

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

A decorative red line starts from the bottom right corner and curves upwards and to the left, ending near the center of the bottom edge of the slide.

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 Reise mit dem Reisemobil denken?



⇒ Überwiegend positive Assoziationen

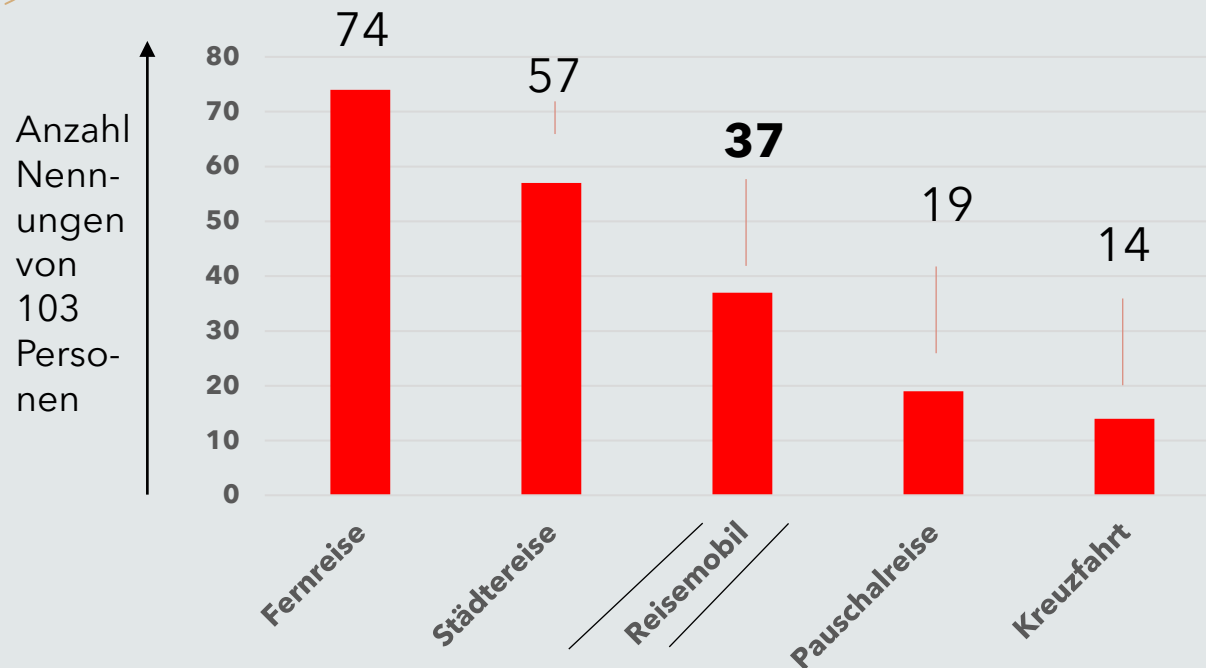
- Flexibilität
- Freiheit

⇒ Teils negative Assoziationen

- Stau
- eng

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

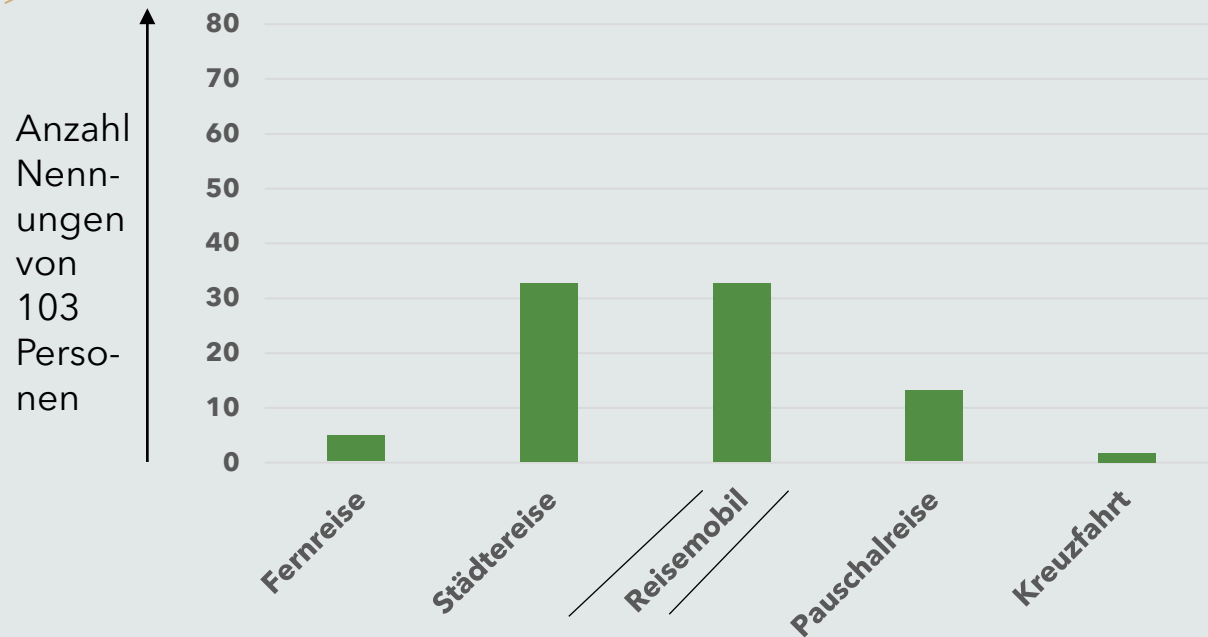
„Sehr interessant sind für mich die folgenden Reiseformen“
(auch Mehrfachnennungen)



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

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

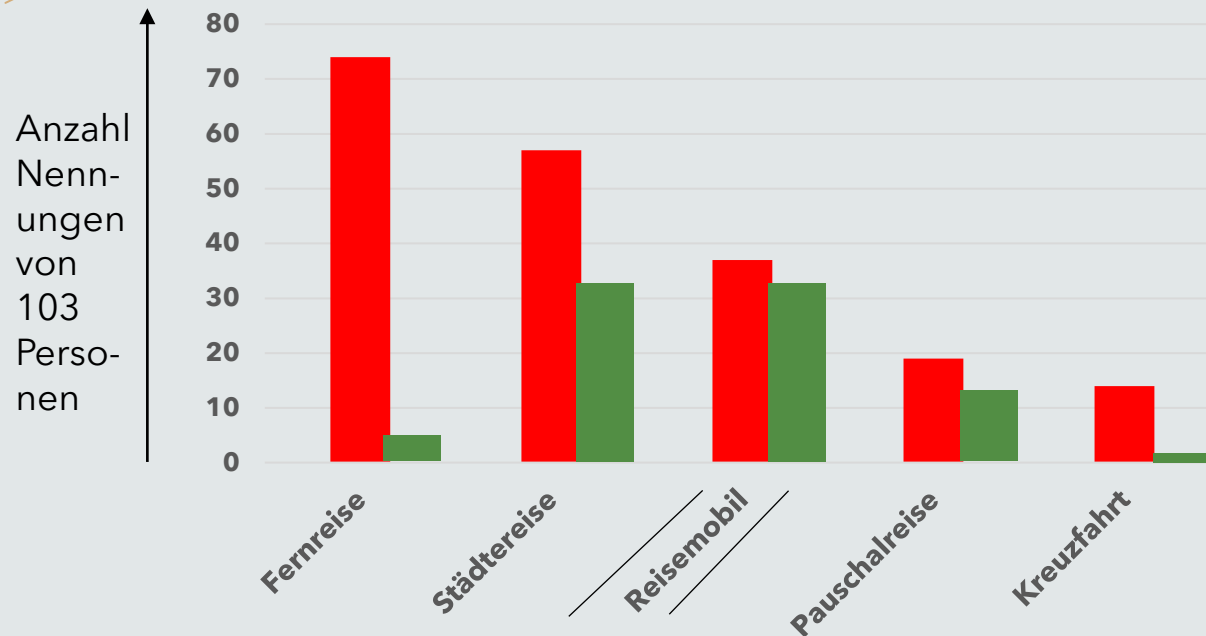
„Diese Reiseformen sind für mich nachhaltig“ (auch Mehrfachnennungen)



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

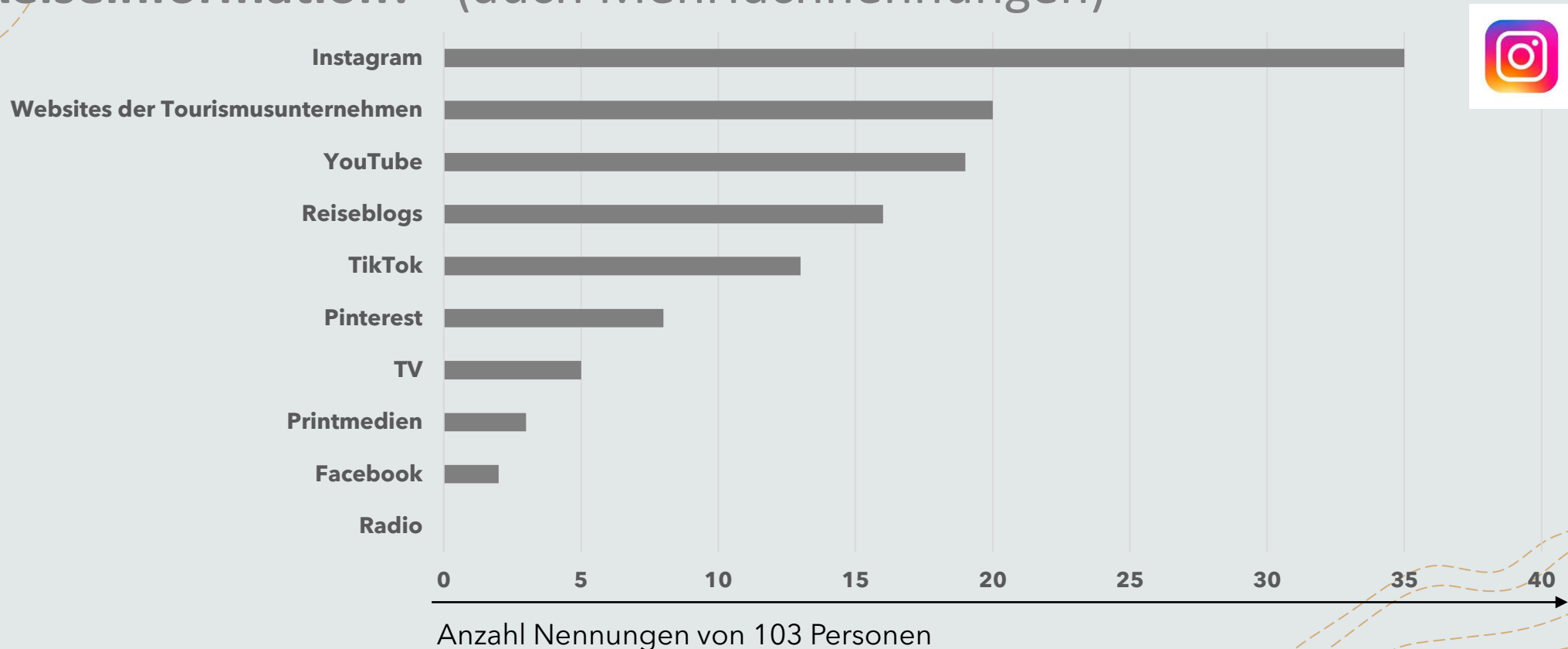
„Welche Motive haben Sie, eine Wohnmobilreise zu unternehmen?“
(auch Mehrfachnennungen)



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)

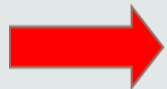


Ernsthaftes Marketing bespielt die wichtigsten Kanäle



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

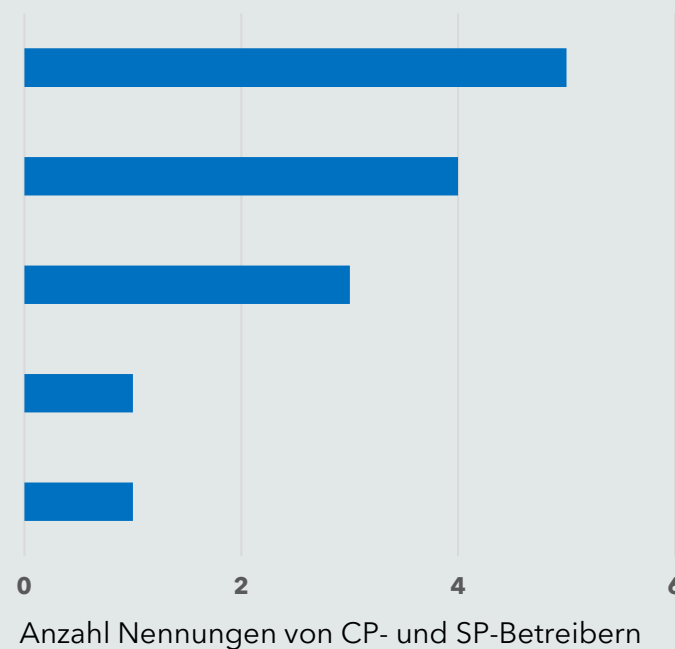


Strategisches Thema für die Branche

Der Ausbau von Stromzuleitungen wird als zentrale Voraussetzung genannt

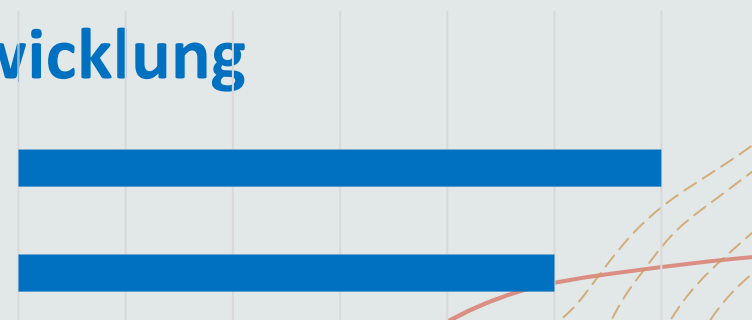
E-Mobilität & Marktentwicklung der E-Freizeitfahrzeuge

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



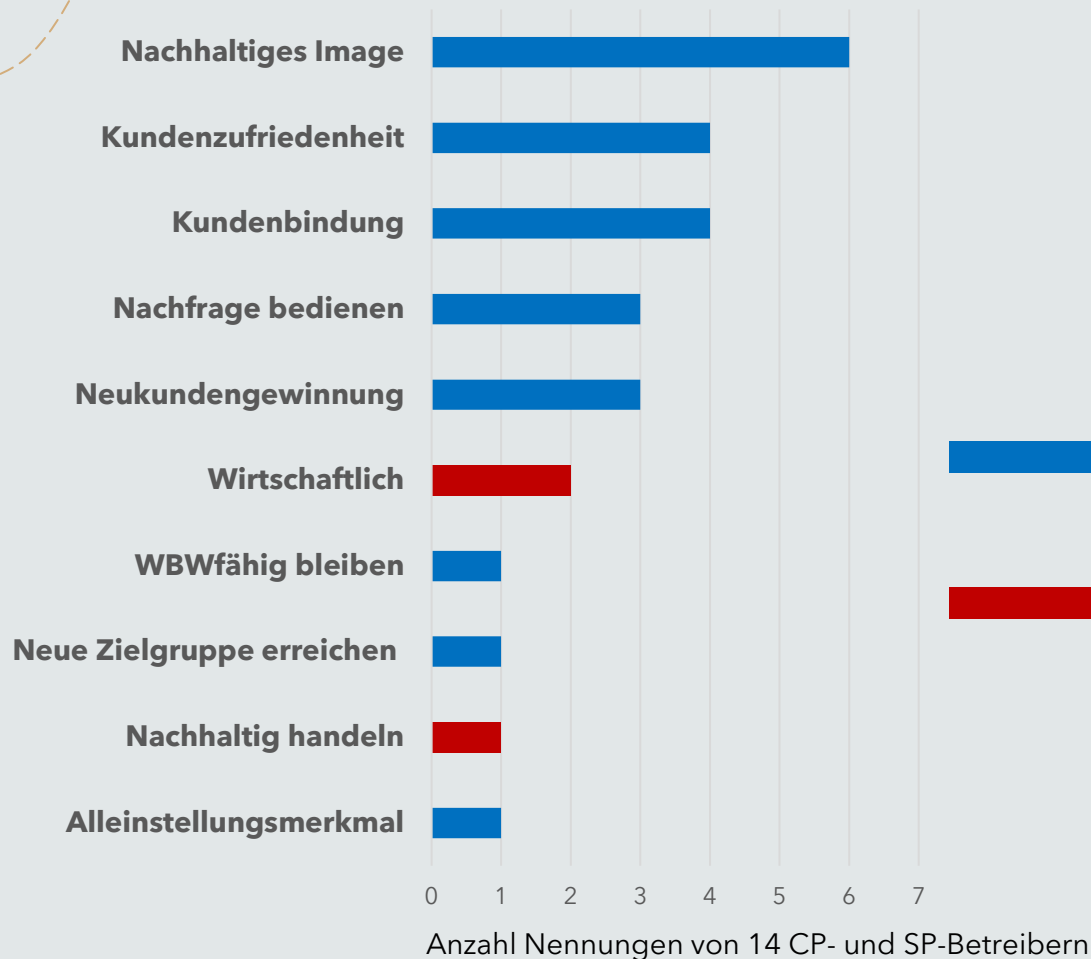
Voraussetzungen für positive Entwicklung

- Netzinfrastruktur – Ausbau Stromzuleitungen
- Genügend Ladeinfrastruktur schaffen

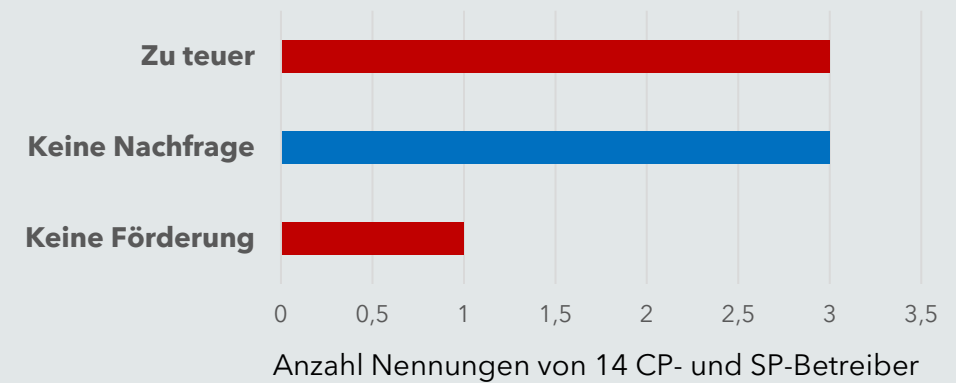


Die meisten Motive für eine Investition in LIS stammen aus marktbezogenen Überlegungen

Motive FÜR eine Investition



Motive GEGEN eine Investition

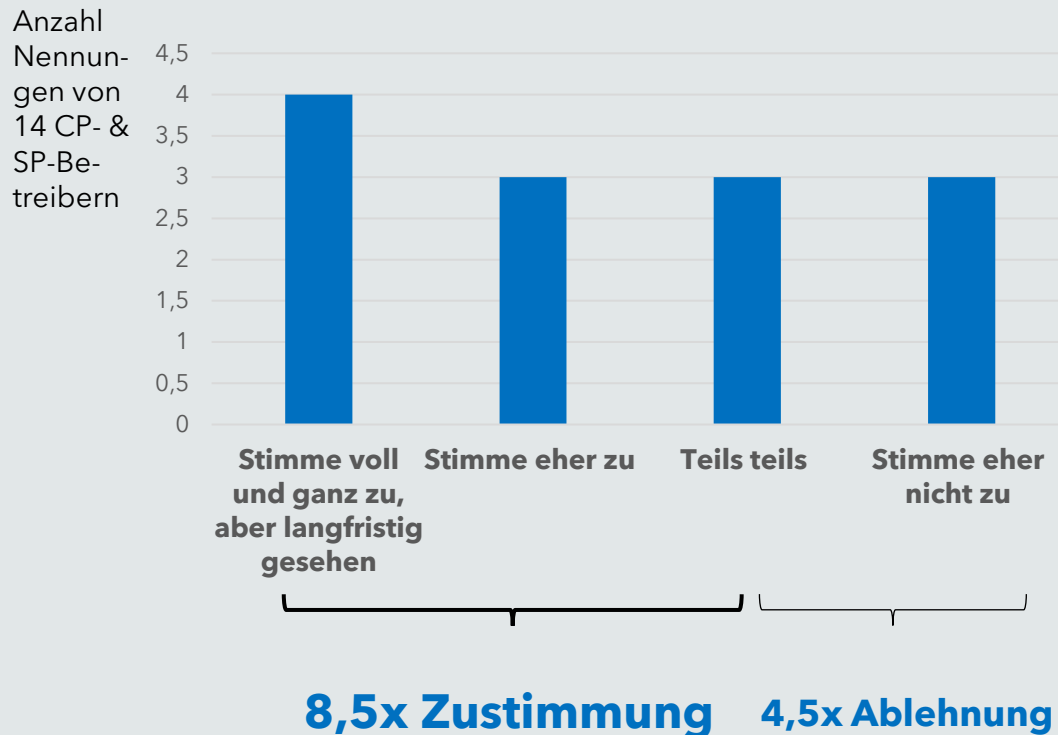


■ Kunden-/ Marktbezogen

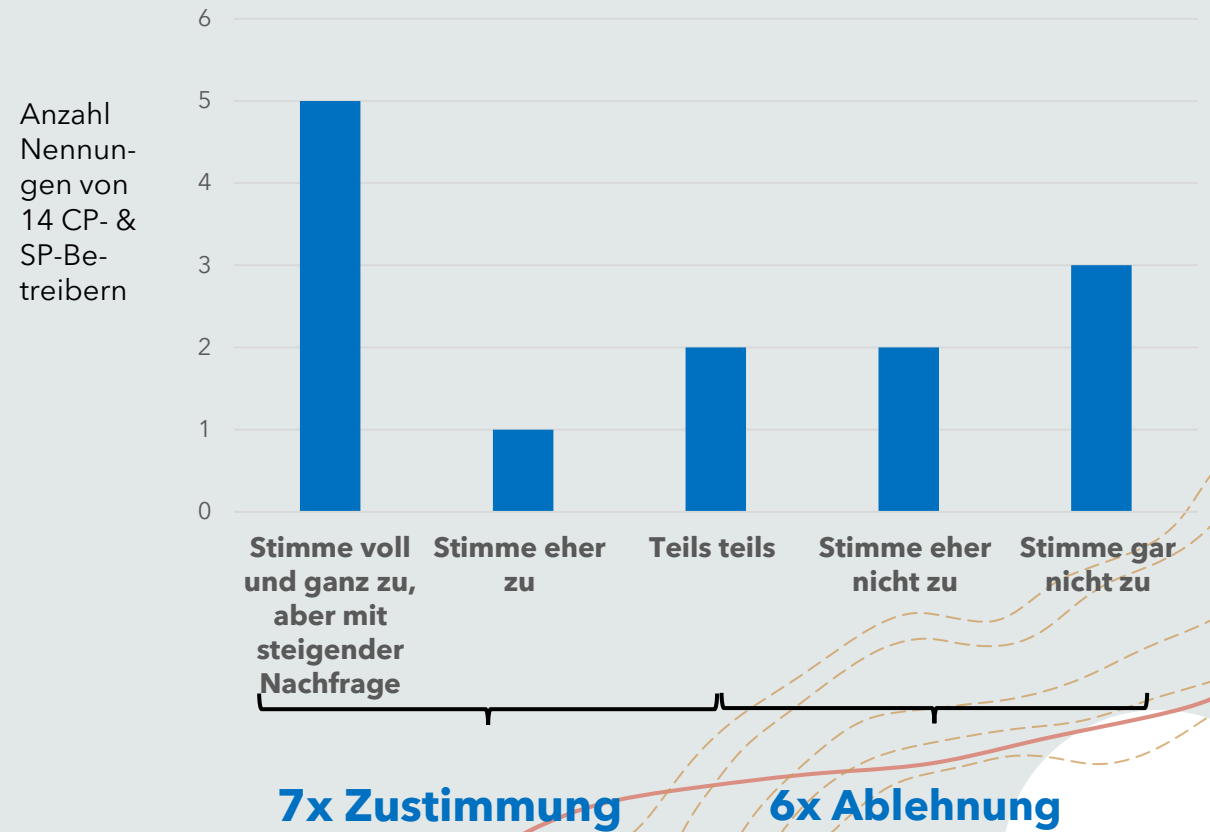
■ Wirtschaftliches Denken

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

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

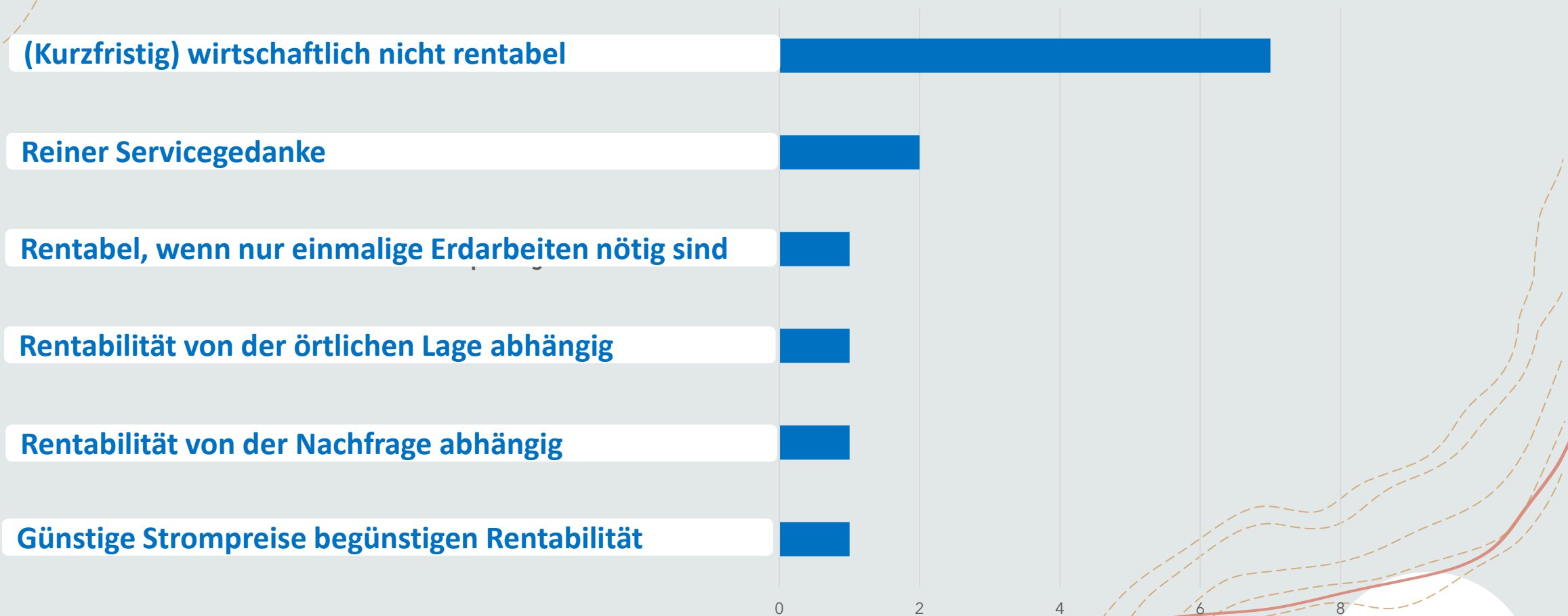


„Ladeinfrastruktur künftig ein entscheidendes Kriterium bei Wahl des CP/SP durch Gäste“



Kurzfristig wird keine Rentabilität gesehen für eine LIS

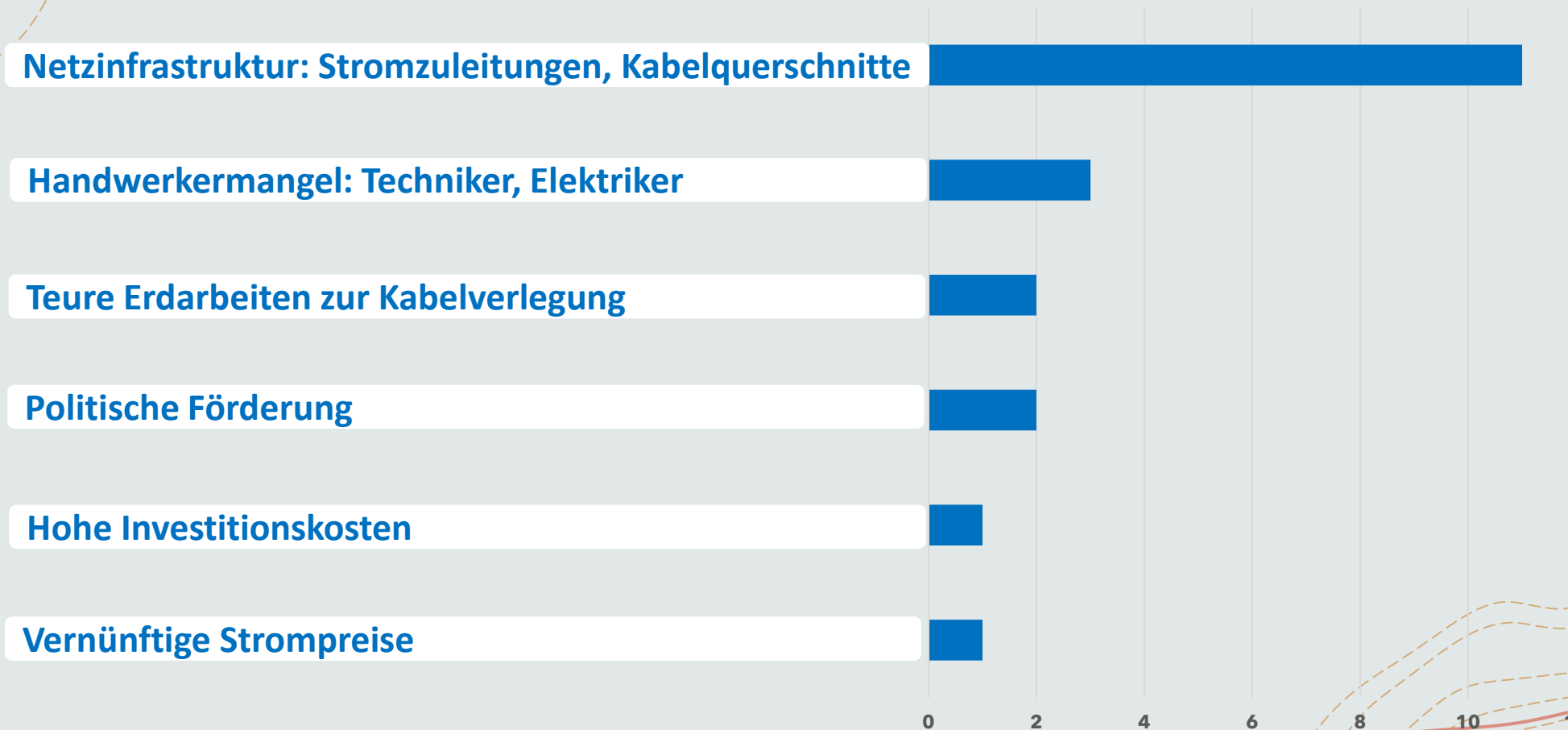
„Rentabilität – wo liegen Chancen & Risiken?“



Anzahl Nennungen von 14 CP- und SP-Betreibern

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 😊