' Baidzawi Che Mat (CEO ECERDC), Hermann Pfaff (Präsident CIVD)  
Dato' Sri Norazmanbin Ayob (Deputy Secretary General MITI), YB Senator Tengku Datuk Seri Utama Zafrul Tengku Abdul Aziz (Malaysian Minister for International Trade and Economy), Dato' Baidzawi Che Mat (CEO ECERDC), Hermann Pfaff (President CIVD)

South Korea is a market with great sales potential, a population with an affinity for the outdoors and camping, and high income. South Korea is the fastest-growing caravanning and camping market in Asia. Annual new registrations of caravans and motor caravans increased from 900 (2015) to almost 6,000 new registrations. CIVD members benefit disproportionately from this development through exports. In the caravan segment, South Korea is establishing itself as a stable export partner in 6th place in the German export rankings. The situation for motor caravans, on the other hand, is difficult. Despite high demand from South Korea for high-quality and technically mature German products, the export of motor caravans is currently not possible due to the emission regulations there.

With the help of the Federal Ministry of Digital and Transport, the CIVD is trying to discuss these trade barriers with the government organisations there. During a CIVD delegation trip to the trade fair in Busan in June 2022, a strategic partnership in the form of a memorandum of understanding MOU was entered into with the Korea Recreational Vehicle Industry Association (KR VIA). Initial meetings were held with the local ministries and authorities and market entry barriers were discussed. At the same time, there is a continuous exchange on technical regulations and standards between Germany and South Korea. Now that noteworthy caravanning markets have been established in some Asian countries, Malaysia has also moved into focus against the background of the advancing globalisation of the caravanning and camping lifestyle. The East Coast Economic Region Development Council (ECERDC) offers interested manufacturers and suppliers attractive market access in Malaysia. Against the backdrop of the numerous regional free trade agreements, the initial focus for German manufacturers is on establishing a strategic location for distribution in the APAC region.

Within the framework of a MOU with ECERDC, which was also signed in 2022, the CIVD supports the Malaysian ministries and authorities in the type approval of recreational vehicles. To this end, extensive knowledge is shared on standardisation, other necessary framework conditions for use and the creation of infrastructure.

Within the framework of another delegation trip in February 2023, the existing contacts were further expanded in high-level discussion rounds, among other things. ■



# Caravaning ist wichtiger Tourismus- und Wirtschaftsfaktor

## Caravanning is an important tourism and economic factor

Der Urlaub mit Reisemobil und Caravan wird seit vielen Jahren immer beliebter. Von diesem nachhaltigen und langfristig angelegten Urlaubstrend profitiert der Wirtschaftsstandort Deutschland. Zu diesem Ergebnis kommt eine neue Studie des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München (dwif).


### Caravaning-Tourismus beschert Wirtschaft Milliardenumsatz

Camping-Urlauber bescherten der deutschen Wirtschaft 2021 über 15 Milliarden Euro Umsatz. Mit einem Umsatzplus von über 7 Prozent wurde damit eine Milliarde Euro mehr im Vergleich zu 2020 generiert. Haupttreiber dieser Entwicklung ist der Reisemobil-Tourismus.

Holidaying with motor caravans and caravans has been becoming increasingly popular for many years. Germany as a tourist destination is benefiting from this sustainable and long-term vacation trend. This is the conclusion of a new study by the German Institute of Economic Research for Tourism (e. V.) at the University of Munich (dwif).

### Caravanning tourism generates billions in revenue for the economy every year

Camping tourists provided the German economy with over 15 billion euros in revenue last year alone. With an increase in revenue of over 7 percent, this means that one billion euros more were generated compared to 2020. The main driver of this development is motor caravan tourism.



Urlauber mit Caravan oder Reisemobil bescherten der deutschen Wirtschaft im Jahr 2021 über **15 Milliarden Euro** Umsatz. Das ist ein Anstieg von rund einer Milliarde Euro im Vergleich zu 2020.

Tourists with caravans or motor caravans will generate more than **15 billion euros** in revenue for the German economy in 2021. That is an increase of around one billion euros compared with 2020.

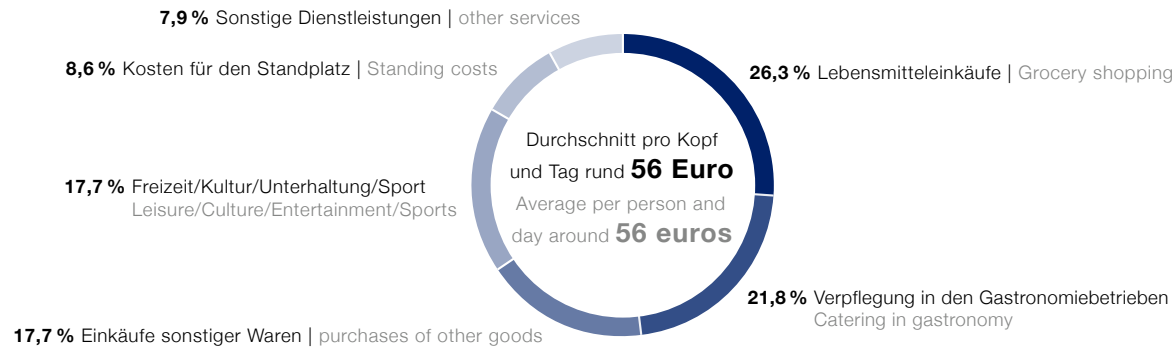
### Umsätze kommen den Regionen zugute

Für die von der Pandemie betroffenen Tourismusregionen waren dies wichtige Einnahmen: Insgesamt betrugen die Ausgaben in den Zielgebieten über 4,8 Milliarden Euro, welche direkt in die regionalen Wirtschaftskreisläufe flossen. Dies ist ein Plus von 6,6 Prozent gegenüber den Werten aus 2020. Wesentlicher Treiber dieser Entwicklung sind Reisemobilisten. Ihr Konsum im Zielgebiet außerhalb von Campingplätzen stieg 2021 um 18,5 Prozent auf 1,5 Milliarden Euro. Touristische Camper auf Campingplätzen sind für 2,4 Milliarden Euro verantwortlich (plus 4,3 Prozent). Von den steigenden Umsätzen profitierte auch der deutsche Fiskus: Der Steuereffekt stieg auf über 3 Milliarden Euro.

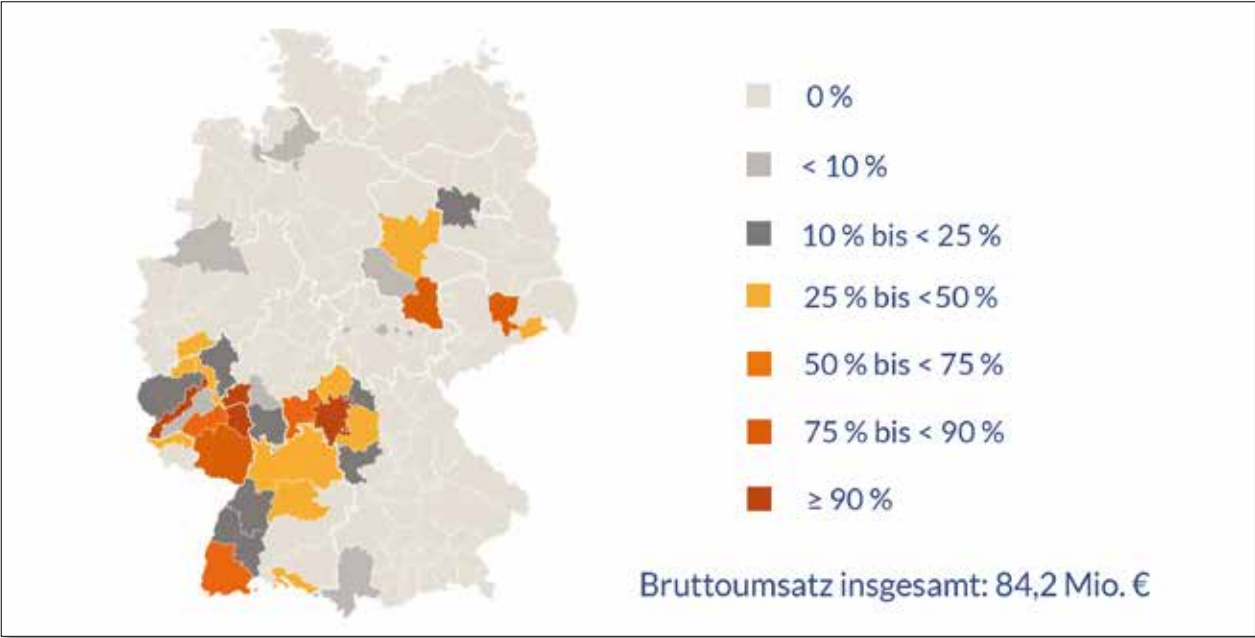
### Revenues benefit the regions

For the tourism regions affected by the pandemic, this was important revenue: in total, spending in the destinations amounted to more than 4.8 billion euros, which went directly into regional economic circulation. This is an increase of 6.6 per cent compared with the figures from 2020. The main drivers of this development are motor caravan tourists. Their spending in the destination area outside of campsites increased by 18.5 per cent to 1.5 billion euros in 2021. Tourist campers at campsites are responsible for 2.4 billion euros (up 4.3 per cent). The German treasury also benefited from the rising sales: the tax benefit rose to over 3 billion euros.

### Ausgaben der Reisemobilisten an Winzerstandorten Expenses of motor caravan owners at winegrowing locations



Quelle: dwif 2022, Beim Caravaning beginnt die Urlaubsfreude schon auf der Fahrt in den Urlaub  
Source: dwif 2022, When it comes to caravanning, the joy of vacation begins on the journey to vacation



Anteil der Umsätze an Winzerstandorten (2021) in Relation zu den gesamten Umsätzen durch Reisemobilisten auf ausgewiesenen Reisemobilstellplätzen im jeweiligen Reisegebiet (2020)  
Quelle: dwif 2022, Kartengrundlage: GfK

Proportion of sales at winemaking sites (2021) relative to total sales by motor caravan tourists at designated sites in the respective travel area (2020)  
Source: dwif 2022, Map basis: GfK

### Stellplätze immer beliebter

Bei der Auswahl an Übernachtungsmöglichkeiten gewinnen Stellplätze immer mehr an Bedeutung. Laut der Studie wurde 2021 erstmals die Marke von über 5.000 Stellplätzen in Deutschland übertroffen. Dies ist ein Plus von rund 8 Prozent im Vergleich zur Vorjahresuntersuchung. Der Erfolgskurs von Stellplatztourismus zeigt sich auch durch seinen mittlerweile hohen Marktanteil: 2021 stieg der Anteil um 3 Punkte auf 31 Prozent am gesamten Caravaning-Tourismusumsatz an.

### Caravanning sites more and more popular

When it comes to choosing overnight accommodation, camp-sites are becoming increasingly important. According to the study, the mark of over 5,000 sites in Germany was surpassed for the first time in 2021. This is an increase of around 8 per cent compared with the previous year's study. The success of campsite tourism is also reflected by its now high market share: in 2021, the share rose by 3 points, to 31 percent of total caravanning tourism revenue.

### Wirtschaftliche Relevanz von Wein- und Cararavaning-Tourismus

Die Urlaubsform Caravaning boomt und zeigt sich als besonders krisenfester Wirtschaftszweig. Eine weitere dwif-Studie beweist eindrucksvoll die ökonomische Relevanz und Symbiose von Caravaning und Weintourismus. Etwa 100 Mio. Euro werden jährlich in Weinregionen durch Reisemobilisten umgesetzt. Dabei finden rund 1,5 Mio. Übernachtungen an Winzerstandorten statt; dies entspricht dem beachtlichen Anteil von 15 Prozent der bundesweiten Übernachtungen auf Reisemobilstellplätzen. Betrachtet man die regionale Umsatzverteilung nach Reisegebieten, zeigen sich Schwerpunkte in den großen Weingebieten: fränkisches Weinland, Mosel/Saar, Rheingau-Taunus und Rheinhessen. Aber auch die weiteren Wein- und Reiseregionen bieten noch zu erschließendes Umsatzpotenzial. Die Verbundenheit zur Natur und Region sind Eckpfeiler der Urlaubsform Caravaning und bieten damit eine ideale Schnittmenge zum Weintourismus. Die überdurchschnittlich kaufkräftigen und konsumfreudigen Caravaning-Reisenden geben dabei pro Person und Urlaubstag rund 56 Euro in der Region aus – den Großteil direkt am Weingut, sofern eine geeignete Infrastruktur vorhanden ist.

### Economic relevance of wine and caravanning tourism

Caravanning as a form of tourism is booming and proves to be a particularly crisis-resistant branch of the economy. Another dwif study impressively proves the economic relevance and symbiosis of caravanning and wine tourism. Around 100 million euros are generated annually in wine regions by caravanning tourists. Around 1.5 million overnight stays are made at wine-growing locations, a considerable 15 per cent of overnight stays at motor caravan sites in Germany. If we look at the regional distribution of sales by destination, we see that the main focus is on the major wine regions: Franconian wine country, Moselle/Saar, Rheingau-Taunus and Rhineland. But the other wine and travel destinations also still offer revenue potential that needs to be unlocked. The connection to nature and the region are cornerstones of caravanning as a form of tourism and thus offer an ideal intersection with wine tourism. Caravanning tourists with above-average purchasing power and a high propensity to consume spend around 56 euros per person and day in the region – the majority directly at the winery, provided that a suitable infrastructure is available.

### Experten der touristischen Marktforschung

Das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr (dwif) hat sich auf Beratungsleistungen in den Bereichen Destinationsmanagement, Marktforschung sowie betriebswirtschaftliche und ökonomische Analysen spezialisiert. ■

### Experts in tourism market research

The German Economic Institute for Tourism specialises in consulting services in the areas of destination management, market research, and business and economic analyses. ■




# Caravaning-Urlauber sind glücklicher und leben nachhaltiger

## Caravanning tourists are happier and live more sustainable lives

Menschen, die regelmäßig ihren Urlaub mit Caravan oder Reisemobil verbringen, fühlen sich wohler als der Durchschnitt der Gesellschaft. Das hat eine repräsentative Befragung der GfK im Auftrag des CIVD ergeben. Die Ergebnisse der GfK-Untersuchung basieren auf den Antworten von 2.001 Befragungsteilnehmern, die unter anderem zu ihren Urlaubsinteressen, ihrem persönlichen Wohlbefinden und ihrer Einstellung zu Natur und Nachhaltigkeit befragt wurden.

People who regularly spend their leisure time in a caravan or motor caravan feel more comfortable than the average person. This is the result of a representative survey conducted by GfK on behalf of the CIVD. The results of the GfK survey are based on the responses of 2,001 survey participants, who were asked about their travel interests, personal well-being and their attitude towards nature and sustainability, among other things.



Caravaning-Urlauber sind im Vergleich zur durchschnittlichen Bevölkerung **fröhlicher, glücklicher** und auch **zufriedener** mit ihrer Gesundheit.

Caravanning tourists are more **cheerful, happier** and also **more satisfied** with their health compared to the average population.

### Caravaning-Urlauber sind glücklicher













Auch wenn laut Studie das Wohlbefinden unter anderem durch die Lebenseinstellung und -werte getrieben wird und nicht maßgeblich durch die Urlaubsart: Caravaning-Reisende sind im Vergleich zur durchschnittlichen Bevölkerung fröhlicher, glücklicher und auch zufriedener mit ihrer Gesundheit. In der Befragung beurteilte die Gruppe der Caravaning-Urlauber ihr persönliches Wohlbefinden insgesamt positiver als die durchschnittliche Bevölkerung. 75 Prozent der Caravaning-Urlauber gaben an, glücklich zu sein. Bei der Durchschnittsbevölkerung ist der Wert um 11 Prozentpunkte niedriger. Der

### Caravanning tourists are happier

Even if, according to the study, well-being is driven, among other things, by life attitudes and values and not primarily by the type of holiday: caravanning tourists are more cheerful, happier and also more satisfied with their health compared to the average population. In the survey, the group of caravanning tourists rated their personal well-being more positively overall than the average population. 75 per cent of caravanning tourists stated that they were happy. For the average population, the figure is 11 percentage points lower. The statement “I am a happy and good-humoured person” was

### Caravaning-Urlauber fühlen sich wohler als der Durchschnitt der Gesellschaft


Caravanning holidaymakers feel better than the average person in society

Aussage Statement	Bevölkerung Population	Caravaning- Urlauber Caravanning holidaymakers	Abweichung in %-Pkt. Deviation in % pts.
Ich bin ein fröhlicher und gut gelaunter Mensch. I'm a happy and good-humoured person.	 69 %	 79 %	 10 %
Ich bin glücklich. I am happy.	 64 %	 75 %	 11 %
Mein Alltag ist voller Dinge, die mich interessieren. My everyday life is full of things that interest me.	 63 %	 75 %	 12 %
Ich sehe meiner Zukunft positiv entgegen. I am positive about my future.	 55 %	 65 %	 10 %

Quelle: GfK, Caravaning und Wohlbefinden, August 2022  
Source: GfK, Caravanning and well-being, August 2022



### Für Caravaning-Urlauber wichtige Aspekte im Urlaub und Vorlieben in der Freizeit

Important holiday aspects and leisure preferences for caravanning holidaymakers






**Im Urlaub**  
On holiday


In der Natur sein.  
Being in nature.

 69 %  48 %

Nachhaltigkeit/Umweltverträglichkeit  
Sustainability/environmental compatibility



 34 %  22 %

**Caravaning-Urlauber**  
Caravanning holidaymakers






**Im Alltag**  
In everyday life


Gartenarbeit  
Gardening

 58 %  37 %

Sich in der Natur aufhalten.  
Spending time in nature.

 72 %  59 %

**Bevölkerung**  
Population



Mehr unter civd.de (mit Möglichkeit zum Download der Studie)  
More at civd.de (with the possibility to download the study)

Quelle: GfK, Caravaning und Wohlbefinden, August 2022  
Source: GfK, Caravanning and well-being, August 2022

Aussage „Ich bin ein fröhlicher und gut gelaunter Mensch“ stimmten 69 Prozent der Gesamtbevölkerung und 79 Prozent der Caravaning-Reisenden zu. Die Aussage „Ich sehe meiner Zukunft positiv entgegen“ bejahten 65 Prozent der Urlauber mit einem Freizeitfahrzeug. In der Durchschnittsbevölkerung hatten nur 55 Prozent dieses Statement abgegeben.

**Natur und Nachhaltigkeit haben hohen Stellenwert**  
Auch das Themenfeld Natur und Nachhaltigkeit ist Caravaning-Reisenden sehr wichtig. Sie verbringen nicht nur ihren Urlaub, sondern auch ihre Freizeit am liebsten in der Natur. Diese Naturverbundenheit wirkt sich positiv auf die Sensibilisierung beim Thema Nachhaltigkeit aus: 64 Prozent der befragten Caravaning-Reisenden versuchen, ihren Urlaub und Ausflüge möglichst nachhaltig und umweltschonend zu gestalten, und sogar 66 Prozent achten im Alltag auf eine umweltschonende Fortbewegungsweise. In der Durchschnittsbevölkerung tun dies lediglich 47 Prozent im Urlaub und 53 Prozent im Alltag.

**Über acht Jahrzehnte Erfahrung in der Marktforschung**  
Seit über 85 Jahren liefert die GfK, einer der weltweit führenden Anbieter von Daten und Analytik, seinen Kunden Erkenntnisse über Märkte und Verbraucherverhalten. ■

agreed to by 69 per cent of the overall population and 79 per cent of caravanning tourists. The statement “I am positive about my future” was affirmed by 65 per cent of holidaymakers with a leisure vehicle. In the average population, only 55 per cent had made this statement.

**Nature and sustainability are highly valued**  
The subject area of nature and sustainability is also very important to caravanning travellers. They prefer to spend not only their holidays but also their leisure time in nature. This affinity with nature has a positive effect on their awareness for sustainability: 64 per cent of the caravanning travellers surveyed try to make their holidays and excursions as sustainable and environmentally friendly as possible, and as many as 66 per cent ensure that they travel in an environmentally friendly way in their everyday lives. In the average population, only 47 per cent do this during their travels and 53 per cent in their everyday lives.


**Over eight decades of experience in market research**  
For over 85 years, GfK, one of the world’s leading providers of data and analytics, has been providing its clients with insights into markets and consumer behaviour. ■



# Internationaler CARAVAN SALON

# International CARAVAN SALON

Der CARAVAN SALON ist die internationale Leitmesse der Caravaningbranche und das Messehighlight des Jahres. Als ihr ideeller Träger leistet der CIVD einen maßgeblichen Beitrag zur erfolgreichen Ausrichtung, Planung und Durchführung der



**736** Aussteller aus 34 Ländern verteilt auf 16 Hallen und über **129.000** Quadratmeter: Der 61. CARAVAN SALON war der größte seiner Art und setzte neue Maßstäbe bei der Produktvielfalt.

**736** exhibitors from 34 countries spread across 16 halls and over **129,000** square metres: the 61st CARAVAN SALON was the largest of its kind and set new standards in product variety.

weltweit größten Messe für Freizeitfahrzeuge. Trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen verzeichnete die 61. Ausgabe des CARAVAN SALON mit über 235.000 Gästen ein hervorragendes Besucherergebnis.


**Produktvielfalt war nie größer**  
Seine vielen Besucher verdankt der CARAVAN SALON seiner unübertroffenen Auswahl an Produktneuheiten und Innovationen. Die 61. Ausgabe war dabei nicht nur der größte CARAVAN SALON aller Zeiten, sondern setzte auch mit der Rekordzahl von 736 Ausstellern neue Maßstäbe, was Qualität und Vielfalt der ausgestellten Produkte und Neuheiten angeht. Nie war die Vielfalt bei Reisemobilen, Caravans und Zubehör größer.

**CARAVAN SALON ist auch Dialogplattform**  
In seiner Funktion als Leitmesse dient der CARAVAN SALON dabei längst nicht mehr nur als Bühne für Produktneuheiten, sondern auch als Begegnungsort zwischen Caravaningbranche und den Vertreterinnen und Vertretern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik. Der CIVD treibt den aktiven Austausch mit politischen Entscheidern voran und hatte unter anderem Mitglieder des Tourismusausschusses des Deutschen Bundestages nach Düsseldorf eingeladen. Die Politikerinnen und Politiker machten sich vor Ort ein Bild von der Branche und tauschten sich mit Verbands- und Branchenvertretern über die wirtschaftliche und touristische Bedeutung der Urlaubsform aus.

**Natur und Tourismus in Einklang bringen**  
Die Corona-Pandemie hat den Menschen den Wert von Natur und der Erholung in ihr wieder nähergebracht. Für viele touristische Regionen und Akteure ist dieser Trend eine echte Chance, mit durchdachten und nachhaltigen Konzepten Naturschutz und Qualitätstourismus zu vereinen. Wie dies in der Praxis aussieht, zeigten Vertreterinnen und Vertreter aus Forschung, Tourismus und Verbänden auf dem Symposium „Natur.Tourismus.Zukunft“, zu dem CIVD, Deutscher Wanderverband und die Messe Düsseldorf eingeladen hatten.

**Viel Grund zum Feiern**  
Die hohe Nachfrage nach Freizeitfahrzeugen und die gute Stimmung bei den Messebesuchern waren für den CIVD nicht der einzige Grund zur Freude. Anlässlich seines 60. Geburts-

The CARAVAN SALON is the leading international trade fair for the caravanning industry and the trade fair highlight of the year. As its conceptual sponsor, the CIVD makes a significant contribution to the successful organisation, planning and im-



**736** Aussteller aus 34 Ländern verteilt auf 16 Hallen und über **129.000** Quadratmeter: Der 61. CARAVAN SALON war der größte seiner Art und setzte neue Maßstäbe bei der Produktvielfalt.

**736** exhibitors from 34 countries spread across 16 halls and over **129,000** square metres: the 61st CARAVAN SALON was the largest of its kind and set new standards in product variety.

plementation of the world's largest trade fair for leisure vehicles. Despite difficult economic conditions, the 61st edition of CARAVAN SALON recorded an excellent visitor result with over 235,000 guests.

**Product variety has never been greater**  
The CARAVAN SALON owes its many visitors to its unsurpassed selection of new products and innovations. The 61st edition was not only the largest CARAVAN SALON ever, but also set new standards in terms of quality and variety of the exhibited products and innovations with a record number of 736 exhibitors. The variety of motor caravans, caravans and accessories has never been greater.

**CARAVAN SALON is also a platform for dialogue**  
In its function as a leading trade fair, the CARAVAN SALON has long served not only as a stage for product innovations, but also as a meeting place between the caravanning industry and representatives from the worlds of business, science and politics. The CIVD drives the active exchange with political decision-makers and had, among others, invited members of the tourism committee of the German Bundestag to Düsseldorf. The politicians got an idea of the industry on site and exchanged views with association and industry representatives about the economic and touristic importance of this form of tourism.

**Harmonising nature and tourism**  
The pandemic has reconnected people with the value of nature and recreation in it. For many tourist regions and players, this trend is a real opportunity to combine nature conservation and quality tourism with well thought-out and sustainable concepts. Representatives from the fields of science, tourism and associations showed what this looks like in practice at the symposium “Natur.Tourismus.Zukunft” (Nature.Tourism. Future), which was hosted by the CIVD, the German Hiking Association and Messe Düsseldorf.

**Much reason to celebrate**  
The high demand for leisure vehicles and the good mood among trade fair visitors were not the only reason for the CIVD to be delighted. On the occasion of its 60th birthday, the asso-



Christian Theis  
Ministerialdirigent des Bundesministeriums für Digitales und Verkehr  
Ministerial Director of the Federal Ministry of Digital Affairs and Transport

Karl-Heinz Schuler  
Gründer und Inhaber der Carthago  
Reisemobilbau GmbH  
Founder and owner of Carthago  
Reisemobilbau GmbH

Harald Striewski  
Gründer und Inhaber der Hobby-Wohnwagenwerk Ing. Harald Striewski GmbH  
Founder and owner of Hobby-Wohnwagenwerk Ing. Harald Striewski GmbH



Panel auf dem Symposium „Natur.Tourismus.Zukunft“ (von links nach rechts): Ulf Sonntag (Geschäftsführer NIT), Norbert Kunz (Geschäftsführer DTV), Daniel Onggowinarso (Geschäftsführer CIVD), Ute Dicks (Geschäftsführerin DWV), Kerstin Emonds (Leiterin Tourismus, Regionalentwicklung, Inklusion bei den>NNL) und Moderatorin Sabine Pracht.

Panel at the symposium "Nature.Tourism.Future" (from left to right): Ulf Sonntag (Managing Director NIT), Norbert Kunz (Managing Director DTV), Daniel Onggowinarso (Managing Director CIVD), Ute Dicks (Managing Director DWV), Kerstin Emonds (Head of Tourism, Regional Development, Inclusion at>NNL) and moderator Sabine Pracht.



Tourismuspolitiker des Deutschen Bundestages zu Besuch auf dem CARAVAN SALON (von links nach rechts): Stefan Koschke (Project Director Caravaning & Outdoor Messe Düsseldorf), Rolf Schmidt (Leitung Business Development, Knaus Tabbert), Anja Karliczek (CDU/CSU), Kerstin Vieregge (CDU/CSU), Gülstan Yüksel (SPD), Michael Donth (CDU/CSU), Karoline Otte (Bündnis 90/Die Grünen), Hermann Pfaff (Präsident CIVD), Rita Hagl-Kehl (SPD), Werner Vaterl (COO Knaus Tabbert, CIVD-Vorstand Technik & Umwelt), Nico Tippelt (FDP), Daniel Onggowinarso (Geschäftsführer CIVD). Tourism policymakers of the German Bundestag visiting CARAVAN SALON (from left to right): Stefan Koschke (Project Director Caravaning & Outdoor Messe Düsseldorf), Rolf Schmidt (Head of Business Development, Knaus Tabbert), Anja Karliczek (CDU/CSU), Kerstin Vieregge (CDU/CSU), Gülstan Yüksel (SPD), Michael Donth (CDU/CSU), Karoline Otte (Bündnis 90/Die Grünen), Hermann Pfaff (President CIVD), Rita Hagl-Kehl (SPD), Werner Vaterl (COO Knaus Tabbert, CIVD Board Member Technology & Environment), Nico Tippelt (FDP), Daniel Onggowinarso (Managing Director CIVD).

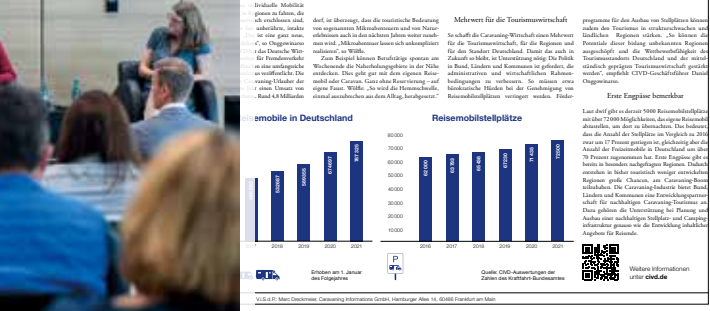
tags feierte der Verband mit zahlreichen Gästen ein großes Jubiläumsfest auf dem Freigelände der Messe. Zuvor waren auf der CIVD-Mitgliederversammlung Christian Theis, Ministerialdirigent des Bundesministeriums für Digitales und Verkehr, und Karl-Heinz Schuler, Gründer und Inhaber der Carthago Reisemobilbau GmbH, für ihre Dienste an der Branche mit der CIVD-Ehrenmedaille in Silber ausgezeichnet worden. Die CIVD-Ehrenmedaille in Gold für sein Lebenswerk erhielt Harald Striewski, Gründer und Inhaber der Hobby-Wohnwagenwerk Ing. Harald Striewski GmbH. ■



**Touristische Potentiale ausschöpfen**  
Touristische gibt es viele, doch laut Umfragen möchten Deutsche vor allem unabhängig und flexibel kleinere regionale Destinationen erkunden. Der Wirtschaftsfaktor Caravanning birgt ebenfalls große Potentiale für Kommunen. Der Ausbau lokaler touristischer Infrastruktur schafft einen Mehrwert für den gesamten Tourismusmarkt Deutschlands.

**3 Fragen an Ulf Sonntag**  
Was ist die Caravanning-Infrastruktur? Caravanning birgt erhebliche Vorteile für eine große Vielfalt an touristischen Angeboten. Neben der Natur und der Landschaft ist das Caravanning ein wichtiger Faktor für die Entwicklung von Tourismusregionen. Als langjähriger, von der Caravanning-Infrastruktur geprägter, kann ich sagen: Caravanning ist ein wichtiger Faktor für die Entwicklung von Tourismusregionen.

Was ist die Caravanning-Infrastruktur? Caravanning birgt erhebliche Vorteile für eine große Vielfalt an touristischen Angeboten. Neben der Natur und der Landschaft ist das Caravanning ein wichtiger Faktor für die Entwicklung von Tourismusregionen. Als langjähriger, von der Caravanning-Infrastruktur geprägter, kann ich sagen: Caravanning ist ein wichtiger Faktor für die Entwicklung von Tourismusregionen.





# Caravaning- und Touristikmessen in Deutschland

## Caravanning and tourism trade fairs in Germany

Die Folgen der Corona-Pandemie hinterließen auch im Messegeschäft 2022 noch ihre Spuren. Viele der nationalen Caravaning-Messen konnten im vergangenen Jahr nicht stattfinden und verschoben ihren Neustart auf das Kalenderjahr 2023. Erfreuliche Ausnahme war die „Freizeit, Touristik & Garten“ in Nürnberg, die bereits zum Jahresbeginn aus der Corona-Pause zurückkehrte und über 41.000 Besucher registrierte. Die Leipziger Messe „Touristik & Caravanning“ konnte im November mit rund 55.000 Besuchern ihr Vorjahresergebnis toppen. Als Leitmesse der Caravaningbranche erzielte der CARAVAN SALON wieder ein außergewöhnliches Besucherergebnis: Über 235.000 Caravaning-Fans hatten die Reise nach Düsseldorf angetreten.

### Start in das Messejahr 2023 stimmt optimistisch

Die CMT in Stuttgart gibt traditionell den Startschuss für das Messejahr der Caravaningbranche. Pandemiebedingt konnte die CMT allerdings zwei Jahre in Folge nicht in gewohnter Weise stattfinden. 2023 öffnete die Stuttgarter Touristikmesse ihre Tore wieder für Präsenzbesucher und stieß auf großes Interesse: Zur Wiedereröffnung wurden mit über 265.000 Besuchern die Erwartungen der Messeveranstalter übertroffen. Dies ist ein positives Signal für weitere Messen, die 2023 ihr offizielles Comeback feiern werden. Dazu zählen unter anderem die „abf, Hannover“, die „Reise+Camp“ in Essen sowie die Münchener „f.re.e“. ■

Caravanning- und Touristikmessen in Deutschland 2021/2022/2023  
Caravanning and tourism trade fairs in Germany 2021/2022/2023

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)		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Januar January	CMT, Stuttgart 11.–19.01.2020 14.–22.01.2023*	–	–	70.000	–	–	1.621	–	–	265.000	–	–	
Februar February	abf, Hannover 29.01.–02.02.2020 01.–05.02.2023*	–	–	38.000	–	–	450	–	–	90.918	–	–	26.366
	oohh!, Hamburg 05.–09.02.2020 08.–12.02.2023*	–	–	21.895	–	–	383	–	–	102.000	–	–	57.120
	f.re.e, München 19.–23.02.2020 22.–26.02.2023*	–	–	31.100	–	–	900	–	–	160.000	–	–	54.400
	Reise+Camp, Essen 17.–21.02.2020 22.–26.02.2023*	–	–	72.000	–	–	750	–	–	85.000	–	–	33.150
März March	Freizeit, Touristik + Garten, Nürnberg 09.–13.03.2022 22.–26.03.2023*	–	17.365	27.000	–	353	800	–	41.500	83.000	–	15.770	
August August	CARAVAN SALON, Düsseldorf 26.08.–04.09.2022 26.08.–03.09.2023	109.815	129.289		653	736		185.599	237.117		185.599	237.117	
November November	Touristik & Caravanning, Leipzig 16.–20.11.2022 22.–26.11.2023	25.615	25.245		342	347		27.321	54.129		10.382	20.569	

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  
\*Verschoben | \*postponed  
Redaktionsschluss: 27.03.2023 | Editorial deadline 27 March 2023













# Internationale Caravaning- und Touristikmessen

## International caravanning and tourism trade fairs

Auch auf internationaler Ebene gab es Grund zur Freude: Mit der „The Motorhome & Caravan Show“ in Birmingham (rund 55.000 Besucher) und der „Scandinavian Caravan Show“ in Jönköping (circa 29.000 Besucher) feierten zwei europäische Messen in 2022 ihr Comeback. Die europäische Messesaison eröffnete traditionell der CARAVAN SALON in Düsseldorf mit über 235.000 Besuchern. Im September folgten „Il Salone del Camper“ in Parma mit über 110.000 Besuchern und der „Salon des Véhicules de Loisirs“ in Paris mit rund 91.000 Besuchern. Beide Messen konnten damit ihr Vorjahresergebnis übertreffen. Das Messejahr schloss der Berner „Suisse Caravan Salon“ mit rund 55.000 Besuchern ab, was auch ein Plus im Vergleich zum Jahr 2021 darstellte. 2023 werden voraussichtlich die Messen in Peking, Utrecht und Brüssel ihre Messetore wieder für Caravaning-Begeisterte öffnen können. ■

There was also cause for celebration at international level: With “The Motorhome & Caravan Show” in Birmingham (around 55,000 visitors) and the “Scandinavian Caravan Show” in Jönköping (around 29,000 visitors), two European trade shows celebrated their comeback in 2022. The European trade show season was opened in the traditional manner by the CARAVAN SALON in Düsseldorf with over 235,000 visitors. This was followed in September by “Il Salone del Camper” in Parma with over 110,000 visitors and the “Salon des Véhicules de Loisirs” in Paris with around 91,000 visitors. Both trade fairs were able to surpass their previous year’s results. The Berne “Suisse Caravan Salon” closed the exhibition year with around 55,000 visitors, which was also an increase compared to 2021. In 2023, the trade fairs in Beijing, Utrecht and Brussels will presumably be able to open their doors to caravanning enthusiasts again. ■

Internationale Caravaning- und Touristikmessen 2021/2022/2023  
International caravanning and tourism trade fairs 2021/2022/2023

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		
			2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Februar February	 Tokio 10.–13.02.2022 02.–06.02.2023	Japan Camping Car Show	20.000	27.000	15.456	n.a.	n.a.	79	24.100	21.775	15.456
Juni June	 Busan 09.–12.06.2022 08.–11.06.2023	Korea Camping Car Show	8.836	8.208		53	57		17.563	18.868	
	 Peking 17.–19.06.2022 16.–18.06.2023*	All in CARAVANING	39.000**	–		200	–		25.448	–	
August August	 Düsseldorf 26.08.–03.09.2023	CARAVAN SALON	109.815	129.289		653	736		185.599	237.117	
September September	 Jönköping 07.–11.09.2022 06.–10.09.2023	Scandinavian Caravan Show	–	29.000		–	121		–	29.000	
	 Parma 10.–18.09.2022 09.–17.09.2023	Il Salone del Camper	39.963	42.074		201	219		98.759	111.255	
Oktober October	 Utrecht 05.–09.10.2022 04.–08.10.2022	Kampeerv & Caravan	21.337	25.467		154	223		35.000	38.426	
	 Paris 24.09.–02.10.2022 07.–15.10.2023	Salon des Véhicules de Loisirs	50.000	44.170		160	150		82.747	91.000	
	 Barcelona alle 2 Jahre every 2 years 7.–15.10.2023	Salón Caravanning	28.000	–		140	–		61.000	–	
	 Wels 19.–23.10.2022 18.–22.10.2023	Caravan Salon Austria	30.000	28.000**		150	210		41.500	39.000	
	 Birmingham 21.–26.10.2023	The Motorhome & Caravan Show	–	54.714		–	294		–	104.521	
	 Bern 26.–30.10.2023	Suisse Caravan Salon	30.507	30.500		330	385		50.600	55.000	

Auswahl relevanter Caravaning- und Touristikmessen | Selection of relevant caravanning and tourism trade fairs  
\*Verschoben | \*postponed  
\*\*Brutto nach Messeangaben | \*\*Gross according to fair information  
Redaktionsschluss: 27.03.2023 | Editorial deadline 27 March 2023



# Marketingkommunikation

## Marketing communication

Seit vielen Jahren arbeitet die Caravaning Informations GmbH (CIG), die Marketinggesellschaft des Verbandes, kontinuierlich an der positiven Wahrnehmung der Urlaubsform Caravaning, um Menschen für den Urlaub mit Caravan und Reisemobil zu begeistern. Die mehrfach preisgekrönte Imagekampagne nutzt hierfür die gesamte Klaviatur der modernen Kommunikation und setzt zahlreiche Werbe- und PR-Maßnahmen um. Die Verbundwerbung verzichtet dabei bewusst auf eine Nennung von einzelnen Herstellern oder Marken. Im Fokus der Imagekampagne steht allein die Urlaubsform Caravaning, die mit Authentizität und Emotionalität inszeniert wird – überall dort, wo sich unsere Zielgruppe aufhält, unterhalten lässt und informiert. Insbesondere das Verbraucherportal **caravaning-info.de**, der Absender der Kampagne, bietet dann im nächsten Schritt auch das Know-how für das erste eigene Caravaning-Erlebnis.

In diesem Umfang ist die Kampagne des CIVD wohl beispiellos und steht auch für die Geschlossenheit der Caravaningbranche. Und diese Geschlossenheit wird belohnt: Die Marktforschung bestätigt der Kampagne ihren positiven Einfluss auf die Attraktivität und das Image unserer Freizeitform. Caravaning-Handelspartner bescheinigen der Imagewerbung, dass sie zusätzliche Käufergruppen in die Schauräume führt. Seit Kampagnenbeginn ist zudem kein europäischer Caravaningmarkt stärker gewachsen als der deutsche, hierzu hat die Verbandsinitiative sicherlich maßgeblich beigetragen.

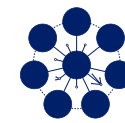
For many years, Caravaning Informations GmbH (CIG), the association's marketing company, has been working continuously on the positive perception of caravanning as a form of holidaying, in order to get people excited about holidays with caravans and motor caravans. The image campaign, which has won several awards, uses the entire repertoire of modern communication and implements numerous advertising and PR activities.

The image campaign deliberately refrains from naming individual manufacturers or brands. The focus of the campaign is solely on caravanning as a form of holiday, which is staged with authenticity and emotionality – everywhere where our target group spends time, is entertained and informed. In particular, the consumer portal **caravaning-info.de**, the hub of the campaign, then also offers the know-how for newcomers to have their first own caravanning experience in the next step. On this scale, the CIVD campaign is probably unprecedented and also stands for the unity of the caravanning industry. And this unity is being rewarded: market research confirms the campaign's positive influence on the attractiveness and image of our form of leisure. Caravanning trade partners attest to the image advertising that it draws additional buyer groups into the showrooms. Moreover, since the start of the campaign, no European caravanning market has grown more than the German market, and the association's initiative has certainly made a significant contribution to this.



Unter anderem der LUPO (DCHV), die Auszeichnung als Verband des Jahres, zwei mediaV-Awards sowie der Gewinn des German Brand Awards sind Beleg für den Erfolg der Kampagne.

Among others, the LUPO (DCHV), the award as association of the year, two mediaV Awards as well as winning the German Brand Award are proof of the campaign's success.



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

### 360-Grad-Kampagne

Zentrales Element der crossmedialen Kampagne ist die Caravaning-TV-Werbung. Fernsehen ist in Deutschland weiterhin der größte Reichweitenbringer und führt auf die Website **caravaning-info.de**, die mit viel Information und Inspiration aus erster Neugier echtes Interesse an unserer Urlaubsform macht. Zahlreiche weitere Maßnahmen sprechen jene Zielgruppensegmente an, die durch das Fernsehen nicht mehr (ausreichend) erreicht werden. In Summe kreiert dies eine vielfältige 360-Grad-Kampagne, die stetig optimiert und ausgebaut wird.

### 360-degree image campaign

The central element of the cross-media campaign is TV advertising. Television continues to achieve the greatest reach in Germany and directs watchers to the **caravaning-info.de** website, which turns initial curiosity into genuine interest in our form of holiday with lots of information and inspiration. Numerous other measures address those target group segments that are no longer (sufficiently) reached by television. All in all, this creates a multifaceted 360-degree campaign that is constantly being optimised and expanded.





Die TV-Werbung vermittelt in 20 Sekunden die Essenz des Caravanning-Urlaubs: Die eigene Freizeit selbstbestimmt und flexibel gestalten zu können macht die Faszination der Urlaubsform aus. Die authentischen Darsteller, eine echte Familie und zwei tatsächliche Paare, erleben unvergessliche Momente in beeindruckender Kulisse, wie sie nur beim Urlaub mit Caravan und Reisemobil möglich sind. Diese Botschaft transportieren aktuell sechs TV-Spots, die an die drei Kernzielgruppen Familien (Caravan), Junge Aktive (Kastenwagen) und Best Ager (teilintegriertes Reisemobil) gerichtet sind und so auch die Vielfältigkeit der Urlaubsform perfekt vermitteln.

The TV commercial conveys the essence of caravanning holidays in 20 seconds: being able to organise one's own free time in a self-determined and flexible way is what makes this form of holiday so fascinating. The authentic actors, a real family and two real couples, experience unforgettable moments in impressive scenery, as they are only possible on holiday with a caravan and motor caravan. This message is currently conveyed by six TV commercials that are directed at the three core target groups of families (caravan), young active people (camper van) and best agers (semi-integrated motor caravan) and thus also perfectly convey the diversity of the holiday form.



Sechs TV-Spots, zwei pro Zielgruppe, werben in vier Flights pro Jahr. Zusätzliche Kurzspots kommunizieren saisonale Inhalte wie den CARAVAN SALON im Sommer oder Fahrzeugmiete (Frühjahr & Herbst). Zum Anschauen QR-Code scannen. **caravanning-info.de** präsentiert zudem aufmerksamkeitsstarke TV-Formate, zuletzt u. a. Grill den Henssler (VOX) und das Wetter auf Sat.1.



Six TV spots, two per target group, advertise in four flights per year. Additional short spots communicate seasonal content such as the CARAVAN SALON in summer or vehicle rental (spring & autumn). Scan the QR code to watch. **caravanning-info.de** also presents attention-grabbing TV formats, most recently Grill den Henssler (VOX) and the weather forecast (Sat.1.) among others.

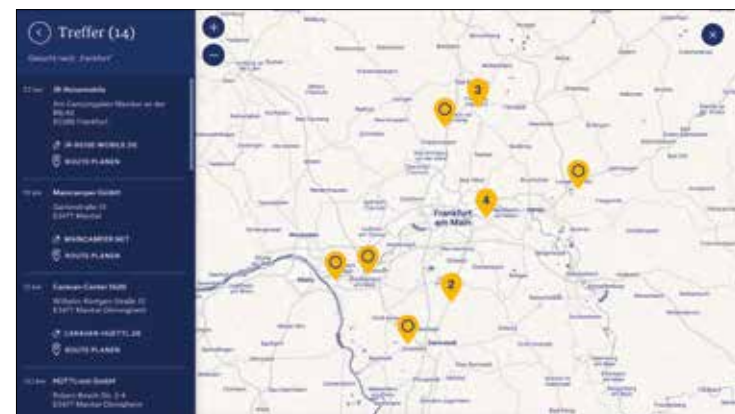


caravanning-info.de

Was für überzeugte Caravanning-Fans den Reiz ausmacht, kann für Einsteiger eine potenzielle Hürde sein: Der Facettenreichtum des Urlaubs mit Caravan und Reisemobil macht Caravanning per se erklärungsbedürftiger als andere Urlaubsformen. Deshalb übernimmt das Verbraucherportal **caravanning-info.de** nicht nur die Aufgabe zu inspirieren. Wesentlicher Auftrag der Website ist es, zu informieren und Verbraucher zum ersten erfolgreichen Caravanning-Erlebnis zu leiten. So erfahren Interessierte etwa, welches Freizeitfahrzeug sich für das eigene Vorhaben am besten eignet. Die häufigsten Fragen, von Führerschein bis zur richtigen Beladung, werden übersichtlich und verständlich beantwortet. Wer noch Inspiration zum Reiseziel sucht, findet Reiseberichte und Campingplatz- sowie Stellplatzempfehlungen. Den nächstgelegenen Handelspartner zeigt die Händler- und Vermietersuche. Und kurz vor der Abfahrt helfen Check- und Packlisten, damit auf der Reise nichts fehlt.

caravanning-info.de

What makes caravanning so appealing to convinced caravanning fans can be a potential hurdle for newcomers: the multifaceted nature of holidays with caravans and motor caravans makes caravanning per se more in need of explanation than other types of holidays. That is why the consumer portal **caravanning-info.de** not only takes on the task of inspiring. The main task of the website is to inform and guide consumers to their first successful caravanning experience. For example, interested parties can find out which recreational vehicle is best suited to their own plans. The most frequently asked questions, from driving licences to the right load, are answered clearly and comprehensibly. If you are looking for inspiration for your destination, you will find travel reports and recommendations for campsites and pitches. The dealer and rental search shows the nearest trade partner. And shortly before departure, checklists and packing lists help to ensure that nothing is missing on the trip.



Das verbandseigene Verbraucherportal **caravanning-info.de** ist Dreh- und Angelpunkt der Imagekampagne. Der Einsteigerbereich hilft sowohl bei der Reisevorbereitung als auch unterwegs, u. a. mit Tutorials. Die Händler- und Vermietersuche führt zu Betrieben im Umkreis. The association's consumer portal **caravanning-info.de** is the linchpin of the image campaign. The beginners' area helps both with travel preparations and on the road, including tutorials. The dealer and rental search leads to businesses in the surrounding area.







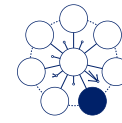
Mit den sozialen Kanälen gelingt ein sehr regelmäßiger Kontakt und Austausch mit der Zielgruppe. QR-Code scannen, um zu unseren Kanälen zu gelangen.  
The social channels enable very regular contact and exchange with the target group. Scan the QR code to access our channels.

## Social Media

Social Media sind ein fester Bestandteil im Kommunikationsmix des CIVD, denn mit den @caravaninginfo Kanälen erreichen wir so auch Menschen, die lineare Medien nur noch bedingt nutzen. Viele Werbetreibende müssen dabei Themen und Inhalte konstruieren, um mit Usern in Kontakt zu kommen. Die Maßnahmen des CIVD aber bespielen von Haus aus die attraktiven Themen Freizeit und Urlaub. So inspirieren und informieren wir Caravaning-Fans und jene, die es werden wollen. Mit einer großen Bandbreite an Posts, von Reiseinspirationen und Camping- und Stellplatztipps über eindrucksvolle Landschaftsaufnahmen bis hin zu Gewinnspielposts.

## Social media

Social media is an integral part of the CIVD's communication mix. With the @caravaninginfo channels we also reach people who use linear media only to a limited extent. Many advertisers have to construct topics and content in order to get in touch with users. The CIVD's measures, however, play on the attractive topics of leisure and holidays. In this way, we inspire and inform caravanning fans and those who want to become one. With a wide range of posts, from travel inspirations and camping and pitch tips to impressive landscape photos and competition posts, we offer a wide variety of topics.



Marketingkommunikation → 360-Grad-Kampagne → **Markenbotschafter und Influencer**  
Marketing communication → 360-degree image campaign → **Brand ambassador and influencer**

## Unterwegs mit Timo Boll

Empfehlungen durch glaubwürdige Befürworter wirken oft besser als Nachrichten direkt von einer Marke. Der CIVD setzt auf Markenbotschafter und Influencer und legt dabei höchsten Wert auf Authentizität. Mit Timo Boll hat der Verband einen solchen Botschafter gefunden, der Caravaning lebt und als „schönste Art des Reisens“ beschreibt. Die Tischtennis-Ikone bezeichnet es als ihre Mission, „noch mehr Menschen für Caravaning zu begeistern“. Herzstück der Zusammenarbeit ist eine Web-Doku, die Timo Boll im eigenen Reisemobil zu Training, Turnieren, dem Ausflug mit Freunden und zurück in die Heimat begleitet. So wird Caravaning für seine Fans, aber auch alle anderen, erlebbar. Dreh- und Angelpunkte der Zusammenarbeit sind die Social-Media-Kanäle von Timo Boll und dem CIVD sowie das Infoportal [caravaning-info.de](https://caravaning-info.de).

Es gibt für mich kaum etwas Schöneres, als zu wissen, dass mein Wohnzimmer auf dem Parkplatz wartet – egal wo ich bin.

There is hardly anything better for me than knowing that my living room is waiting in the car park – no matter where I am.



QR-Code scannen, um mehr über Timo Boll & Caravaning zu erfahren  
Scan the QR code to find out more about Timo Boll & caravanning

## On the road with Timo Boll

Recommendations by credible advocates often work better than news directly from a brand. The CIVD relies on brand ambassadors and influencers and places the highest value on authenticity. With Timo Boll, the association has found such an ambassador, who lives caravanning and describes it as the “finest way to travel”. The table tennis icon calls it his mission to “inspire even more people to try caravanning”. The centrepiece of the cooperation is a web documentary that accompanies Timo Boll in his own motor caravan to training, tournaments, a trip with friends and back home. In this way, caravanning can be experienced by his fans, but also by everyone else. The lynchpins of the cooperation are the social media channels of Timo Boll and the CIVD as well as the information portal [caravaning-info.de](https://caravaning-info.de).



Mit Reisemobil „Erbse“ ist Timo Boll immer unterwegs. Der Ausnahmesportler lebt selbst während des Trainings in Düsseldorf im Reisemobil. Der Besuch auf dem CARAVAN SALON inklusive Autogrammstunde am CIVD-Stand. Thomas Müller war Stargast in einer der Web-Doku-Episoden und ließ sich Timos Reisemobil zeigen. Timo Boll is always on the road with his motor caravan “Erbse”. The exceptional athlete even lives in the motor caravan during training in Düsseldorf. The visit to the CARAVAN SALON, including an autograph session at the CIVD stand. Thomas Müller was a star guest in one of the web documentary episodes and had Timo's motor caravan shown to him.





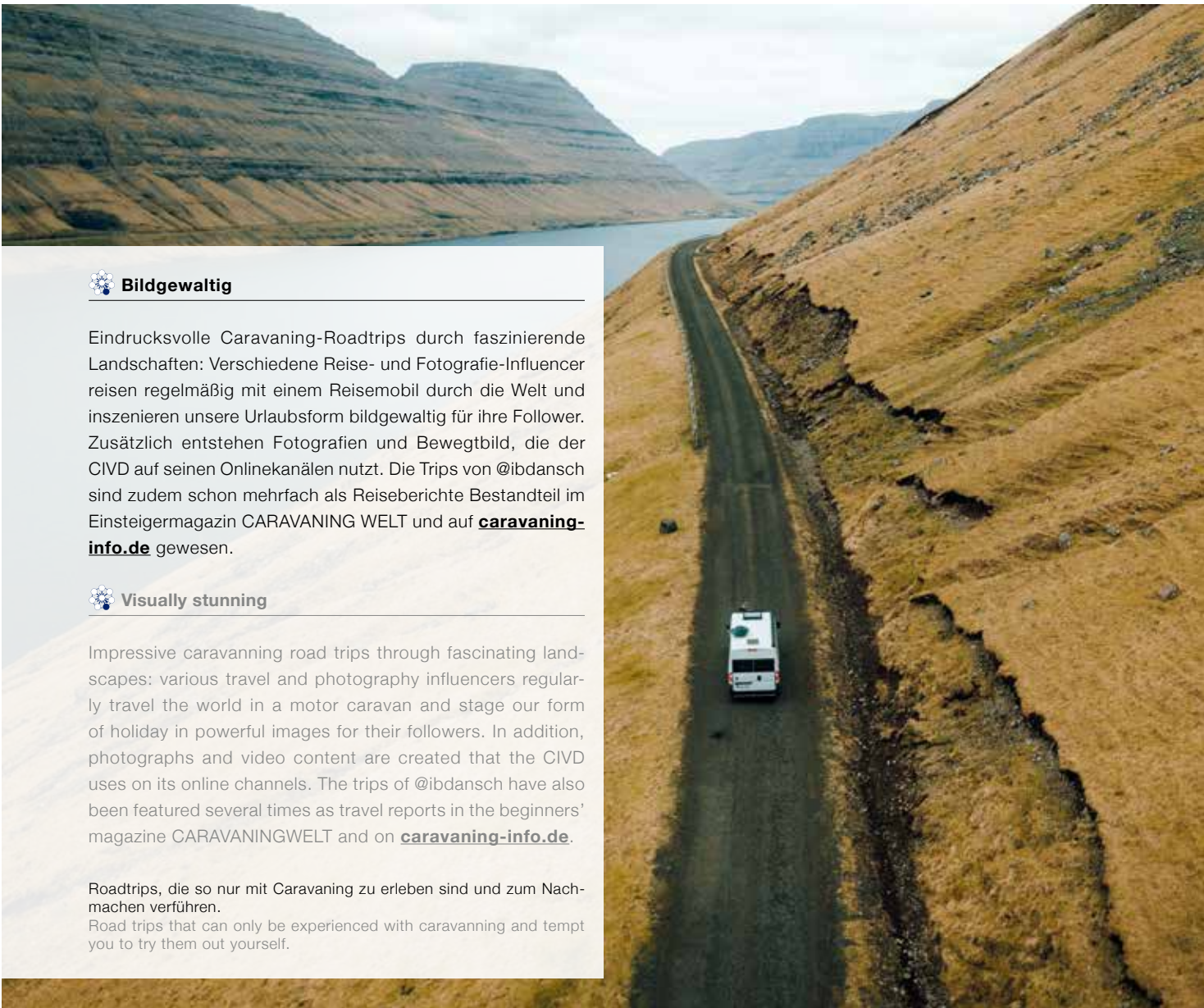


## Über alle Berge – mit Gela & Andi

Mittlerweile langjährige Verbandspartner sind die vielseitigen Sportler Gela Allmann und ihr Mann Andi Wittmann. Sowohl mit Caravan als auch mit dem Reisemobil sind die beiden samt den Kindern Felix und Lilly unterwegs und begeistern insbesondere andere junge Familien und Sportler für die mobile Freizeit. Über 160.000 Menschen folgen den beiden in den sozialen Medien, zudem kreieren Gela und Andi Content für die Onlinekanäle des CIVD und sie sind die Akteure in den Einsteiger-Tutorials auf [caravaning-info.de](https://caravaning-info.de).

## “Over every mountain” – with Gela & Andi

The versatile athletes Gela Allmann and her husband Andi Wittmann have been association partners for many years now. The two of them and their children Felix and Lilly are on the road with both caravans and motor caravans and inspire other young families and athletes in particular to enjoy their mobile leisure time. More than 160,000 people follow the two on social media, and Gela and Andi also create content for the CIVD's online channels and are the protagonists in the beginners' tutorials on [caravaning-info.de](https://caravaning-info.de).



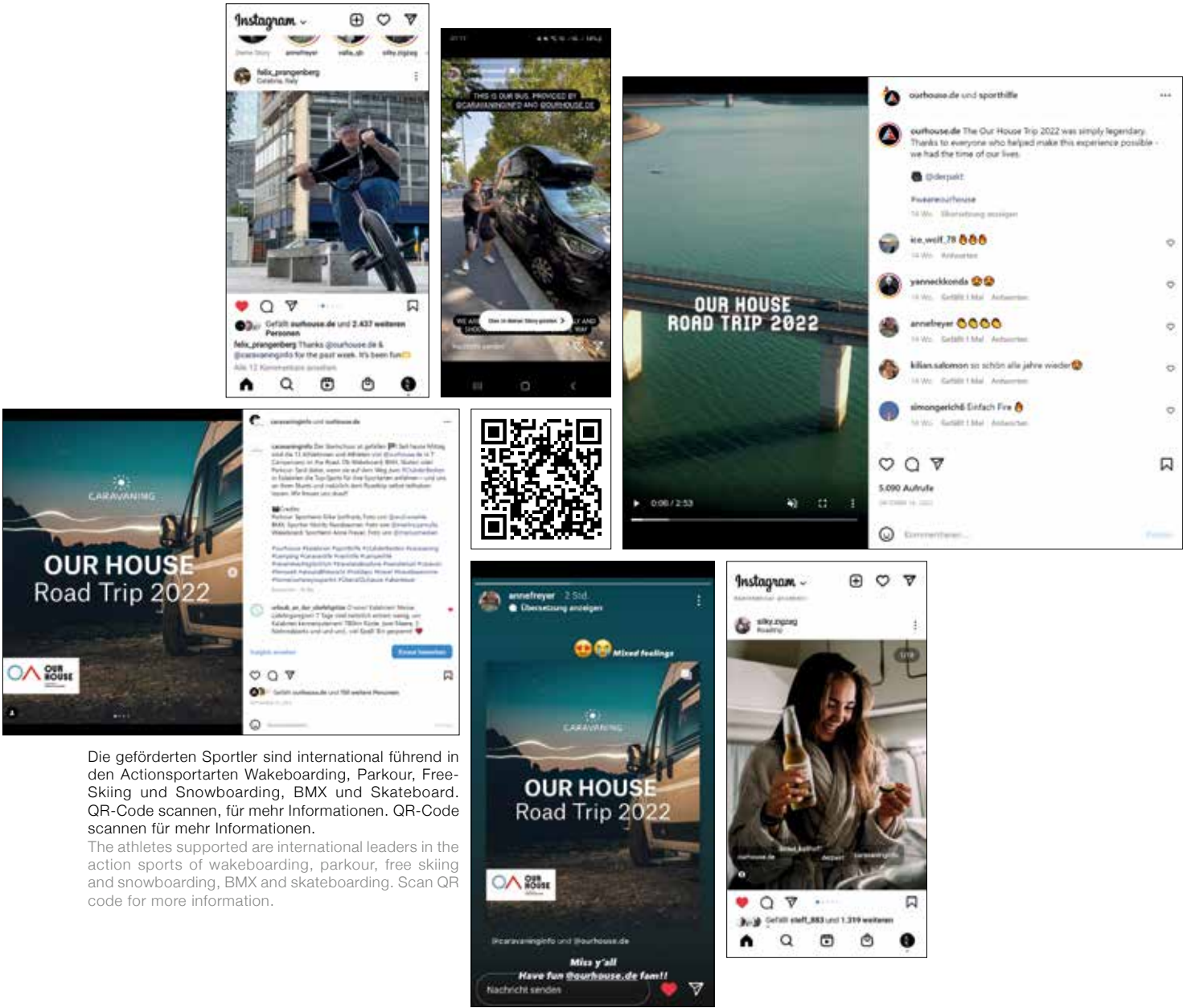
## Bildgewaltig

Eindrucksvolle Caravaning-Roadtrips durch faszinierende Landschaften: Verschiedene Reise- und Fotografie-Influencer reisen regelmäßig mit einem Reisemobil durch die Welt und inszenieren unsere Urlaubsform bildgewaltig für ihre Follower. Zusätzlich entstehen Fotografien und Bewegtbild, die der CIVD auf seinen Onlinekanälen nutzt. Die Trips von @ibdansch sind zudem schon mehrfach als Reiseberichte Bestandteil im Einsteigermagazin CARAVANING WELT und auf [caravaning-info.de](https://caravaning-info.de) gewesen.

## Visually stunning

Impressive caravaning road trips through fascinating landscapes: various travel and photography influencers regularly travel the world in a motor caravan and stage our form of holiday in powerful images for their followers. In addition, photographs and video content are created that the CIVD uses on its online channels. The trips of @ibdansch have also been featured several times as travel reports in the beginners' magazine CARAVANINGWELT and on [caravaning-info.de](https://caravaning-info.de).

Roadtrips, die so nur mit Caravaning zu erleben sind und zum Nachmachen verführen.  
Road trips that can only be experienced with caravaning and tempt you to try them out yourself.



Die geförderten Sportler sind international führend in den Actionsportarten Wakeboarding, Parkour, Free-Skiing und Snowboarding, BMX und Skateboard. QR-Code scannen, für mehr Informationen. 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 QR code for more information.

## Sporthilfe – Our House

Die Stiftung Deutsche Sporthilfe fördert seit Jahrzehnten die besten Sportler Deutschlands, die große Mehrheit heimischer Topathleten ist in ihrer Karriere von der Sporthilfe unterstützt worden. Die Submarke Our House ermöglicht es speziell Sportlern aus nichtolympischen Actionsportarten, ihre Passion zu leben. Die jungen Frauen und Männer aus unterschiedlichen Sportarten eint, dass sie nicht in Verbänden organisiert sind. Die Athleten sind kleine 1-Person-Unternehmen, die selbst organisieren müssen, wie sie zum nächsten Event gelangen und wo sie dort unterkommen. Dies prädestiniert sie dafür, mit dem Reisemobil unterwegs zu sein – eine weitere authentische Kooperation des CIVD war gefunden. Wechselnde Sportler reisen mit einem Campervan durch Deutschland und Europa. Höhepunkt des Sportjahres war ein Roadtrip aller Sportler, die 2022 auf unterschiedlichen Wegen an den Endpunkt der Reise in Italien gelangten und diese Reise auf den eigenen sozialen Kanälen mit ihrer Community teilen. Allein der Roadtrip führte zu 12,5 Millionen Kontakten in der jungen Zielgruppe. Die Kooperation wurde für das gesamte Jahr 2023 verlängert.



## Sporthilfe – Our House

Deutsche Sporthilfe has been supporting Germany's best athletes for decades, and the vast majority of top domestic athletes have been supported by Sporthilfe in their careers. The sub-brand Our House specifically enables athletes from non-Olympic action sports to live their passion. The young men and women from different sports are united by the fact that they are not organised in federations. The athletes are small, 1-person enterprises who have to work out for themselves how to get to the next event and where to stay there. This predestines them to travel by motor caravan – another authentic cooperation of the CIVD was found. Alternating athletes travel through Germany and Europe in a camper van. The highlight of the sporting year is a road trip of all the athletes who reached the end point of the journey in Italy in 2022 by different routes and shared this journey with their community on their own social channels. The road trip alone led to 12.5 million contacts in the young target group. The cooperation was extended for the entire year 2023.





Marketingkommunikation → 360-Grad-Kampagne → **Content-Maßnahmen**  
Marketing communication → 360-degree image campaign → **Content marketing**

## Content-Maßnahmen

Im Content Marketing geht es darum, relevante Inhalte zu kreieren, Geschichten zu erzählen und damit einen Mehrwert zu bieten, der Konsumenten anzieht und bindet. Und Caravaning ist prädestiniert dafür, Geschichten zu erzählen, geht es doch um das hochemotionale Thema Freizeit und Urlaub. Zudem bietet gerade Content Marketing die Gelegenheit, offene Fragen und auch Hürden zu behandeln, die Konsumenten bezüglich unserer Freizeitform beschäftigen.

Die Zusammenarbeit des CIVD mit den großen Medienhäusern Deutschlands bietet Beispiele für gelungenes Content Marketing. FAZ-Leser und User reisten in der Printausgabe und auf faz.net mit, als zwei Redakteure auf den Spuren von Mark Twain im Wohnmobil dessen Europareise nachreisten. Die Magazine GEO, Business Punk, COUCH und WALDEN spielten das Thema Caravaning in den verschiedensten Ausprägungen, passend für ihre jeweilige Zielgruppe. Wie auch bei der FAZ waren alle KPI, wie Zugriffe und Verweildauer, deutlich überdurchschnittlich – ein Beleg für eine gute Umsetzung, vor allem aber ein Beleg für die Attraktivität des Themas Caravaning. Ebenfalls ein Beleg für diese Attraktivität und das veränderte Image unserer Urlaubsform ist die erneute Zusammenarbeit mit MERIAN Scout, die schon zum zweiten Mal eine Caravaning-Ausgabe herausbrachten, unterstützt vom CIVD.

## Advertorials

Ob im Bordmagazin von Fluggesellschaften, in Reisemagazinen wie MERIAN oder dem Magalog von SPORT 2000 – der Verband nutzt immer wieder auch Advertorials, um zu begeistern, insbesondere aber das Grundwissen für Caravaning auf- und Hürden abzubauen. Die Advertorials beinhalten hierfür in der Regel einen kurzen Reisebericht und Infos zum Einstieg in die Urlaubsform.



## Content marketing

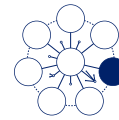
Content marketing is about creating relevant content, telling stories and thus offering added value that attracts and retains consumers. And caravanning is predestined to tell stories, since it is about the highly emotional topic of leisure and holidays. In addition, content marketing in particular offers the opportunity to address open questions and also hurdles that consumers have regarding our form of leisure. The CIVD's cooperation with Germany's major media houses are prime examples of successful content marketing. FAZ readers and users travelled along in the print edition and on faz.net as two editors followed in the footsteps of Mark Twain on his European journey in a motor caravan. The magazines GEO, BUSINESS PUNK, COUCH & WALDEN played with the topic of caravanning in various forms, suitable for their respective target groups. As with FAZ, all KPIs, such as hits and dwell time, were clearly above average – proof of good implementation, but above all proof of the attractiveness of the topic of caravanning.



Further proof of this attractiveness and the changed image of our form of holiday is the renewed cooperation with MERIAN Scout, which published a caravanning issue for the second time, supported by the CIVD.

## Advertorials

Whether in the in-flight magazine of airlines, in travel magazines such as MERIAN or the magalogue of sport2000 – the association also uses advertorials to inspire, but especially to build up basic knowledge about caravanning and to break down barriers. The advertorials usually contain a short travel report and information on how to get started with this type of holiday.



Marketingkommunikation → 360-Grad-Kampagne → **TV-Kooperation**  
Marketing communication → 360-degree image campaign → **TV cooperation**



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

## ARD-Kooperation „Tor des Monats“

Die Zusammenarbeit von ARD und CIVD für das „Tor des Monats“ ist die Champions League unter den Kooperationen. Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist dabei für den Verband einmalig. Und auch die Senderredaktion, verantwortlich für die Auswahl des Gewinnspielpartners, zeigt sich begeistert: Noch nie haben mehr Zuschauer am Gewinnspiel teilgenommen.

### Jeder Monat ein Treffer

Die Sportschau-Zuschauer entscheiden alle vier Wochen über ihr Lieblingstor des Monats. Zusätzlich wird im Januar das „Tor des Jahres“ gesucht. Wer mit seinem Tipp richtig liegt, hat die Chance auf ein Reisemobil als Gewinn. Das jeweilige Fahrzeug wird in vier bis acht Sportschau-Sendungen vorgestellt, die jeweils bis zu 6 Millionen Zuschauer erreichen.

### Große Bühne für Caravaning

Die Auszeichnung „Tor des Monats“ hat sich in über 50 Jahren zu einer Institution entwickelt. Die Wahl ist nicht Teil des Werbeblocks, sondern des redaktionellen Programms. Daher sind

## ARD “Goal of the month” cooperation

The cooperation between ARD and the CIVD for the Goal of the Month is the Champions League among cooperations. The price-performance ratio is unique for the association. And the broadcaster's editorial team, responsible for selecting the competition partner, is also enthusiastic: never before have more viewers taken part in the competition.

### A goal every month

Every four weeks, Sportschau viewers decide on their favourite goal of the month. In addition, the “Goal of the Year” is searched for in January. If you are right, you have the chance to win a motor caravan. The respective vehicle is presented in 4-8 Sportschau programmes, each of which reaches up to 6 million viewers.

### Big stage for caravanning

The “Goal of the Month” award has become a German institution in over 50 years. The voting is not part of the advertising block, but of the editorial programme. Therefore, the viewers’

## 4–8 Ausstrahlungen

Pro Monat gibt es mindestens vier Ausstrahlungen, in der Spitze waren es acht, im Schnitt sechs.

## 25 Sekunden

Jedes Fahrzeug wird in einem 25-Sekunden-Video vorgestellt. Dabei werden Marke, Modell, Wert und besondere Highlights genannt.

## 670+ Mio. Zuschauer

Seit Anpfiff der Kooperation wurden über 670 Millionen Zuschauer erreicht und 8,6 Millionen Fans nahmen am Voting teil.

Aufmerksamkeit und Akzeptanz der Zuschauer noch höher. Da sie Bestandteil der Sendung sind, können die Caravaning-Trailer zudem auch an Sonn- und Feiertagen – die bei der ARD werbefrei sind – ausgestrahlt werden. Den Verbandsmitgliedern bietet die Kooperation eine hochattraktive, außergewöhnlich reichweitenstarke Plattform zur Präsentation ihrer Produkte.

## 4–8 broadcasts

There are at least four broadcasts per month, at the peak there were eight, on average six.

## 25 seconds

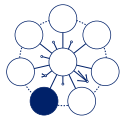
Each vehicle is presented in a 25-second video. The make, model, value and special highlights are mentioned.

## 670+ million viewers

Since the kick-off of the cooperation, more than 670 million viewers have been reached and 8.6 million fans have taken part in the voting.

attention and acceptance are even higher. Moreover, since they are part of the programme, the caravanning trailers can also be broadcast on Sundays and public holidays – which are free of advertising on ARD. The cooperation offers the association members a highly attractive, extraordinarily wide-reaching platform to present their products.





Marketingkommunikation → 360-Grad-Kampagne → **TV-Serie**  
Marketing communication → 360-degree image campaign → **TV show**



#### „Caravaning & Cooking“ – TV-Koch auf kulinarischem Roadtrip

Nach der ersten Staffel 2019 ging TV-Koch Brian Bojsen 2022 ein zweites Mal mit [caravaning-info.de](https://www.caravaning-info.de) auf große Tour durch Europa. Ausgestrahlt auf DMAX, lernte er Land, Leute und Küche kennen und fand neue Zutaten und Rezepte, die er noch vor Ort im eigenen Freizeitfahrzeug kochte. Genau diese Re-

#### “Caravaning & Cooking” – TV chef on a road trip

After the first season in 2019, TV chef Brian Bojsen went on a second grand tour through Europe with [caravaning-info.de](https://www.caravaning-info.de) in 2022. It was broadcast on DMAX, and he got to know the country, the people and the cuisine and found new ingredients and recipes that he cooked onsite in his own recreational vehicle. The viewers then found exactly these recipes on our

## 2 Staffeln, 18 Folgen

18 Destinationen mit 18 verschiedenen Fahrzeugen – von Caravan zu Campervan bis Luxusliner.

## 100+ Mio. Bruttokontakte

Insgesamt wurden 102 Millionen Bruttokontakte generiert.

zepte fanden die Zuschauer dann auf unserem Verbraucherportal, zusammen mit Infos zu den bereisten Destinationen. Inklusive Wiederholungen auf DMAX und WELT TV verfolgten insgesamt über 12,5 Millionen Menschen die beiden Staffeln.

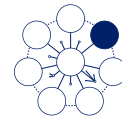
## 2 seasons, 18 episodes

18 destinations with 18 different vehicles – from caravan to camper van to luxury liner.

## 100+ million gross contacts

A total of 102 million gross contacts were generated.

consumer portal, together with information on the destinations travelled. Including repeats on DMAX and WELT TV, a total of over 12.5 million people watched the two seasons.



Marketingkommunikation → 360-Grad-Kampagne → **Markenkooperationen**  
Marketing communication → 360-degree image campaign → **Brand cooperation**

#### Anziehendes Duo

Zum wiederholten Mal erfolgreich durchgeführt hat der Verband zuletzt eine Kooperation mit dem Herenausstatter engbers. [caravaning-info.de](https://www.caravaning-info.de) verlost

Caravaning-Reisen und wurde im Gegenzug in 260 Filialen mit Schaufensterplakaten und Displays, Instore-TV und Gewinnspielflyern am Point of Sale inszeniert. Online war die Kooperation auf der Startseite der engbers-Website, der Landingpage, dem Blog, den Social-Media-Kanälen (Facebook und Instagram) sowie dem Newsletter integriert. Abgerundet wurde die Zusammenarbeit mit einem Versand von 450.000 Postmailings.

#### Attractive duo

Once again, the association successfully carried out a cooperation with the men's outfitter engbers. [caravaning-info.de](https://www.caravaning-info.de) raffled off caravaning trips and in return was staged in 260

branches with window posters and displays, in-store TV and raffle flyers at the point of sale. The cooperation was integrated online on the engbers homepage, the landing page, the blog, the social media channels (Facebook and Instagram) and the newsletter. The cooperation was rounded off with the dispatch of 450,000 offline mailings.



#### Caravaning trifft Outdoor

Ebenfalls nicht zum ersten Mal fand die Zusammenarbeit mit SPORT 2000, einem der führenden Verbände von Sportfachhändlern, statt. Naturverbundenheit eint die Outdoorsport- und Caravaning-Fans, was sich im Projekt MISSION OUTDOOR reichweitenstark widerspiegelt. Unter anderem Großflächen-Plakate, Deko-Pakete und Shop-TV erreichen am Point of Sale Millionen Kunden. Online wird die MISSION OUTDOOR über sport2000.de und die einzelnen Händler-Websites verbreitet. Sponsored Posts machen auf

#### Caravanning meets the outdoors

Also not for the first time, the cooperation with sport2000, one of the leading associations of sports retailers, took place. Outdoor sports enthusiasts and caravaning fans are united by their love of nature, which is reflected in the MISSION OUTDOOR project. Among other things, large-scale posters, decoration packages and shop TV reach millions of customers at the point of sale. Online, MISSION OUTDOOR is distributed via sport2000.de and the individual retailer websites. Sponsored posts draw attention to the campaign on sport2000's

social channels. A highlight is the integration of our holiday form in the magalogue, a journalistic mixed form of advertising and editorial content. 300,000 readers come across caravaning again and again, spread across the magalogue.





# Pressearbeit und Fachpublikum

## Public relations and trade audience

Als etabliertes Sprachrohr der Branche ist der CIVD zentraler Ansprechpartner für Medienvertreter bei Fragen rund um das Thema Caravaning. Zudem bestärkt der Verband durch eigene Maßnahmen das Interesse an der Urlaubsform in der breiten Öffentlichkeit.

### Internetangebot

Im Newsroom der Verbandssseite [civd.de](https://civd.de) werden alle Pressemitteilungen in deutscher und englischer Sprache veröffentlicht. Darüber hinaus haben Medienvertreter Zugriff auf eine umfangreiche Mediathek mit Pressefotos und einer Übersicht aller branchenrelevanten Pressetermine. Zudem liefert die Website gebündelte Informationen zu den Themen Technik, Touristik und Messen sowie aktuelle Branchenstatistiken.

### Social Media

Zu branchenrelevanten Themen, Entwicklungen und Events informiert der CIVD auf der B2B-Plattform LinkedIn. Zu seinen Abonnenten zählen unter anderem Journalisten, Verbandspartner und Branchenvertreter.

### Pressekonferenzen

Den Startschuss für das Caravaning-Jahr gibt im Januar traditionell die CIVD-Jahrespressekonferenz. Dort stellt der Verband die Jahresbilanz vor und gibt einen Ausblick auf die kommenden Monate. In Zusammenarbeit mit der Messe Düsseldorf veranstaltet der CIVD die Eröffnungspressekonferenz des CARAVAN SALON und informiert bereits im Vorfeld mit einer Vor-Pressekonferenz Journalisten über wichtige Branchennews und Trends. Eine gern gesehene Tradition bei den CIVD-Pressekonferenzen sind die renommierten Gastredner, die über branchenrelevante Themen referieren.

### Pressereisen

In Zusammenarbeit mit der Messe Düsseldorf organisiert der CIVD jeden Sommer eine Pressereise, um Caravaning für Journalisten erleb- und greifbar zu machen. Das hohe Reichweiten generierende Event richtet sich dabei sowohl an Fachjournalisten als auch Vertreter der Tagespresse. 2022 war die Costa Brava im Norden Spaniens Bühne für die Pressereise.

### Informationsmedien

Der CIVD stellt für Pressevertreter und Fachpublikum diverse Informationsmedien bereit. Hierzu zählt auch der Jahresband, der sich als Standardwerk für Statistiken zur Caravaning-Industrie etabliert hat.

### Im Fokus der Massenmedien

Wie in den Jahren zuvor lag Caravaning als Urlaubstrend auch 2022 weiter im Fokus der Massenmedien. Die weitverbreitete Caravaning-Begeisterung und die große Nachfrage nach Freizeitfahrzeugen bescherten dem CIVD viele Anfragen aus Tagespresse, Radio, TV und großen Publikumsmedien. Die Presseanfragen werden mehrheitlich von reichweitenstarken Medien gestellt. ■

As an established voice of the industry, the CIVD is the central point of contact for media representatives on questions relating to caravanning. In addition, the association promotes interest in this form of holidaying among the general public through its own campaigns.

### Online services

All press releases are published in German and English in the newsroom of the association's website [civd.de](https://civd.de). Media representatives also have access to an extensive media library with press photos and an overview of all press events relevant to the industry. In addition, the website provides consolidated information on the topics of technology, tourism and trade fairs, as well as current industry statistics.

### Social media

The CIVD provides information on industry-relevant topics, developments and events on the B2B platform LinkedIn. Its subscribers include journalists, association partners and industry representatives.

### Press conferences

The CIVD annual press conference traditionally kicks off the caravanning year in January. There the association presents the annual results and gives an outlook on the coming months. In cooperation with Messe Düsseldorf, the CIVD organises the opening press conference of the CARAVAN SALON and informs journalists about important industry information and trends in advance with a pre-press conference. A welcome tradition at the CIVD press conferences are the renowned guest speakers who talk about topics relevant to the industry.

### Press trips

In cooperation with Messe Düsseldorf, the CIVD organises a press trip every summer to make caravanning accessible and tangible for journalists. The event, which generates high coverage, is aimed at both trade journalists and representatives of the daily press. In 2022, the Costa Brava in northern Spain was the stage for the press trip.

### Information media

The CIVD provides various information media for press representatives and the trade audience. These include the annual report, which has established itself as the reference work for statistics on the caravanning industry.

### In the spotlight of the mass media

As in previous years, caravanning as a tourist trend continued to be in the focus of the mass media in 2022. The widespread enthusiasm for caravanning and the high demand for leisure vehicles provided the CIVD with many inquiries from the daily press, radio, TV and major consumer media. The majority of the press inquiries are made by high-reach media. ■





# CIVD-Informationsmedien

## CIVD information media



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

Zum umfangreichen Informationsmaterial des CIVD gehören zahlreiche Publikationen für Fachpublikum und Verbraucher, die vom Verband produziert und verbreitet werden. Auf [civd.de](http://civd.de) und [caravaning-info.de](http://caravaning-info.de) können die Publikationen heruntergeladen sowie bei der Geschäftsstelle bestellt werden.

### Verbraucher

#### CARAVANING WELT

Die vielen faszinierenden Facetten der schönsten Urlaubsform kompakt und anschaulich zusammengefasst: Die CARAVANING WELT informiert sowohl Neueinsteiger als auch Caravaning-Erfahrene zu allen Themen rund um den Urlaub mit Caravan und Reisemobil. Dazu gehören praktische Anleitungen genauso wie inspirierende Reiseberichte und touristische Geheimtipps. Das Magazin erscheint jährlich zum CARAVAN SALON und wird unter anderem auch auf anderen Messen, bei Promotions und in Arztpraxen verteilt. Zudem kann es auf [caravaning-info.de](http://caravaning-info.de) heruntergeladen und als Printversion bestellt werden. Caravaning-Händler können das Magazin zur Auslage in ihren Verkaufsräumen ordern.

#### Miet-Ratgeber

Die Miete eines Freizeitfahrzeugs ist für Interessierte oft der erste große Schritt in die Welt des Caravanings. Um den Einstieg in den mobilen Urlaub zu erleichtern, liefert der Miet-Ratgeber Neulingen viele hilfreiche Tipps. Er wird unter anderem bei Messen und Events verteilt.

#### Nachwuchs und Fachkräfte gesucht – [sonnigekarriere.de](http://sonnigekarriere.de)

Der Bedarf an Fachkräften wird auch in der Caravaningbranche von Jahr zu Jahr größer. Der CIVD stellt auf der Website [sonnigekarriere.de](http://sonnigekarriere.de) und in Printmaterialien die neu geschaffene Ausbildungsfachrichtung „Caravan- und Reisemobiltechniker/in“ vor und wirbt für die Caravaningbranche als Arbeitgeber. Auf

The CIVD's extensive information material includes numerous publications for trade audiences and consumers, which are produced and distributed by the association. The publications can be downloaded from [civd.de](http://civd.de) and [caravaning-info.de](http://caravaning-info.de) and ordered from the CIVD offices.

### Consumers

#### CARAVANING WELT

The many fascinating facets of the finest form of holidaying summarised in a compact and clear way: CARAVANING WELT informs both newcomers and experienced caravanners on all topics relating to vacations with caravans and motor caravans. This includes practical instructions as well as inspiring travel reports and insider tourist tips. The magazine appears annually to the CARAVAN SALON and is distributed among other things at other fairs, promotions and in medical offices. In addition, it can be downloaded from [caravaning-info.de](http://caravaning-info.de) and ordered as a print version. Caravanning dealers can order the magazine for display in their showrooms.

#### Rental guidebook

Renting a leisure vehicle is often the first big step into the world of caravanning for those interested. To make it easier for newcomers to get started on their mobile vacation, the rental guidebook provides many helpful tips. It is distributed at trade fairs and events, among other places.

#### Young talent and skilled workers wanted – [sonnigekarriere.de](http://sonnigekarriere.de)

The need for skilled workers is also growing in the caravanning industry year by year. On the website [sonnigekarriere.de](http://sonnigekarriere.de) and in print materials, the CIVD presents the newly created the “Caravan and Motor Caravan Technology” career path and promotes the caravanning industry as an attractive

dem Online-Portal ist neben allgemeinen Informationen und einem Newsletter auch eine deutschlandweite Unternehmensübersicht mit ausbildenden Herstellern und Händlern zu finden. Auch Quereinsteiger finden hier Unternehmen, die offene Stellen besetzen wollen. Die Werbematerialien können von den Verbandsmitgliedern für Recruitingzwecke genutzt werden.

### Fachpublikum

#### CIVD-Jahresband

Der CIVD-Jahresband ist zum Standardwerk der Caravaningbranche gereift. Auf über 150 Seiten gibt der zweisprachige Band einen Überblick über alle Ziele, Entwicklungen und Resultate der Verbandsarbeit. Zu seinen zentralen Inhalten zählen die Berichte des Referats Technik, Umwelt & Infrastruktur zu technischen Entwicklungen in der Industrie, der Straßenverkehrssicherheit, Nachhaltigkeit sowie der Förderung des Infrastrukturausbaus. Die Tochtergesellschaft Caravaning Informations GmbH (CIG) beleuchtet ihre kanalübergreifenden Marketing- und PR-Maßnahmen. Das Referat für Wirtschaft & Statistik krönt den Jahresband mit einem umfangreichen Statistikteil, der einen detaillierten Einblick in Daten und Fakten des Caravaningmarktes weltweit gewährt.

#### Imagebroschüre

Die vom CIVD erstellte Imagebroschüre stellt prägnant die wirtschaftliche Bedeutung der Caravaningbranche vor. Sie zeigt anhand zentraler Branchenzahlen, welchen Stellenwert Caravaning für Industrie, Handel und Tourismus einnimmt. Die Broschüre kann für Imagemaßnahmen von CIVD-Mitgliedern genutzt werden.

#### Brancheninformationen für politische Entscheider

Die Interessenvertretung auf politischer Ebene zählt zu den Kernaufgaben des CIVD. Der Verband sensibilisiert politische Entscheider für die touristische und wirtschaftliche Bedeutung von Caravaning und wirbt für den Ausbau der Infrastruktur. Das vom CIVD erstellte „Policy Paper“ und ein Politikbrief geben einen Überblick über Branche und Urlaubsform und richten sich an Politikerinnen und Politiker. Der CIVD stellt die Publikationen auch seinen Mitgliedern zur Verfügung.

#### Stellplatz-Leitfäden

Der CIVD bietet interessierten Investoren und Kommunen eine individuelle Beratung zum Bau und Ausbau von Stellplätzen an. Darüber hinaus stellt das Beratungsteam Leitfäden zur Planung und Umsetzung von Stellplatzprojekten unter [reise-mobil-stellplatz.info](http://reise-mobil-stellplatz.info) zum Download bereit.

#### CIVD-Reparaturhandbuch

Das Reparaturhandbuch bietet Kfz-Werkstätten, -Gutachtern und -Fachbetrieben konkrete Anleitungen, Hinweise und Spezifikationen zur Technik und Reparatur von Caravans und Reisemobilen. Die neueste Version des Leitfadens ist nun per Online-Plattform verfügbar.

#### CIVD-Informationen

Die monatlich erscheinenden CIVD-Informationen sind ein exklusiv für Verbandsmitglieder konzipierter Bericht über aktuelle Entwicklungen aus dem wirtschaftlichen, technischen und politischen Umfeld der Branche. Zudem geben die Verbandsabteilungen Einblicke in aktuelle Projekte. ■

workplace. On the online platform, in addition to general information and a newsletter, there is also a Germany-wide company overview with manufacturers and dealers who provide job training. Professionals can also find companies here that want to fill vacancies. The advertising materials can be used by association members for recruiting purposes.

### Trade audiences

#### CIVD Annual Report

The CIVD Annual Report has become the standard reference work for the caravanning industry. On more than 150 pages, the bilingual publication provides an overview of all objectives, developments and results of the association's work. Its central contents include the reports of the Technology, Environment & Infrastructure Department on technical developments in the industry, road safety, sustainability and the promotion of infrastructure development. The subsidiary Caravaning Informations GmbH (CIG) highlights its cross-channel marketing and PR activities. The Department of Economics & Statistics crowns the annual report with an extensive statistics section that provides detailed insights into facts and figures of the caravanning market worldwide.

#### Image brochure

The image brochure compiled by the CIVD concisely presents the economic significance of the caravanning industry. It uses key industry figures to show the importance of caravanning for industry, trade and tourism. The brochure can be used for image activities by CIVD members.

#### Industry information for policymakers

Representing interests at the political level is one of the core tasks of the CIVD. The association raises awareness among political decision-makers for the tourism and economic importance of caravanning and promotes the expansion of the infrastructure. The “Policy Paper” produced by the CIVD and a policy letter provide an overview of the industry and the form of holidaying and are aimed at politicians. The CIVD also makes the publications available to its members.

#### Caravanning sites guidance

The CIVD offers investors and municipalities interested in the construction and expansion of caravanning sites individual consulting services. In addition, the consulting team provides guidance on planning and implementing caravanning sites that can be downloaded at [reisemobil-stellplatz.info](http://reisemobil-stellplatz.info).

#### CIVD Repair Manual

The Repair Manual provides automotive workshops, experts and specialist workshops with concrete instructions, advice and specifications on the technology and repair of caravans and motor caravans. The latest version of the manual is now available via an online portal.

#### CIVD-Informationen (CIVD information)

The monthly CIVD Information is a report on the industry's current economic, technical and political developments, designed exclusively for association members. In addition, the association departments provide insights into ongoing projects. ■



# Zahlen und Fakten

## Facts and figures

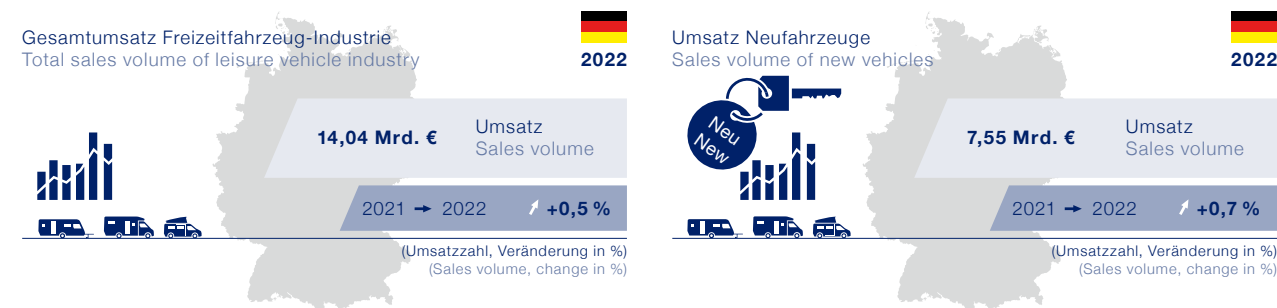
S. 56–70 | pp. 56–70 →





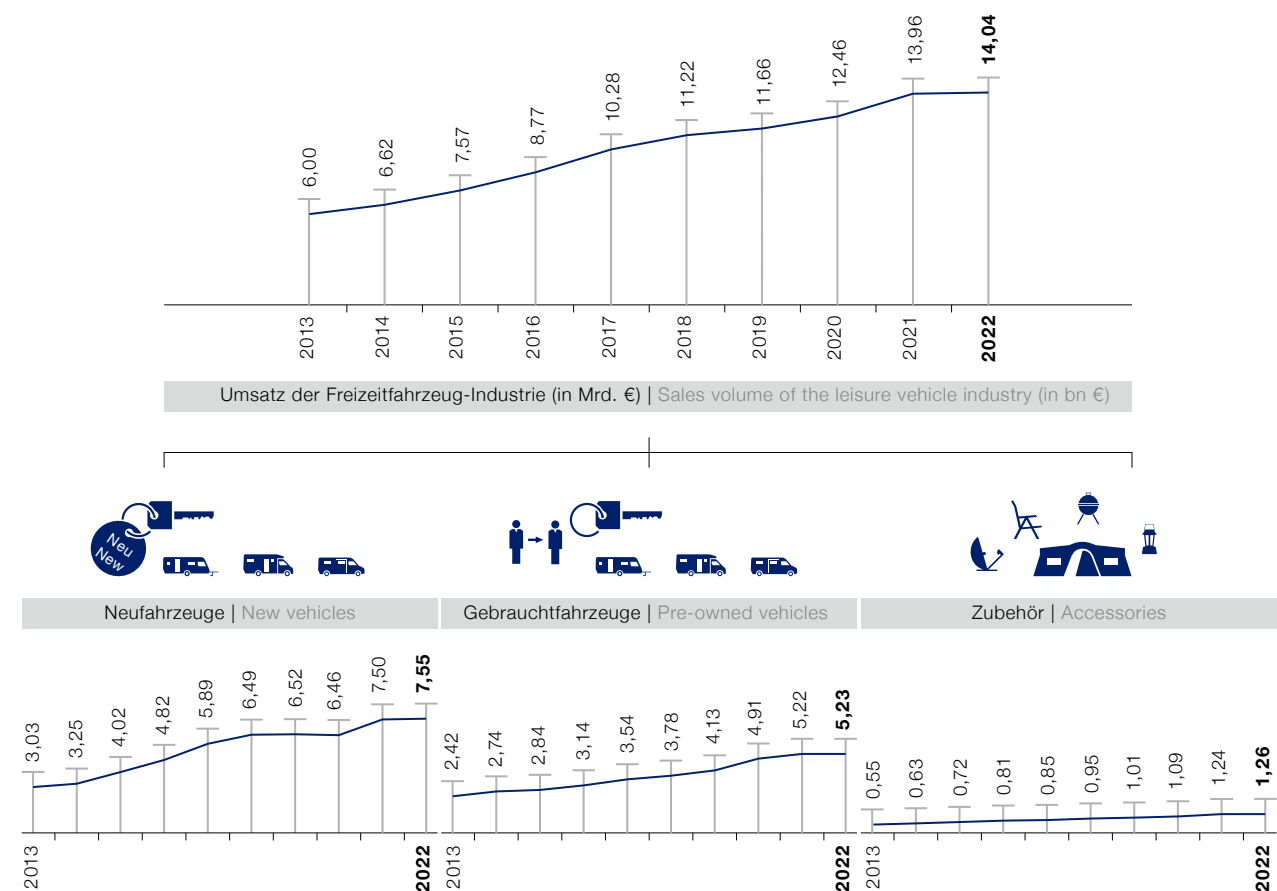
# Umsatz der deutschen Freizeitfahrzeug-Industrie

## Sales volume of the German leisure vehicle industry



- Erstmals 14 Mrd. Euro Industrieumsatz im herausfordernden makroökonomischen und geopolitischen Umfeld
  - 2022 war geprägt durch steigende Material- und Fahrzeugpreise sowie eine weitere Verschlechterung der Chassis-Verfügbarkeit
  - Durch den Verkauf höherpreisiger Fahrzeuge erhöht sich der Umsatz an Neufahrzeugen um 1 Prozent leicht; Produktionsoutput mit minus 1,1 Prozent unter Vorjahr
  - Aufgrund des weiterhin niedrigen Bestandsniveaus stagniert der Umsatz an Gebrauchtfahrzeugen bei 5,2 Mrd. Euro
  - Zubehör als dritter Geschäftsbereich mit stabilem Zuwachs von 1 Prozent
- Industry sales of 14 billion euros for the first time in a challenging macroeconomic and geopolitical environment
  - 2022 was marked by rising material and consequently vehicle prices as well as further decline in chassis availability
  - Sales of higher-priced vehicles slightly increase turnover from new vehicles by 1 per cent; production output down 1.1 per cent year-on-year
  - Due to continued low inventory levels, turnover from used vehicles stagnates at 5.2 billion euros
  - Accessories as third business division with stable growth of 1 per cent

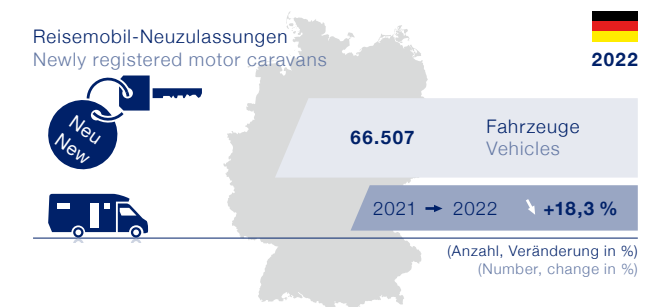
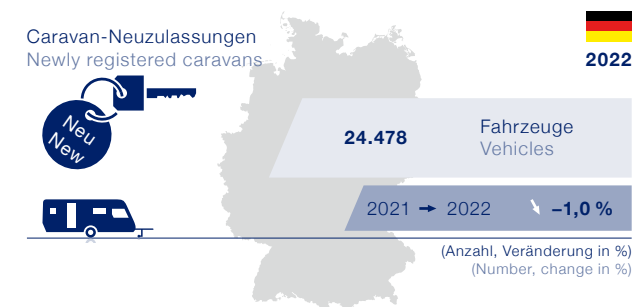
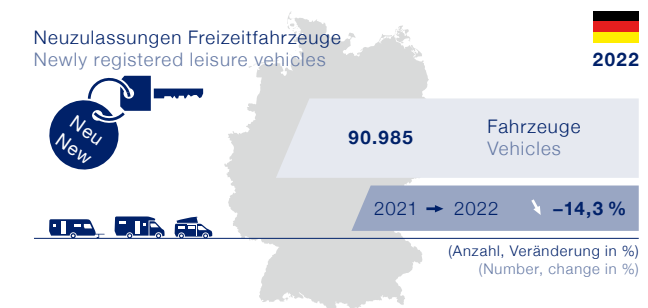
**Umsatz der deutschen Freizeitfahrzeug-Industrie (in Mrd. Euro) 2013–2022**  
Sales volume of the German leisure vehicle industry (in billions of euros) 2013–2022



Quelle: CIVD-Erhebungen | Source: CIVD surveys

# Entwicklung der Neuzulassungen in Deutschland

## Development of new registrations in Germany

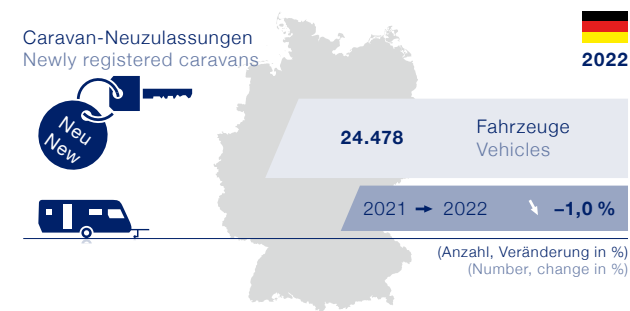


- 100K Freizeitfahrzeuge Marke wurde in 2022 unterschritten; dennoch rund 10.000 über dem 2019er-Niveau
  - Deutlicher Verlust von 15.000 Einheiten maßgeblich durch die Entwicklung im Bereich Reisemobile verursacht
  - Neben Lieferkettenproblematik war die Zulassungssituation in 2022 auch durch die geopolitischen, energiepolitischen und wirtschaftlichen Schocks negativ beeinflusst
  - Caravan-Neuzulassungen trotz Produktionsfokus mit einem Rückgang von 1 Prozent unter den anfänglichen Erwartungen
  - Trotz hohem Auftragsbestand und Endkundennachfrage bei den Reisemobilen bleibt Chassis-Verfügbarkeit nachhaltiger Flaschenhals
- 100K leisure vehicles mark undershot in 2022; nevertheless around 10,000 above the 2019 level
  - Significant loss of 15,000 units largely caused by developments in the motor caravan sector
  - In addition to supply chain issues, the registration situation in 2022 was also negatively impacted by geopolitical, energy and economic shocks
  - New caravan registrations down 1 per cent from initial expectations despite production focus
  - Despite high order backlog and end customer demand for motor caravans, chassis availability remains an ongoing bottleneck



# Caravan-Neuzulassungen in Deutschland

## Newly registered caravans in Germany



- Caravan-Neuzulassungen verharren im Bereich von 24.500 Einheiten
- Produktionsfokus auf Caravans in 2022 mündete nicht in einem proportionalen Anstieg der Endkundennachfrage
- Dennoch zeigt sich das eher konjunktursensible Segment der Caravans mit leichtem Rückgang von 1 Prozent im herausfordernden Umfeld resilient
- Niedrigbestände im Fahrzeughandel werden allmählich wieder aufgefüllt
- Immer noch deutlich unter Vorkrisenniveau bleibt der Pkw-Markt in Deutschland mit nur einem leichten Plus – dank auslaufender staatlicher Subventionen von 1 Prozent
- New caravan registrations remain in the range of 24,500 units
- Production focus on caravans in 2022 did not result in a proportional increase in end customer demand
- Nevertheless, the caravan segment, which tends to be more sensitive to economic cycles, is proving resilient in a challenging environment with a slight decline of 1 per cent
- Low inventories at the dealers are gradually being replenished again
- The passenger car market in Germany is still well below pre-crisis levels, with only a slight increase of 1 per cent thanks to expiring government subsidies

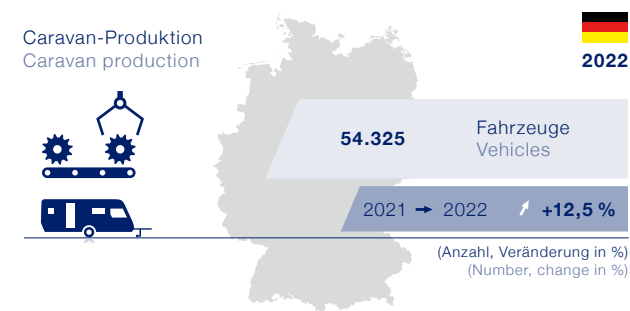
Caravan-Neuzulassungen 2020–2022  
Newly registered caravans 20120–2022

Jahr   Year	Einheiten   Units	Veränd. Vorjahr %   Change from prev. year %		Index   Index 2010 = 100 %			
		Caravans   Caravans	Pkw   Cars	Caravans   Caravans	Pkw   Cars	Caravans   Caravans	Pkw   Cars
2020	29.148	+8,2	-19,1	186,8	100,0		
2021	24.718	-15,2	-10,1	158,4	89,9		
2022	24.478	-1,0	+1,1	156,8	90,9		

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

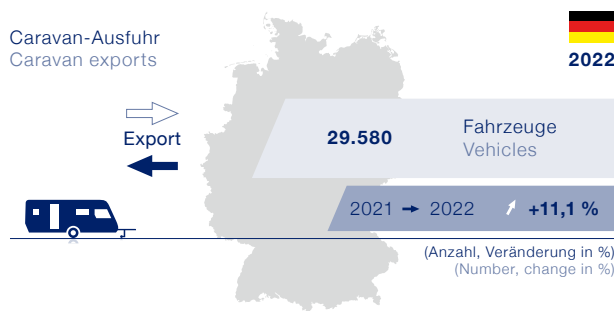
## Caravan production



- Nach dem Turnaround im Jahr 2021 setzt sich das zweistellige Wachstum in der Caravan-Produktion fort; höchster Produktionsoutput seit 15 Jahren
- Durch Chassis-Mangel im Reisemobilbereich fand 2022 eine Produktionsverschiebung zum Caravan statt
- Caravan-Segment knackt erstmals die Umsatzmilliarde
- Im Zuge sich verbessernder Lieferketten können der Auftragsbestand abgebaut sowie Händlerbestände nahezu wieder auf ein präpandemisches Niveau aufgebaut werden
- After the turnaround in 2021, double-digit growth in caravan production continues; highest production output in 15 years
- Due to chassis shortage in the motor caravan segment, a production shift to caravans took place in 2022
- Caravan segment hits the one billion mark in sales for the first time
- Improving supply chains allows order backlog to be reduced and dealer inventories to be almost replenished to pre-pandemic levels

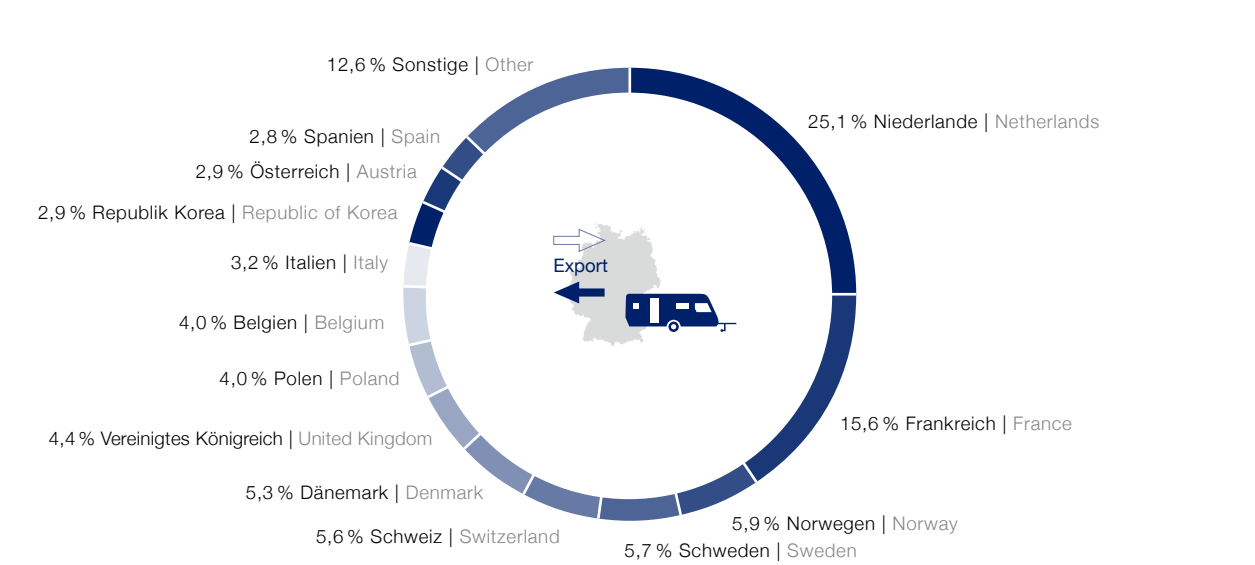
# Caravan-Ausfuhr

## Caravan exports



- 2022 stand im Zeichen der weiteren Aufstockung der geringen Lagerbestände in Europa
- Caravan-Export wächst erneut zweistellig, wenngleich weniger dynamisch (2021: +26,7 Prozent)
- Top-5-Märkte machen rund 60 Prozent des absoluten Gesamtwachstums aus
- Frankreich und Niederlande mit größtem Volumenzuwachs
- Südkorea stark rückläufig aufgrund konjunktureller Unsicherheit
- Trotz direkter Nähe zum Ukrainekrieg überrascht Polen mit positiver Nachfrage und Top-10-Platzierung der dt. Exportmärkte (seit 2021)
- 2022 was marked by further restocking of low inventories in Europe
- Caravan export growth again in double digits, although less dynamic (2021: +25.8 per cent)
- TOP 5 markets account for around 60 per cent of total absolute growth
- France and the Netherlands with highest volume increase
- South Korea declines sharply due to economic uncertainty
- Despite direct proximity to the Ukraine war, Poland surprises with positive demand and TOP 10 ranking of German export markets (since 2021)

Caravan-Ausfuhr in ausgewählte Länder 2022  
Caravan exports to selected countries 2022

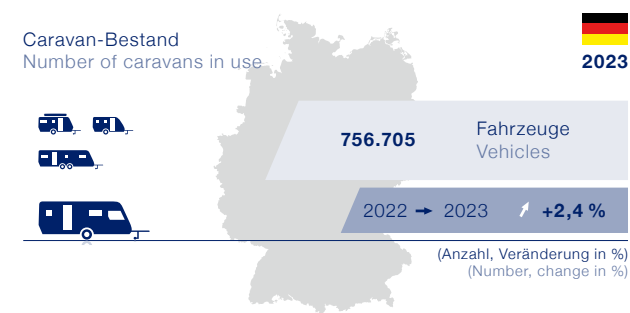


Quelle: CIVD-Auswertung der Zahlen des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden  
Source: CIVD analysis of the figures published by the Federal Statistics Office, Wiesbaden



Caravan-Bestand

Number of caravans in use



- Caravan-Bestand wächst konstant, seit 2015 jährlich um rund 3 Prozent
- Etwa 70 Prozent der Neuzulassungen finden sich im Bestandszuwachs wieder; Zeugnis der langen Lebens- und Haltedauer von Caravans
- Im Pkw-Markt wird lediglich eine Quote von 8 Prozent erreicht (Ratio Bestandszuwachs – Neuzulassungen)
- In den letzten zehn Jahren wurde ein zusätzlicher Caravan-Bestand von 177.000 Einheiten generiert

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.

- Caravan stock grows constantly, by around 3 per cent annually since 2015
- Around 70 per cent of new registrations are reflected in the increase in the number of existing vehicles; testimony to the long life and durability of caravans
- In the passenger car market, a ratio of only 8 per cent is achieved (ratio of growth in stock to new registrations)
- In the last 10 years, 177,000 additional caravans have been registered

Caravans that 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 that are in continuous use on campsites. The CIVD therefore puts the actual number thereof in Germany at more than 900,000 vehicles.

Caravan-Bestand 2019–2023

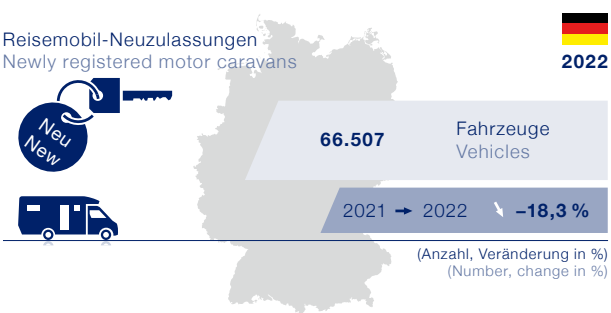
Number of caravans in use 2019–2023

Stichtag 01.01. as at 01.01.	Zugelassener Bestand Registered stock of vehicles	Veränderung zum Vorjahr   Change from previous year	
		Einheiten   Units	%
2019	674.676	↗ +20.603	↗ +3,1
2020	698.596	↗ +23.920	↗ +3,5
2021	722.516	↗ +23.920	↗ +3,4
2022	739.294	↗ +16.778	↗ +2,3
2023	756.705	↗ +17.411	↗ +2,4

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



- Erneute Verschlechterung der Chassis-Verfügbarkeit verursacht zweistelligen Rückgang bei den Reisemobil-Neuzulassungen
- Dennoch drittbestes Zulassungsergebnis mit 66.507 Einheiten
- Nachfrage der Endkunden und Auftragsbestand bei den Herstellern verbleiben auf hohem Niveau und konnten in 2022 nicht vollständig bedient werden
- Weitere starke Nachfrage nach der Aufbauart Kastenwagen, speziell deren Ausführung ohne Bad; Volumenzuwachs der letzten Jahre im Reisemobil-Bereich maßgeblich durch Kastenwagen ermöglicht

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.

- Further decline in chassis availability causes double-digit decline in motor caravan registrations
- Nevertheless, third-best registration result with 66,507 units
- End-customer demand and manufacturers' order backlog remain at a high level and could not be fully met in 2022
- Continued strong demand for the camper van body type, especially the version without a bathroom; volume growth in the motor caravan sector in recent years largely made possible by camper vans

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 2020–2022

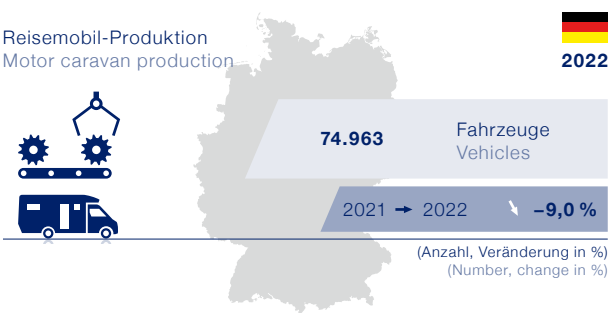
Newly registered motor caravans 2020–2022

Jahr   Year	Reisemobile   Motor caravans	Veränd. %   Change %	Pkw Veränd. %   Change cars %	Index   Index 2010 = 100%		
				Reisemobile	Motor caravans	Pkw   Cars
2020	78.055	↗ +44,8	↘ -19,1		430,3	100,0
2021	81.420	↗ +4,3	↘ -10,1		448,9	89,9
2022	66.507	↘ -18,3	↗ +1,1		366,7	90,9

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



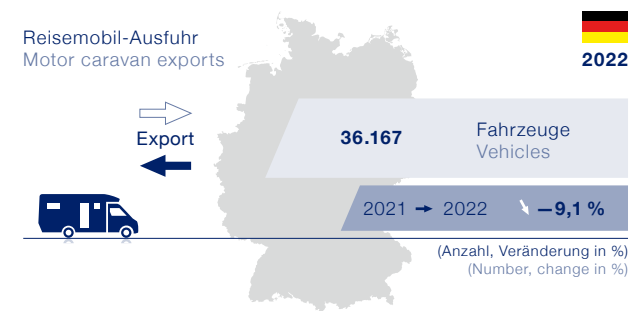
- Produktion von Reisemobilen fällt auf Niveau von 2018 zurück und verliert den Produktionszuwachs aus dem Vorjahr vollständig
- Produktionsalltag 2022 war geprägt durch Verschlechterung der Chassis-Verfügbarkeit sowie ständiges, kostenintensives Hoch- und Runterfahren
- Starke Diversifizierung der Basisfahrzeuglieferanten auf Kosten der Losgröße
- Verbesserung der Chassis-Verfügbarkeit in 2023 erwartet

- Motor caravan production falls back to 2018 level and completely loses the production growth from the previous year
- Day-to-day production in 2022 was characterised by a decline in chassis availability and constant, costly ramp-ups and downs
- Strong diversification of base vehicle suppliers at the expense of lot size
- Improvement in chassis availability expected in 2023



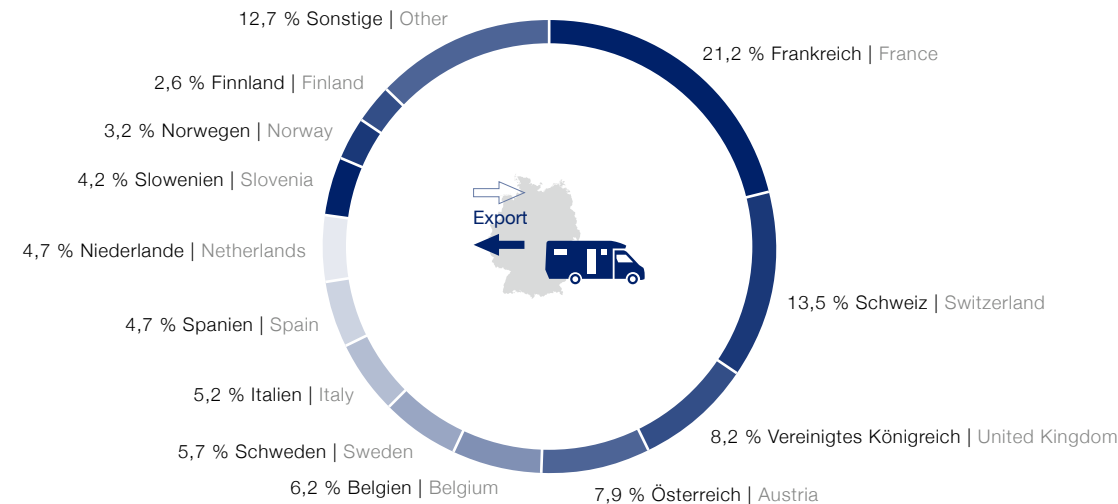
# Reisemobil-Ausfuhr

## Motor caravan exports



- Guter Start in das neue (Export-)Jahr; ab März 2022 schlugen die Auswirkungen der Lieferkrise sowie der Ukraine-krieg voll durch
  - Mit 9 Prozent verliert der Export ebenbürtig zur Produktion
  - Nordische Märkte, insbesondere Norwegen und Finnland, brechen mit jeweils über 30 Prozent ein
  - Top-3-Märkte (Frankreich, Schweiz, UK) zeigen sich relativ stabil; trotz schwieriger politischer und wirtschaftlicher Lage werden in UK rund 6 Prozent mehr Reisemobile aus Deutschland abgenommen
  - Osteuropäische Märkte – insbesondere Polen und Tschechien – erreichen jeweils bereits das Exportniveau von Finnland und bestätigen den positiven Trend
- Good start to the new (export) year; from March 2022, the effects of the supply crisis and the Ukraine war were fully felt
  - At 9 per cent, exports lose on a par with production
  - Nordic markets, especially Norway and Finland, collapse by more than 30 per cent each
  - TOP 3 markets (France, Switzerland, UK) remain relatively stable; despite the difficult political and economic situation, motor caravans sold in the UK are up 6 per cent on the German market
  - Eastern European markets – especially Poland and the Czech Republic – are already reaching the export level of Finland and testify to the positive trend

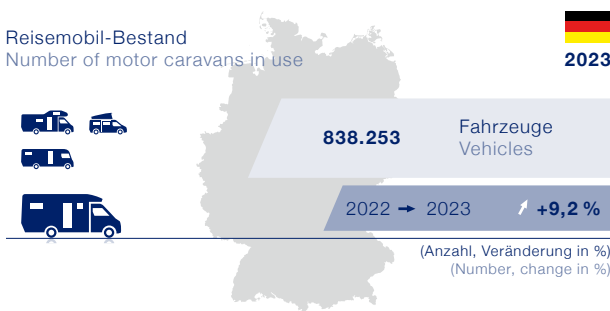
Reisemobil-Ausfuhr der deutschen Hersteller in ausgewählte Länder 2022  
Motor caravan exports by German manufacturers in selected countries 2022



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

# Reisemobil-Bestand

## Number of motor caravans in use



- Erneuter Rekordbestand für Reisemobile in Deutschland; seit 2010 mit positivem Wachstum
  - Reisemobil-Bestand steigert sich um rund 71.000 zusätzliche Fahrzeuge
  - Aufgrund niedriger Verschrottungsrate und Außerbetriebsetzungen wächst der Bestand auch in 2022 stärker als die Neuzulassungen; allerdings verringert sich der Abstand zu den beiden Vorjahren deutlich
  - Im Vergleich zu 2016 verdoppelt sich der Reisemobil-Bestand
- Another record motor caravan stock in Germany; positive growth since 2010
  - Motor caravan stock increases by around 71,000 additional vehicles
  - Due to a low rate of scrapping and decommissioning, the stock will continue to grow faster than new registrations in 2023, although the gap to the two previous years is decreasing significantly
  - Compared to 2016, the motor caravan stock has doubled

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 882.000 Einheiten.

Motor caravans that 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 882,000 units.

Reisemobil-Bestand 2019–2023  
Number of Motor caravans in use 2019–2023

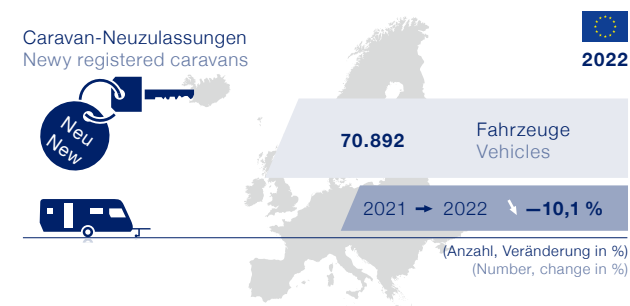
Jahr   Year	Zugelassener Bestand 01.01.   Registered stock of vehicles 01.01.	Veränderung   Change	
		Einheiten   Units	%
2019	532.687	+45.794	+9,4
2020	589.355	+56.668	+10,6
2021	674.697	+85.342	+14,5
2022	767.325	+92.628	+13,7
2023	838.253	+70.928	+9,2

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



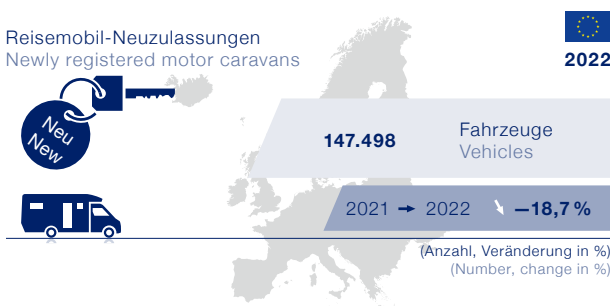
- Europäischer Caravanmarkt fällt mit rund 70.900 Neuzulassungen auf dritt tiefsten Stand seit der Eurokrise zurück
  - Konjunkturschwäche sowie geo- und energiepolitische Schocks lösen eine leichte Kaufzurückhaltung über ganz Europa aus; maßgeblich für den Rückgang ist jedoch der Einbruch des UK-Marktes um fast 5.000 Einheiten
  - Alle deutschen Hersteller – insbesondere die Knaus Tabbert – können durch ihr breites Produktportfolio Marktanteile dazugewinnen; Europa-Ranking unverändert mit Hobby-Gruppe auf Platz 1 sowie Knaus Tabbert-, Erwin Hymer und Trigano-Gruppe folgen
- European caravan market falls to third-lowest level since the euro crisis with around 70,900 new registrations
  - Economic weakness as well as geopolitical and energy policy shocks triggered a slight reluctance to buy across Europe; however, the slump in the UK market by almost 5,000 units was instrumental in the decline
  - All German manufacturers – especially Knaus Tabbert – were able to gain market share thanks to their broad product portfolio; European ranking unchanged with Hobby Group in first place and Knaus Tabbert, Erwin Hymer and Trigano Groups following

Europa: Caravan-Neuzulassungen 2018–2022							
Europe: Newly registered caravans 2018–2022							
Land   Country	2018	2019	2020	2021	2022	Veränd. %   Change %	
Deutschland   Germany	24.305	26.941	29.148	24.718	24.478	-1,0	↓
Vereinigtes Königreich   UK	20.480	18.266	15.098	18.660	13.884	-25,6	↓
Frankreich   France	8.124	7.728	7.080	7.446	7.330	-1,6	↓
Niederlande   Netherlands	6.636	7.034	6.959	8.562	7.946	-7,2	↓
Schweden   Sweden	3.349	3.293	3.613	3.869	3.164	-18,2	↓
Dänemark   Denmark	2.358	2.551	2.875	2.900	2.260	-22,1	↓
Norwegen   Norway	2.779	2.725	2.460	2.681	2.177	-18,8	↓
Spanien   Spain	1.674	2.217	1.688	1.926	1.579	-18,0	↓
Schweiz   Switzerland	1.669	1.584	1.562	1.687	1.775	+5,2	↑
Belgien   Belgium	1.177	1.195	1.145	1.290	1.306	+1,2	↑
Österreich   Austria	956	980	998	1.166	1.085	-6,9	↓
Finnland   Finland	681	783	870	1.052	806	-23,4	↓
Polen   Poland	333	359	433	941	1.066	+13,3	↑
Italien   Italy	772	777	514	568	659	+16,0	↑
Tschechien   Czech Republic	276	338	366	556	486	-12,6	↓
Slowenien   Slovenia	126	138	119	172	175	+1,7	↑
Luxemburg   Luxembourg	77	59	48	60	60	0	→
Portugal   Portugal	57	104	49	55	60	+9,1	↑
Estland   Estonia	0	9	23	45	58	+28,9	↑
Sonstige   Other	1.013	961	921	471	538	+14,2	↑
Gesamt   Total	76.842	78.042	75.969	78.825	70.892	-10,1	↓

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

# Reisemobil-Neuzulassungen in Europa

## Newly registered motor caravans in Europe



- 2022 markiert den ersten Rückgang seit über zehn Jahren
  - Seit 2016 verzeichnete jedes Jahr eine neue Rekordzulassung; erneute Verschlechterung der Fahrzeugchassis-Verfügbarkeit verwehrt dem erfolgsverwöhnten Reisemobil-Segment die Fortführung
  - Erfolg des europäischen Reisemobilmarktes eng an die Zulassungsentwicklung in Deutschland geknüpft (45 Prozent Marktanteil)
  - Im Vergleich zum präpandemischen Zulassungsniveau 2019 werden die zusätzlichen 14.700 Einheiten vorrangig durch Deutschland ermöglicht (85 Prozent Wachstumsanteil)
  - Rückgang in Skandinavien neben den bekannten Lieferproblemen auch durch Verteuerung des Produkts (Währungsschwankungen sowie Besteuerung) induziert
  - Dennoch: Nachfrage der Endkunden sowie Auftragsbestand der Hersteller weiterhin hoch
- 2022 marks first decline in over 10 years
  - Since 2016, every year has been a new record registration; renewed worsening of vehicle chassis availability denies the motor caravan segment, which is spoiled with success, a continuation
  - Success of the European motor caravan market closely linked to registration trends in Germany (45 per cent market share)
  - Compared to the pre-pandemic registration level in 2019, the additional 14,700 units will be made possible primarily by Germany (85 per cent share of growth)
  - Decline in Scandinavia induced not only by known supply problems but also by product price increases (exchange rate fluctuations and taxation)
  - Nevertheless: demand from end customers and orders on hand from manufacturers remain high

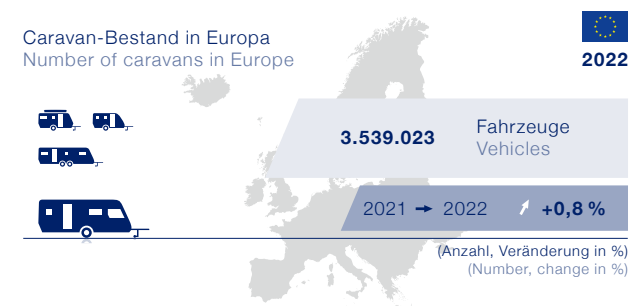
Europa: Reisemobil-Neuzulassungen 2018–2022							
Europe: Newly registered motor caravans 2018–2022							
Land   Country	2018	2019	2020	2021	2022	Veränd. %   Change %	
Deutschland   Germany	46.859	53.922	78.055	81.420	66.507	-18,3	↓
Frankreich   France	23.888	23.776	24.961	30.822	24.611	-20,2	↓
Vereinigtes Königreich   UK	14.691	15.342	12.613	14.074	11.823	-16,0	↓
Schweden   Sweden	7.212	4.147	4.011	5.066	3.498	-31,0	↓
Italien   Italy	6.156	6.092	6.515	7.113	5.828	-18,1	↓
Schweiz   Switzerland	4.462	5.345	6.731	8.498	7.165	-15,7	↓
Belgien   Belgium	4.613	5.007	5.437	7.086	6.108	-13,8	↓
Spanien   Spain	4.859	5.977	6.149	6.175	5.323	-13,8	↓
Norwegen   Norway	4.166	3.590	3.384	3.081	2.053	-33,4	↓
Niederlande   Netherlands	1.998	2.099	2.450	3.164	2.260	-28,6	↓
Finnland   Finland	1.573	1.727	1.984	2.634	1.443	-45,2	↓
Österreich   Austria	1.480	1.704	2.969	4.782	4.781	0	→
Tschechien   Czech Republic	936	1.070	1.125	2.048	1.507	-26,4	↓
Polen   Poland	578	649	955	2.191	1.746	-20,3	↓
Dänemark   Denmark	592	764	1.298	1.704	1.272	-25,4	↓
Slowenien   Slovenia	289	380	311	422	341	-19,2	↓
Portugal   Portugal	256	282	309	270	371	+37,4	↑
Luxemburg   Luxembourg	217	237	321	452	419	-7,3	↓
Estland   Estonia	0	81	70	143	165	+15,4	↑
Sonstige   Other	602	590	607	295	277	-6,1	↓
Gesamt   Total	125.427	132.781	160.255	181.440	147.498	-18,7	↓

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



# Caravan-Bestand in Europa

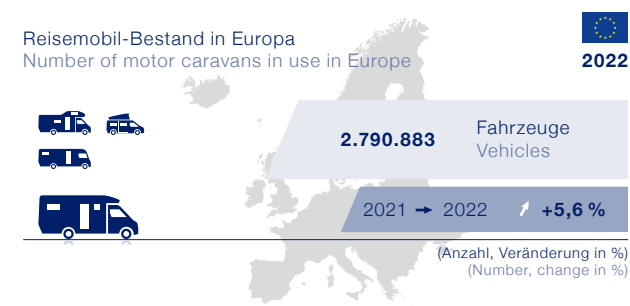
## Number of caravans in use in Europe



- Konstanz im Caravan-Bestand mit über 3,5 Mio. Einheiten
  - Über 60 Prozent des europäischen Bestandszuwachs wird durch Deutschland ermöglicht
  - Weiterhin zeigt sich der Trend rückläufiger Caravan-Bestände in Dänemark und den Niederlanden
- Consistency in caravan stock with over 3.5 million units
  - Germany accounts for more than 60 percent of the European increase in caravan numbers
  - The trend of declining caravan stocks continues in Denmark and the Netherlands

# Reisemobil-Bestand in Europa

## Number of motor caravans in use in Europe



- Europäischer Bestandszuwachs sowie Neuzulassungen der Reisemobile halten sich die Waage bei rund 150.000 Einheiten
  - Die TOP 3 Länder (Deutschland, Frankreich, UK) machen über 60 Prozent des Europa-Bestandes aus
  - Zweistelliges Wachstum in Osteuropa insbesondere in Polen und Tschechien ist Zeugnis für eine nachhaltige Nachfrage nach Caravaning-Produkten
- European stock growth and new motor caravan registrations balance out at around 150,000 units
  - The TOP 3 countries (Germany, France, UK) account for over 60 per cent of the European stock
  - Double-digit growth in Eastern Europe, especially in Poland and the Czech Republic, is evidence of sustained demand for caravanning products

# Freizeitfahrzeug-Neuzulassungen weltweit

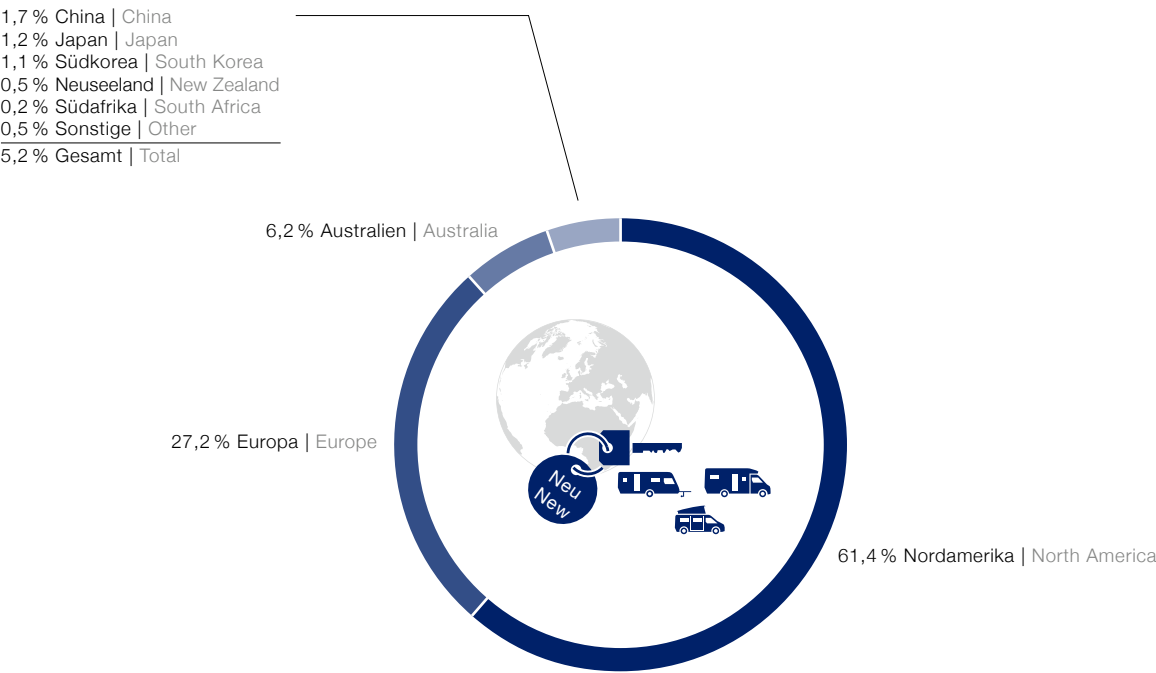
## Newly registered leisure vehicles worldwide

Weltweit: Freizeitfahrzeug-Neuzulassungen 2018-2022  
Worldwide: Newly registered leisure vehicles 2018-2022

Land   Country	2018	2019	2020	2021	2022	Veränd. %   Change %
Nordamerika*   North America*	483.672	406.092	430.412	600.240	493.268	-17,8
Europa   Europe	202.269	210.823	236.224	260.265	218.390	-16,1
Australien   Australia	36.292	36.397	30.105	44.700	49.750	+11,3
China   China	7.300	10.600	9.050	15.100	13.800	-8,6
Japan*   Japan*	6.400	7.081	8.124	8.995	9.360	+4,1
Südkorea   South Korea	3.050	3.100	7.000	10.390	9.100	-12,4
Neuseeland   New Zealand	3.858	3.634	3.336	4.142	4.253	+2,7
Südafrika   South Africa	1.550	1.400	1.330	1.550	1.680	+8,4
Sonstige   Other	5.050	5.300	4.900	5.400	4.400	-18,5
Gesamt   Total	749.441	684.427	730.481	950.782	804.001	-15,4

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 2022  
Worldwide: Newly registered leisure vehicles 2022



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



## Impressum | Imprint

### Herausgeber | Publisher

Caravaning 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  
caravaning-info.de

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

31.03.2023



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  
Moorweg 37  
26789 Leer

### Bildnachweise | Photo credits

Fahrzeugbilder: CIVD-Verbandsmitglieder  
Vehicle images: CIVD Association members

S. 21 | p. 21 Messe Düsseldorf, ctillmann  
S. 27 | p. 27 FrankenTherme Bad Königshofen  
S. 28 | p. 28 Büro MdB Christian Kühn  
S. 31 | p. 31 oben | above ECER; unten | below Busan Exhibition & Convention Center (BEXCO)/KRVIADC  
S. 37 | p. 37 Messe Düsseldorf, ctillmann  
S. 42 | p. 42 ProSieben, Sat 1  
S. 47 | p. 47 Our House  
S. 48 | p. 48 Merian scout, Frankfurter Allgemeine Zeitung  
S. 49 | p. 49 ARD  
S. 50 | p. 50 DMAX  
S. 51 | p. 51 engbers, sport 2000