

**3. Deutscher Stellplatztag 2023, 28.08.2023**

**CARAVAN SALON Düsseldorf**

**Aktuelle Studienergebnisse**

**Thema 1: Die unterschiedlichen Einstellungen der Generation Z zu den Tourismussegmenten „Wohnmobil“ und „Kreuzfahrt“ im Spannungsfeld**

**Thema 2: Rentabilität für Ladeinfrastruktur auf Camping- und Stellplätzen**

Prof. Dr. Peter Greischel, Hochschule München, Fakultät für Tourismus

# Hochschule für Angewandte Wissenschaften München

## 18.386 Studierende

510 Professorinnen und Professoren

813 Lehrbeauftragte

548 Verwaltungsmitarbeitende

166 Wissenschaftliche Mitarbeitende

133 PhD Studierende

98 Studienprogramme

(Bachelor und Master)

14 Fakultäten

5 Forschungsinstitute

## 287 Internationale

Partneruniversitäten



# Die Fakultät für Tourismus

- + Die mit Abstand größte Tourismus-Fakultät im deutschsprachigen Raum
- + **1.252 Studierende**
- + 25 ProfessorInnen und 5 wissenschaftliche MitarbeiterInnen
- + 61 Lehrbeauftragte
- + 1 Bachelor-Studiengang und 2 Master-Studiengänge
- + **BWL + Destinationen, Mobilität, Touristik, Hospitality + Internationales**



# Die unterschiedliche Einstellungen der Generation Z zu den Tourismussegmenten „Wohnmobil“ und „Kreuzfahrt“ im Spannungsfeld

- Bachelorarbeit von Frau Annika Nellissen, HM, Abgabe am 11.08.2023
- Generation Z: 1995 – 2010 geboren => heute 13 – 28 Jahre alt
- Quelle: Umfrage 16.5. – 29.5.2023 unter 143 Personen der Gen Z  
Rücklauf und damit Grundgesamtheit: 103 Personen,  
davon 73% weiblich und 27% männlich



**Wichtige Zielgruppe für die Zukunft der Branche**



# Was fällt Ihnen ein, wenn Sie (= Gen Z) an eine Kreuzfahrt denken?



## ⇒ Negative Assoziationen

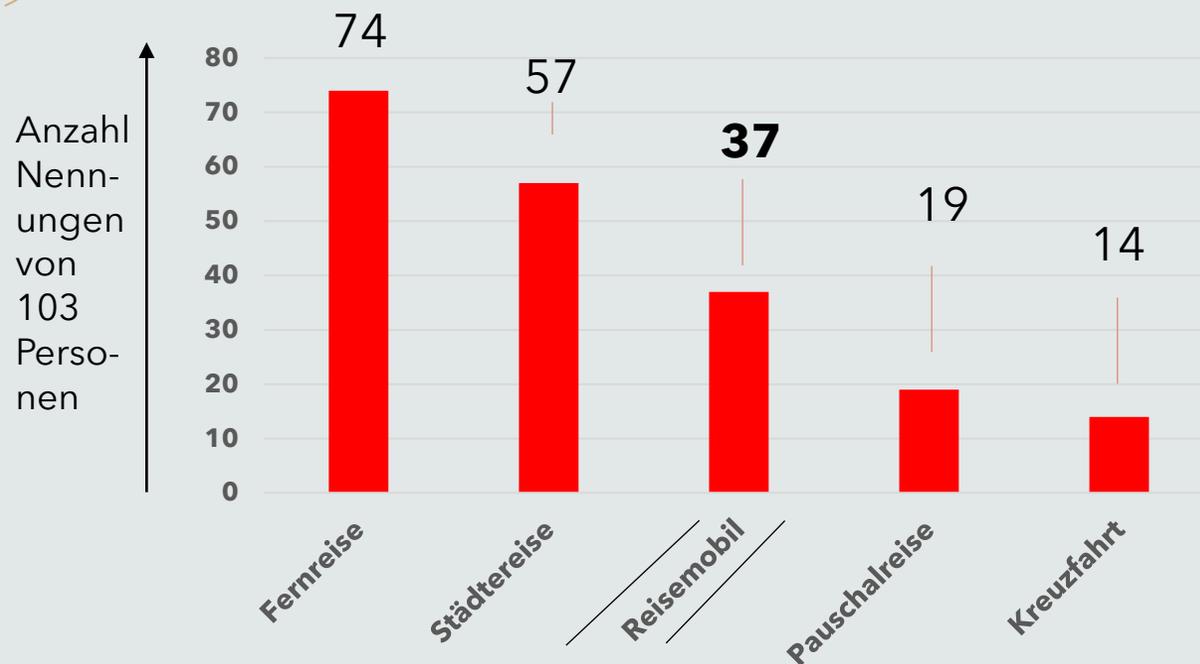
- langweilig
- Umweltbelastung

## ⇒ Positive Assoziationen

- Spaß
- gutes Essen

Die Fernreise führt bei der Gen Z die Beliebtheitsliste an,  
das Reisemobil liegt im Mittelfeld

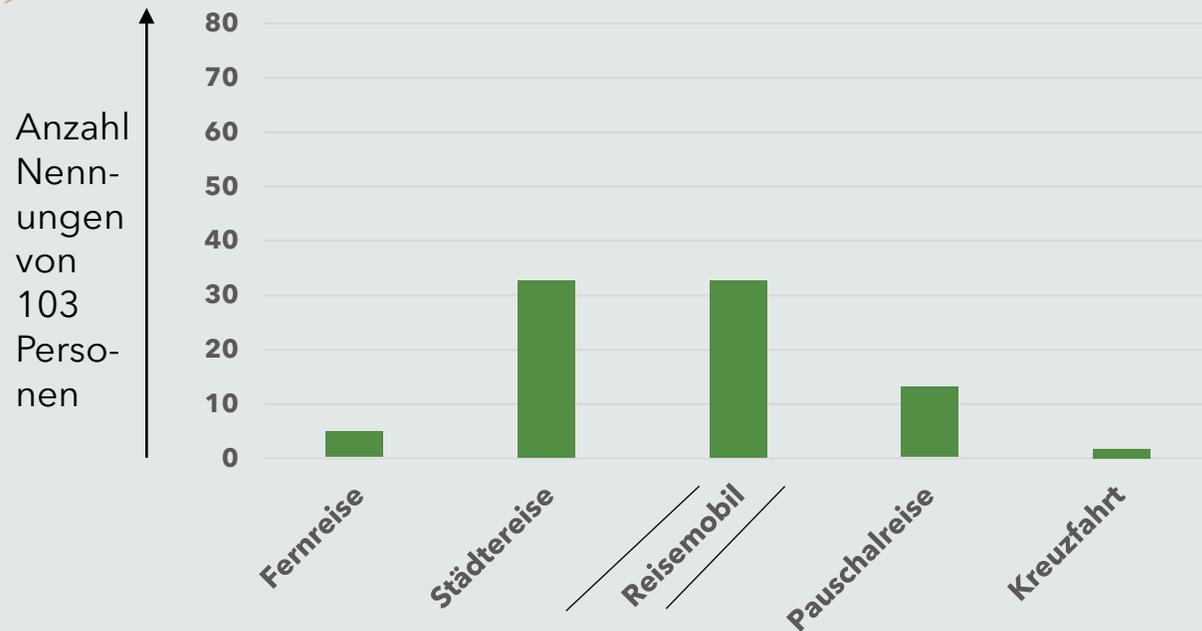
„Sehr interessant sind für mich die folgenden Reiseformen“  
(auch Mehrfachnennungen)



Pauschalreisen und Kreuzfahrten bei den  
13- bis 28-Jährigen nicht so beliebt

# Städtereisen und Wohnmobilreisen werden als deutlich nachhaltiger eingestuft als die anderen Reiseformen

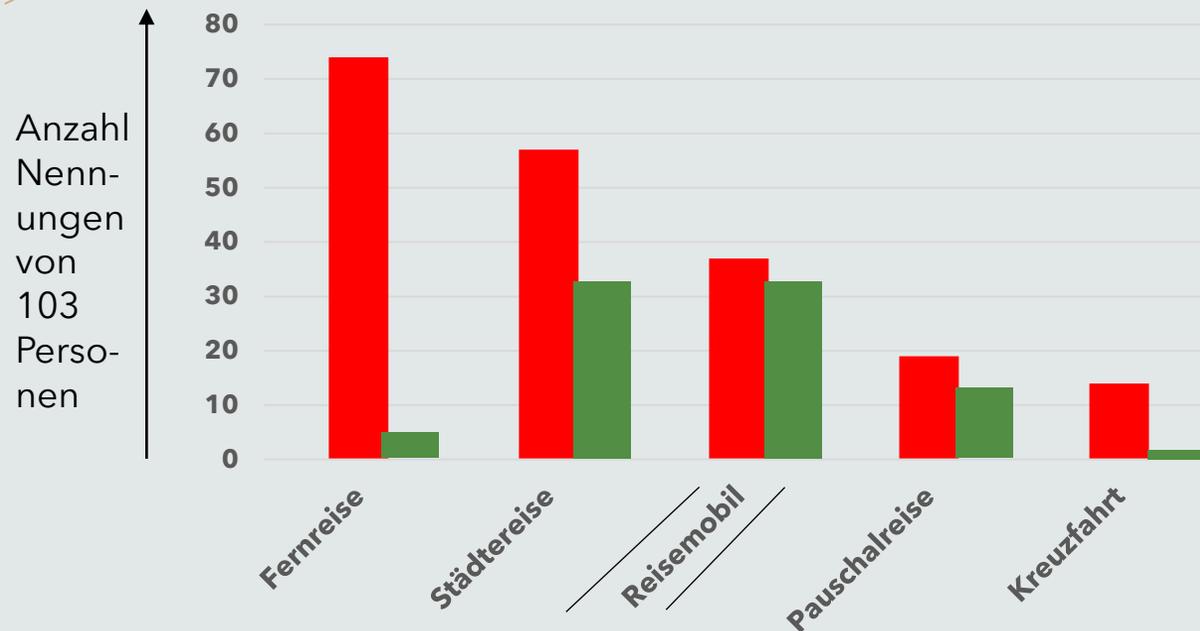
„Diese Reiseformen sind für mich nachhaltig“ (auch Mehrfachnennungen)



Kreuzfahrten werden ihrem „Verschmutzer-Ruf“ gerecht

Es treten große Diskrepanzen bei der Fernreise auf:  
Wie ernst meint es die Gen Z mit der Nachhaltigkeit?

**Beliebtheit von Reiseformen** ↔ **Nachhaltigkeit**



Das Reisemobil zeigt ein gutes Verhältnis zwischen Beliebtheit und Nachhaltigkeit auf

Naturerlebnisse stehen bei der Gen Z ganz oben auf der Wunschliste, Entertainment und Wellness sind wenig gefragt

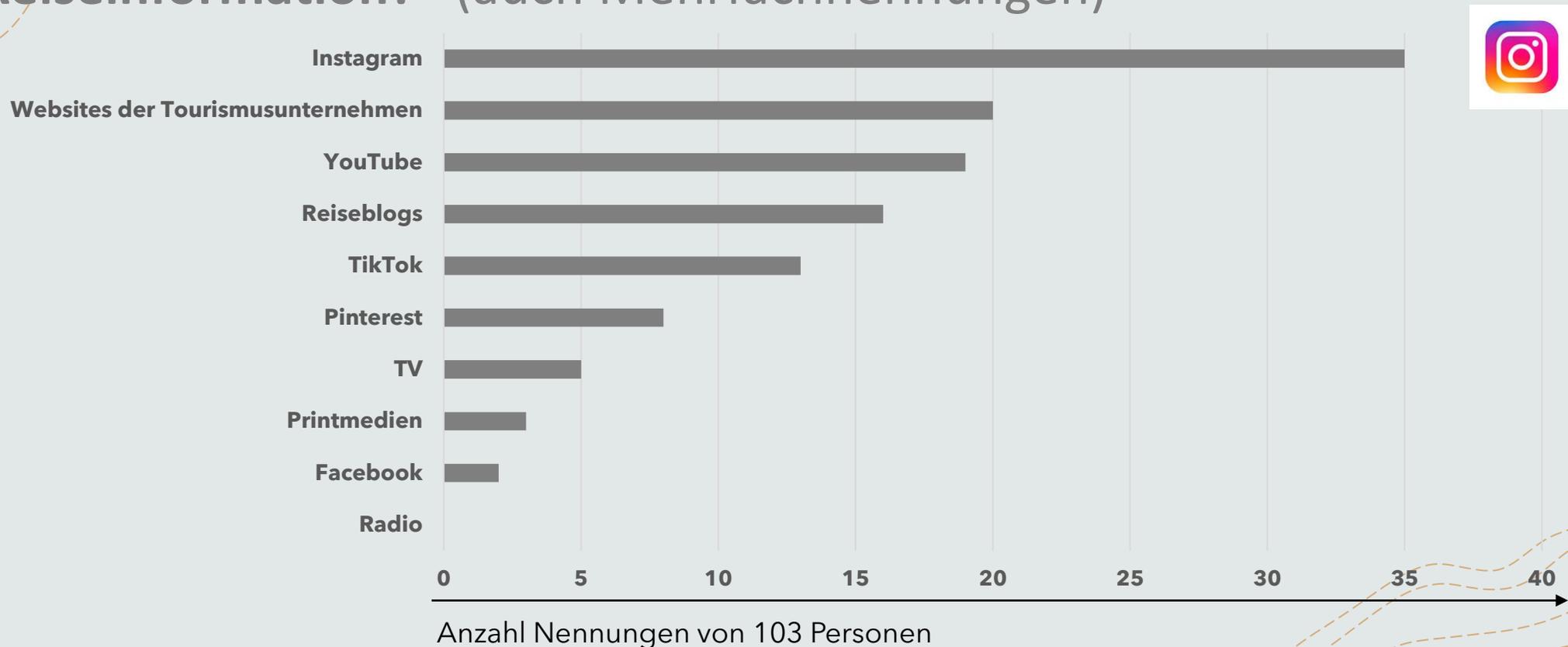
„Welche Motive haben Sie, eine Wohnmobilreise zu unternehmen?“  
(auch Mehrfachnennungen)



**Die Gen Z zeigt ein breites Bündel an Motiven**

## Gen Z – Mediennutzung: Instagram dominiert, und selbst Facebook ist weit abgeschlagen

„Wie häufig nutzen Sie die folgenden Kanäle als Reiseinspiration bzw. zur Reiseinformation?“ (auch Mehrfachnennungen)



**Ernsthaftes Marketing bespielt die wichtigsten Kanäle**



# Die Rentabilität von Investitionen in die Ladeinfrastruktur auf Camping- und Stellplätzen

- Bachelorarbeit von Frau Natalia Mayr-Dzierzkowski, HM, Abgabe November 2023, daher hier nur vorläufige Resultate
- Quelle: Qualitative Befragung von  
14 CP- und SP-Betreibern in Bayern,  
4 Experten: ECO-CAMPING, Landesverband der Campingwirtschaft in Bayern e.V. und CIVD,  
3 Infrastrukturausrüstern: Edelboxx, CamperClean und Reisch Tech, und  
1 Hersteller: Knaus Tabbert

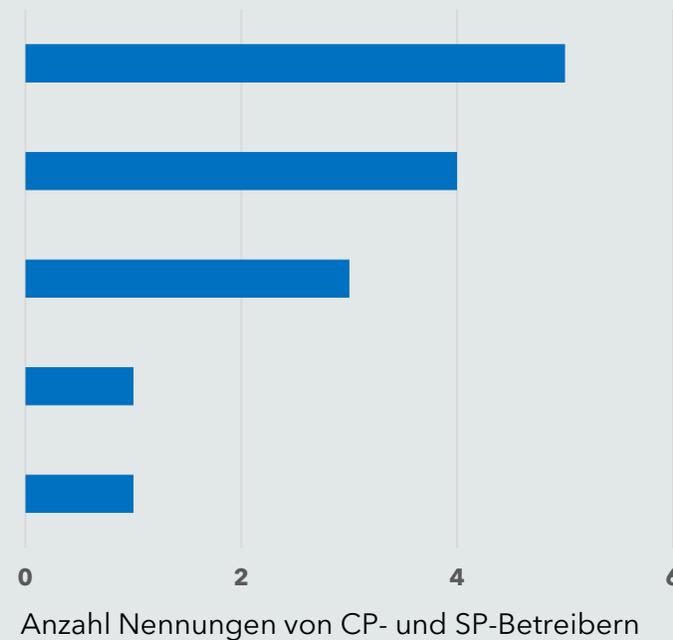


**Strategisches Thema für die Branche**

# Der Ausbau von Stromzuleitungen wird als zentrale Voraussetzung genannt

## E-Mobilität & Marktentwicklung der E-Freizeitfahrzeuge

- E-Mobilität wird kommen, durch Politik gesetzt
- Aktuell noch keine E-Freizeitfahrzeuge verfügbar
- Viel verschlafen
- Keine zukunftsweisende Technologie
- E-Mobilität wird sich nicht durchsetzen



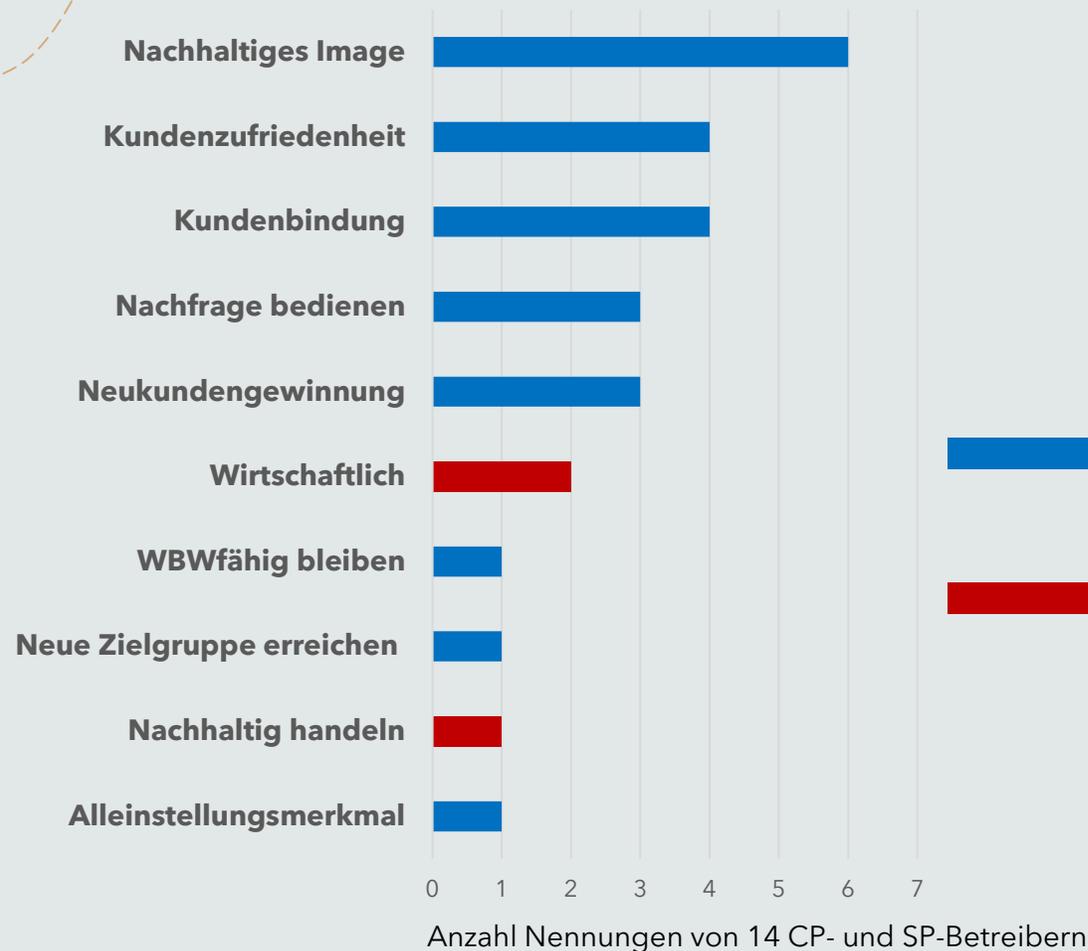
## Voraussetzungen für positive Entwicklung

- Netzinfrastruktur – Ausbau Stromzuleitungen
- Genügend Ladeinfrastruktur schaffen

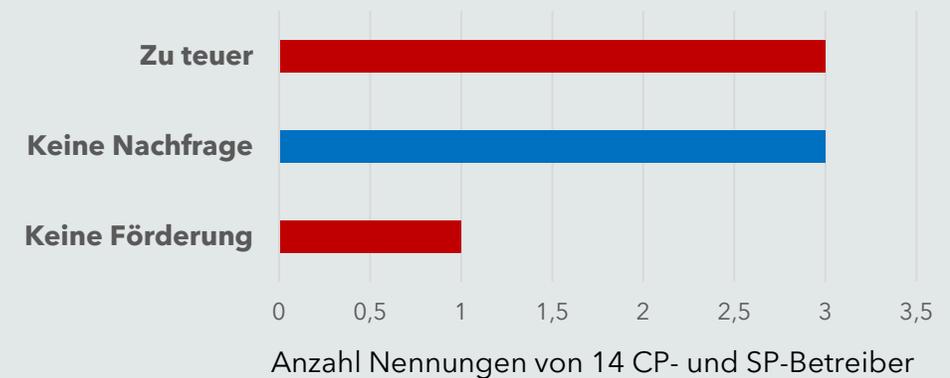


# Die meisten Motive für eine Investition in LIS stammen aus marktbezogenen Überlegungen

## Motive FÜR eine Investition



## Motive GEGEN eine Investition

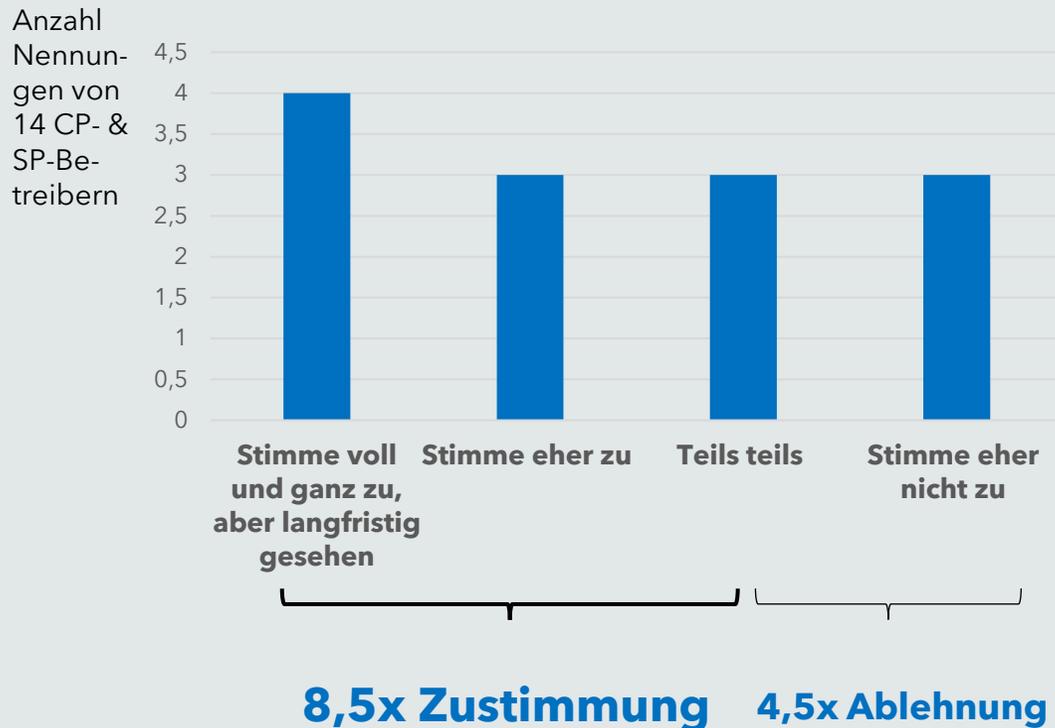


**Kunden-/ Marktbezogen**

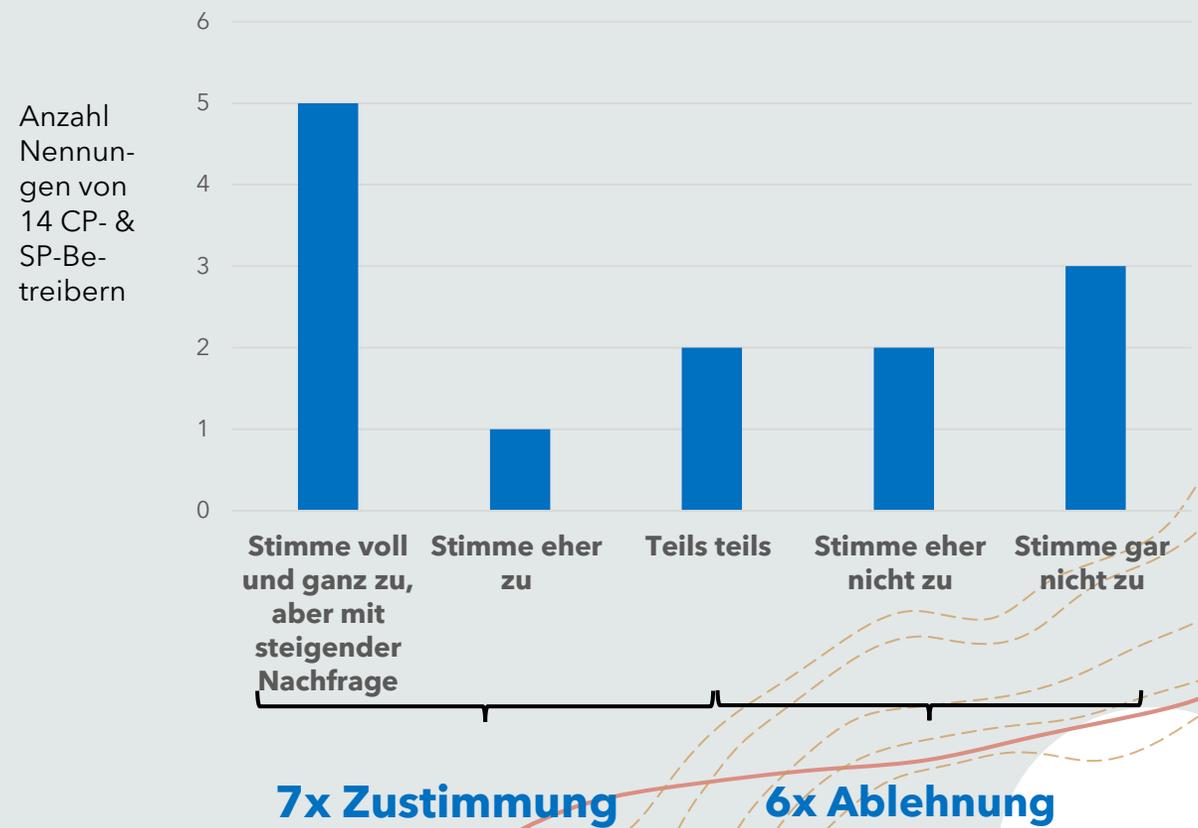
**Wirtschaftliches Denken**

# Eine Mehrheit der CP- und SP-Unternehmer sieht langfristig Vorteile durch eine LIS

„LIS bildet großes Potenzial für Nachhaltigkeit & Wettbewerbsfähigkeit der CP & SP“

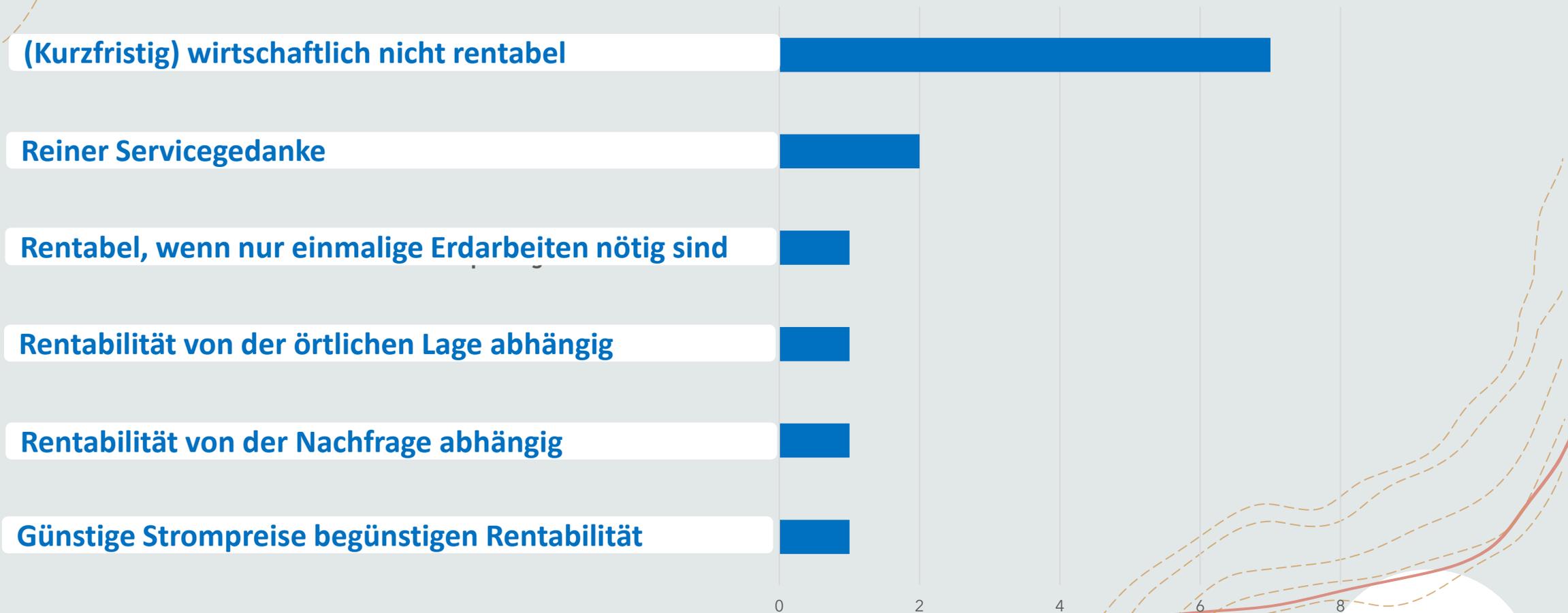


„Ladeinfrastruktur künftig ein entscheidendes Kriterium bei Wahl des CP/SP durch Gäste“



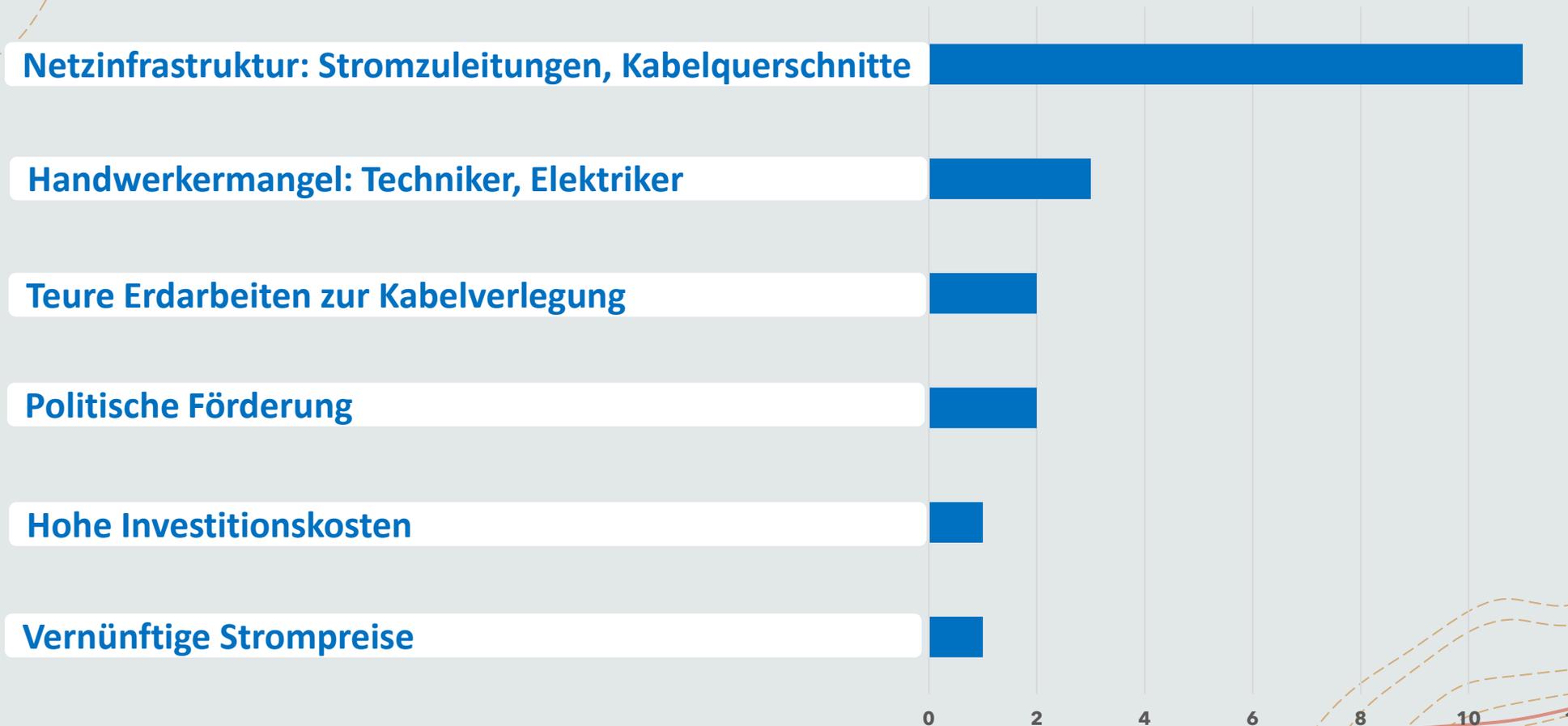
**Kurzfristig wird keine Rentabilität gesehen für eine LIS**

**„Rentabilität – wo liegen Chancen & Risiken?“**



# Stromzuleitungen bilden die größte Herausforderung

## „Technische Voraussetzungen & Herausforderungen“



**Die Investitionen sind schmerzhaft, aber notwendig**

## RESUMÉE

Bei 13 – 28-Jährigen:  
Positives Image des  
Reisemobiltourismus 😊

+

Reisemobiltourismus  
als nachhaltig  
bewertet 😊



Bei SP- und CP-Betreibern:  
Kunden- und Marktsicht-  
weise ist vorhanden 😊

+

Investitionen in Nachhaltigkeit  
lohnen sich langfristig 😊