

Presse-Information

Rekordumsatz: Caravanning-Tourismus beschert deutscher Wirtschaft über 18 Milliarden Euro Umsatz pro Jahr

Caravanning ist mehr als nur ein nachhaltiger Urlaubstrend, sondern hat sich in Deutschland längst zu einem wichtigen Tourismus- und Wirtschaftsfaktor entwickelt.

Frankfurt am Main / Stuttgart, 15. Januar 2024

Der Tourismusstandort Deutschland profitiert von der zunehmenden Anzahl an Menschen, die ihre Freizeit mit einem Reisemobil oder Caravan verbringen. Gemäß einer Untersuchung des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (dwif) für das Caravanning-Jahr 2022 beschert diese Entwicklung der heimischen Wirtschaft einen touristischen Umsatz von über 18,1 Milliarden Euro pro Jahr, was einem Anstieg von rund 20 Prozent im Vergleich zu 2021 entspricht.

Caravanning-Urlauber haben der deutschen Wirtschaft im Jahr 2022 einen Umsatz von über 18,1 Milliarden Euro beschert. Dies ist ein Anstieg von 19,9 Prozent im Vergleich zum Jahr 2021. Rund 5,9 Milliarden Euro bleiben direkt in den Urlaubsgebieten und kommen der Wirtschaft vor Ort zugute. Von den Ausgaben der Caravanning-Urlauber profitieren dabei nicht nur die Betreiber von Camping- und Stellplätzen, sondern auch Geschäfte, Unternehmen und Dienstleister in den Zielgebieten. Berücksichtigt man die Ausgaben der Urlauber während der Reise und die anfallenden Fahrtkosten, so bewirkt 1 € Wertschöpfung durch die Beherbergung auf dem Campingplatz insgesamt fast 12 € Wertschöpfung bei allen direkten und indirekten Akteuren in der Umgebung. Dies ist eine bemerkenswert hohe Umwegrentabilität und auch im Vergleich mit anderen Branchen ein überdurchschnittlich guter Wert.

Gerade touristisch noch wenig erschlossenen Regionen und Kommunen bietet Caravanning beste Möglichkeiten, um schnell und mit geringem finanziellem Aufwand touristische Infrastruktur aufzubauen und somit an der touristischen Wertschöpfung teilzuhaben. Die Erfahrungen der vergangenen Jahre haben zudem gezeigt, dass Caravanning eine krisenresistente Urlaubsform ist.

Insbesondere durch den Bau und Ausbau von Stellplätzen haben auch touristisch weniger entwickelte Regionen in Deutschland beste Möglichkeiten, um an diesem langfristig angelegten Urlaubstrend teilzuhaben.

Stellplätze bieten großen Mehrwert

In den vergangenen Jahrzehnten hat sich das Reiseverhalten im Caravaning-Tourismus drastisch verändert. Die Camping-Szene präsentiert sich heutzutage vielfältiger, individueller und heterogener. Entsprechend ist auch das Angebot an Übernachtungsmöglichkeiten heute weitaus vielfältiger als vor 40 Jahren. Neben den traditionellen Campingplätzen haben sich in dieser Zeit alternative Übernachtungskonzepte wie Reisemobilstellplätze entwickelt und etabliert. Eine Untersuchung der Hochschule Geisenheim zeigt, dass sowohl Anbieter als auch Urlauber von diesem Trend profitieren:

Die Hochschule führte in Zusammenarbeit mit dem Caravaning Industrie Verband (CIVD) zwei Studien durch, um die Situation des Reisemobil-Tourismus in Weinbauregionen zu analysieren. An der ersten Studie, die sich auf die Anbieter konzentrierte, nahmen 600 Weingüter teil. Von diesen bieten bereits rund 23 Prozent Stellplätze an. Zu den größten Vorteilen von Stellplätzen wurden neben der Umsatzsteigerung auch die Neukundengewinnung, die Erhöhung des Bekanntheitsgrades und die Erweiterung des eigenen Angebotes genannt. Mehr als 40 Prozent der Weingüter, die derzeit keine Stellplätze anbieten, planen fest oder können sich vorstellen, in Zukunft solche Übernachtungsmöglichkeiten anzubieten. Projektleiter Prof. Dr. Gergely Szolnoki, betonte, dass sowohl die Produzenten als auch die Touristen große Chancen in der Kombination von Wohnmobil und Weintourismus sehen.

Weitere Informationen zu den Studien der Hochschule Geisenheim finden Sie hier:

[Pressemeldung](#)

Ausführliche Informationen zum Thema Stellplätze finden Sie auf dem [CIVD-Infoportal](#).

Weitere Informationen zum Thema Caravaning finden Sie unter:

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

Pressekontakt:

Marc Dreckmeier
Leiter Marketing & PR
Caravaning Industrie Verband e.V. (CIVD)
Hamburger Allee 14
60486 Frankfurt am Main
Tel. +49 69 704039-18
marc.dreckmeier@civd.de

Pressekontakt:

Jonathan Kuhn
Manager PR & Marketing
Caravaning Industrie Verband e.V. (CIVD)
Hamburger Allee 14
60486 Frankfurt am Main
Tel. +49 69 704039-28
jonathan.kuhn@civd.de

Caravaning Industrie Verband e. V. (CIVD)

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