

CARAVANING & WEINTOURISMUS



Prof. Dr. **Gergely Szolnoki & Thomas Nitsch**

Hochschule Geisenheim University

Geisenheimer Weintourismus-Tagung | 03. Mai 2024 | HGU

Geisenheimer Weintourismustagung 2024: Mobilität & Nachhaltigkeit

Caravaning und Weintourismus

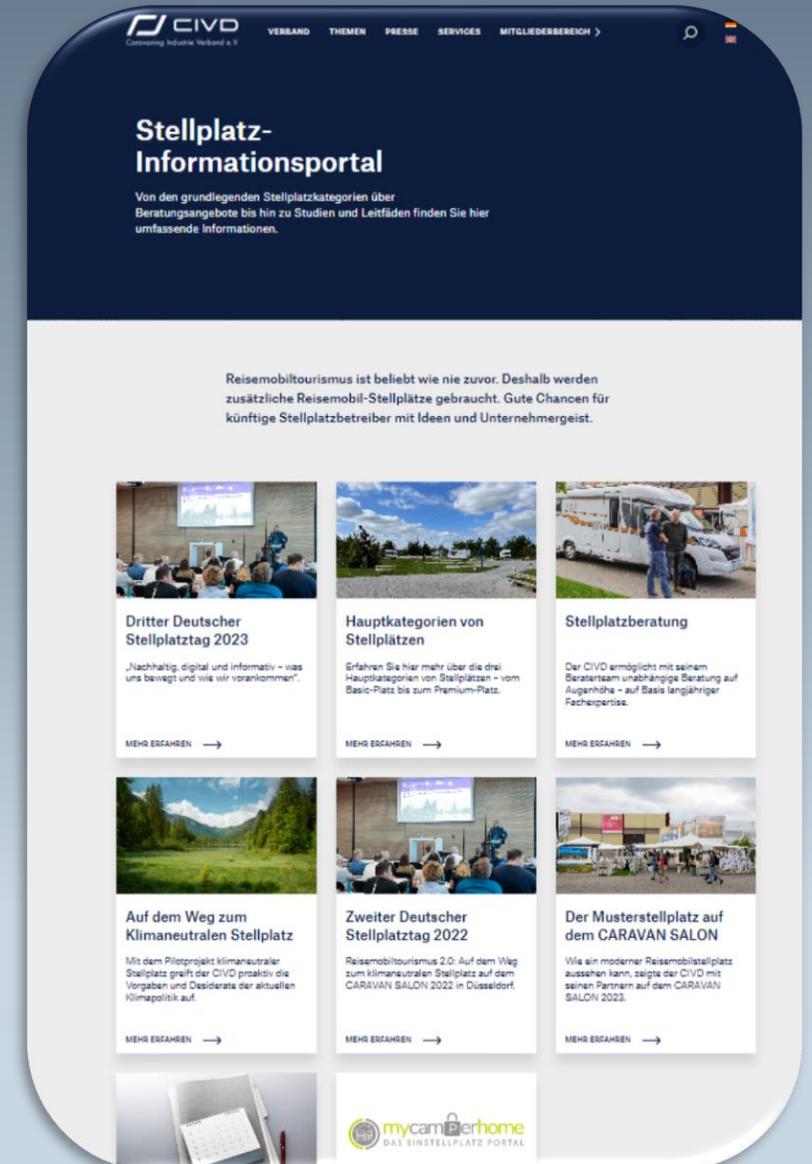
Zahlen zum Bestand an Freizeitfahrzeugen, zur Wertschöpfung durch Caravaning und zu Wachstumschancen für touristisch noch weniger entwickelte Regionen

Thomas Nitsch
Referent für Technik und Infrastruktur, CIVD



Klassische Stellplatz- Campingplatzberatung von der Erstanfrage bis hin zum Projektmanagement

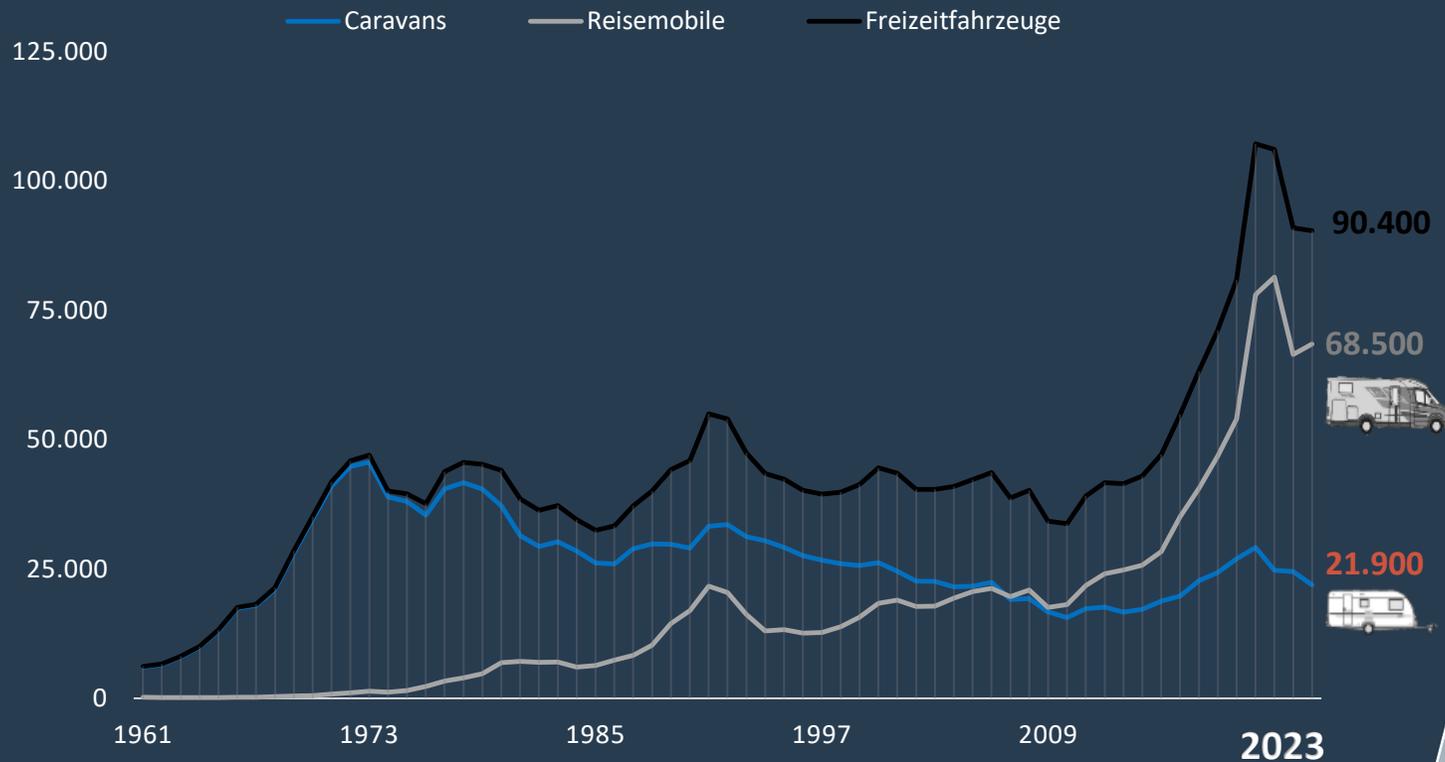
- Ideenentwicklung: welcher Stellplatz passt zu mir?
- Besichtigung mit Standortanalyse
- Rentabilitätsrechnungen
- Ermittlung Investitionskosten
- Modellentwürfe Stellplatzkonzepte als Scribblevorlage für Architekten
- 3D-Stellplatz-Simulationen, Initiierung BLV, Ausfertigung von Bauplänen
- Investorensuche für public private partnerships



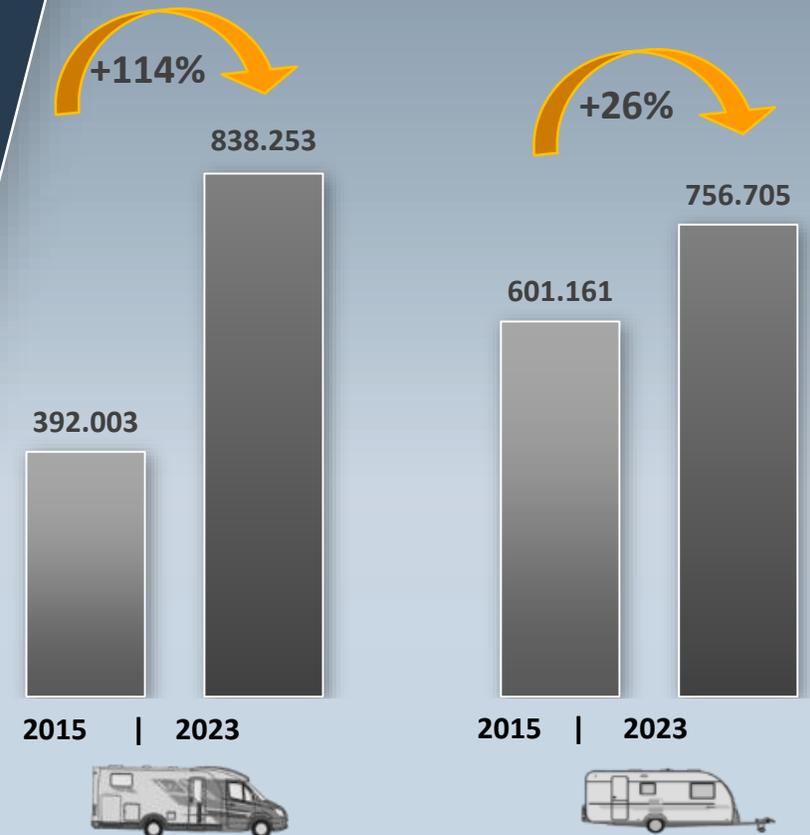
Trend zur mobilen Freizeit

90.000 Neuzulassungen und 1.5 Mio. Fahrzeuge im Bestand

Neuzulassungen



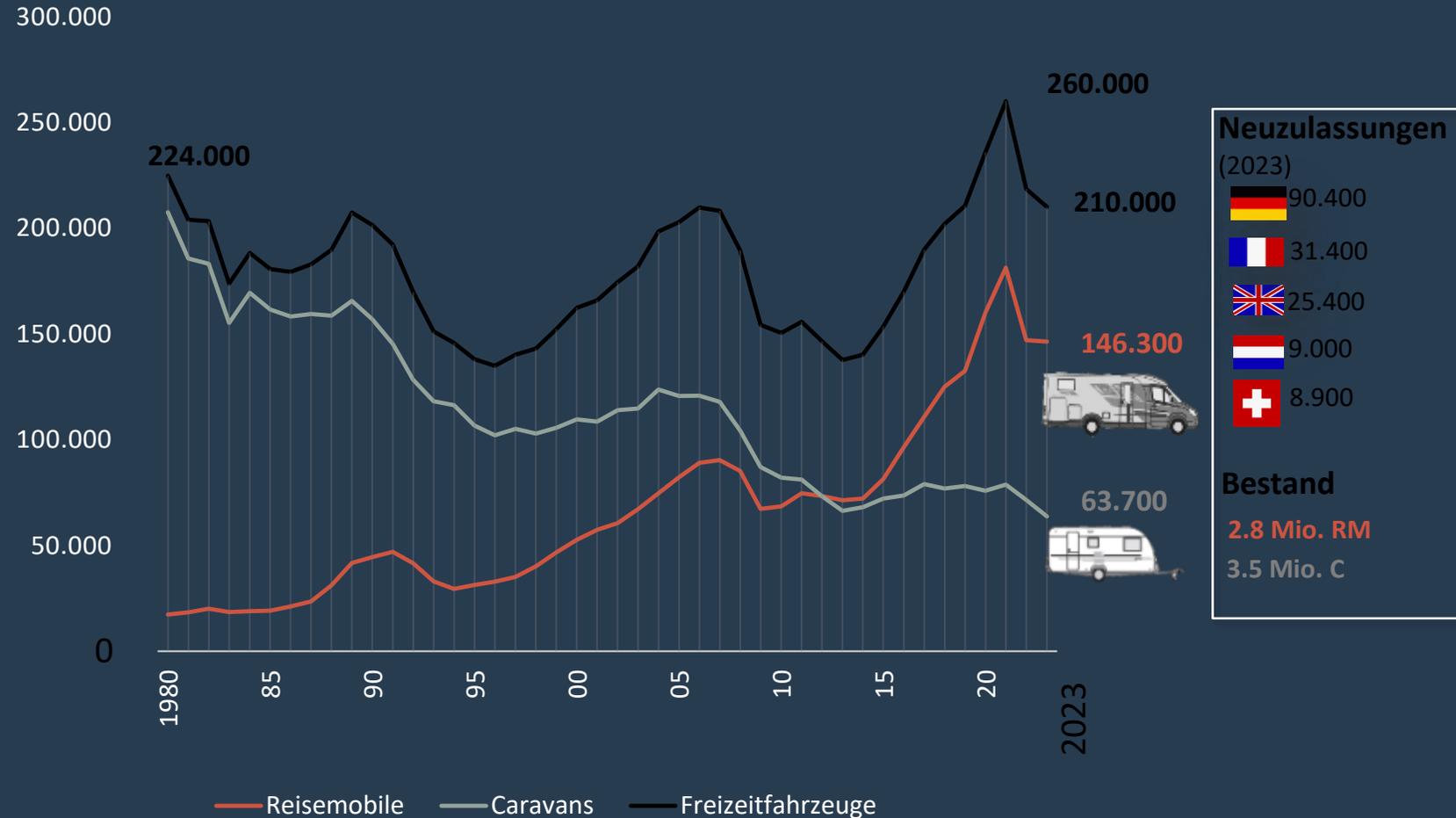
Bestand 2015 / 2023



Europa

6.3 Mio. Freizeitfahrzeuge

Neuzulassungen



Unsere Herausforderungen

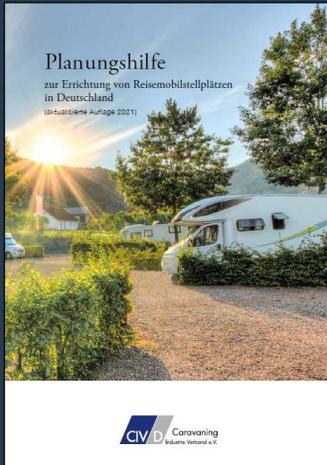
Nachhaltiges Wachstum erfordert gute Infrastruktur



5.000 Reisemobilstellplätze
(73.000 Standplätze)

Zwischen 2015 und 2023 kamen
47 % neue **Stellplätze** hinzu.

Die Zahl der Reisemobile erhöhte
sich um **114 %!**



Touristisch weniger erschlossene Regionen
können mit geringen Investitionen **sanften,**
naturnahen Outdoortourismus aufbauen.

Pilotprojekt: Klimaneutraler Stellplatz

Das bieten wir: Wirtschaftskraft und Zukunftsfähigkeit

Caravaning als Wirtschaftsfaktor



78.000

Arbeitsplätze im Tourismus



18,1 Mrd. €

Touristischer-Umsatz



25.000

Arbeitsplätze in den Werken



14 Mrd. €

Industrie-Umsatz

Quelle: dwif und CIVD, 2023

Wir sind die **Schnittstelle** zwischen
Tourismuwirtschaft und **Industrie**.

Quelle: dwif und CIVD, 2023

Arbeitsplätze in den Werken

25.000

Industrie-Umsatz

14 Mrd. €

Wie Kommunen vom Campingboom profitieren können

5,9 Mrd. Euro direkte Wertschöpfung

Starker Tourismus- und Wirtschaftsfaktor Caravaning

Tourismus- und Wirtschaftsfaktor Caravaning – die Umsätze durch Ausgaben der Caravaning-Urlauber im Zielgebiet



Quelle: dwif 2023

Quelle: dwif 2023

- 18,1 Mrd. € Bruttoumsatz durch Campingtourismus in Deutschland
- Umsatz auf Reisemobilstellplätzen steigt überdurchschnittlich

Wir ermöglichen **nachhaltig, umweltfreundlich** und **niedrigschwellig** eine weitere **touristische Entwicklung** in den Destinationen, auch in bisher **touristisch weniger erschlossenen Regionen**.

Was Reisemobilisten in den Zielgebieten ausgeben

→ auf Übernachtungsreisen



Reisemobilisten geben pro Kopf und Tag

47,20 €

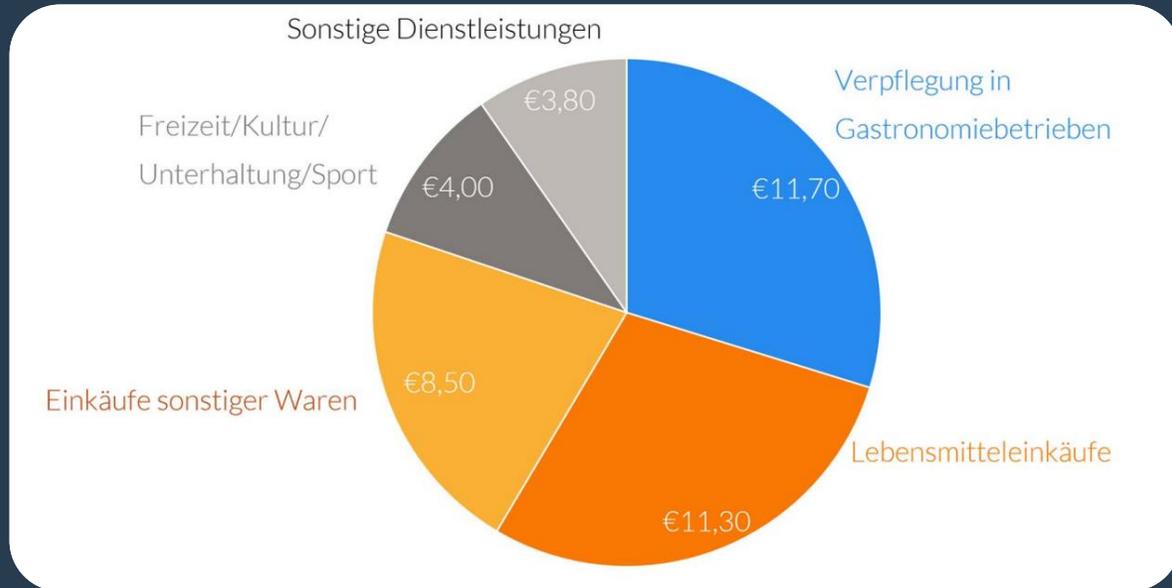
auf und außerhalb von Stellplätzen im Zielgebiet aus.

Touristkcamper auf Campingplätzen

47,10 €

Was Reisemobilisten in den Zielgebieten ausgeben

→ auf Tagesreisen



Reisemobilisten geben pro Kopf und Tag

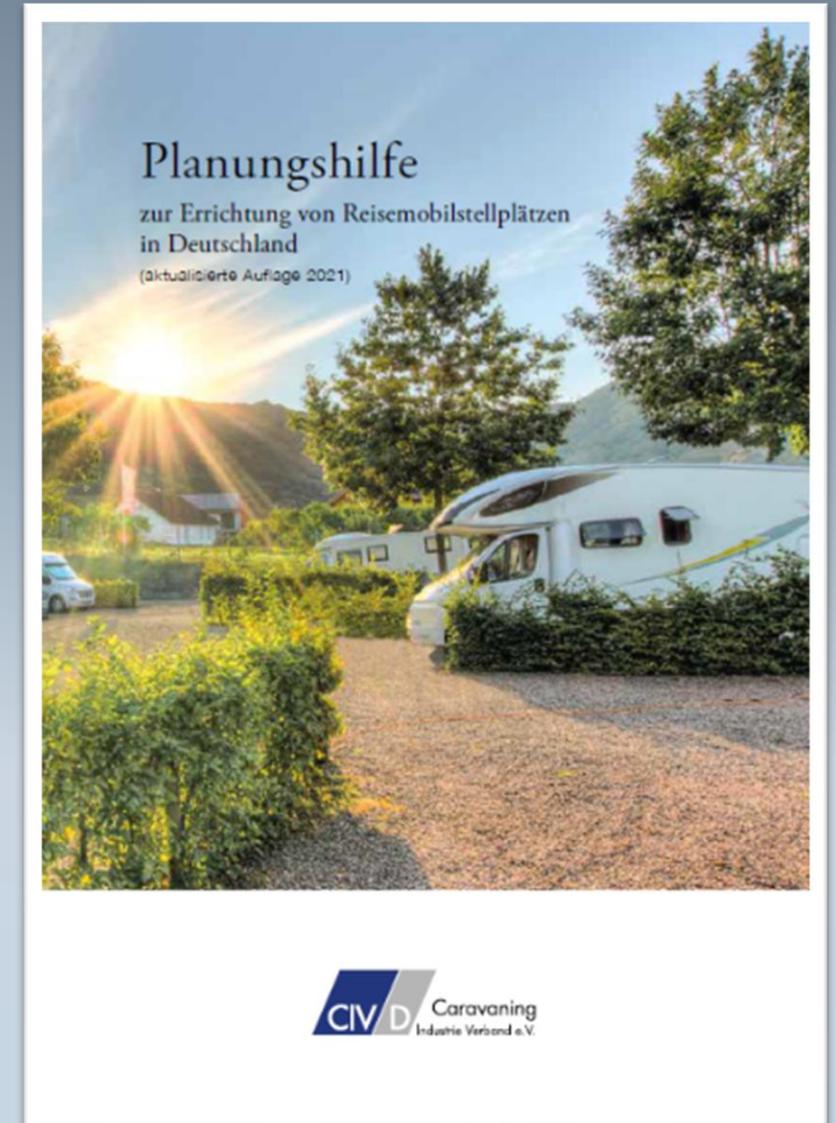
39,30 €

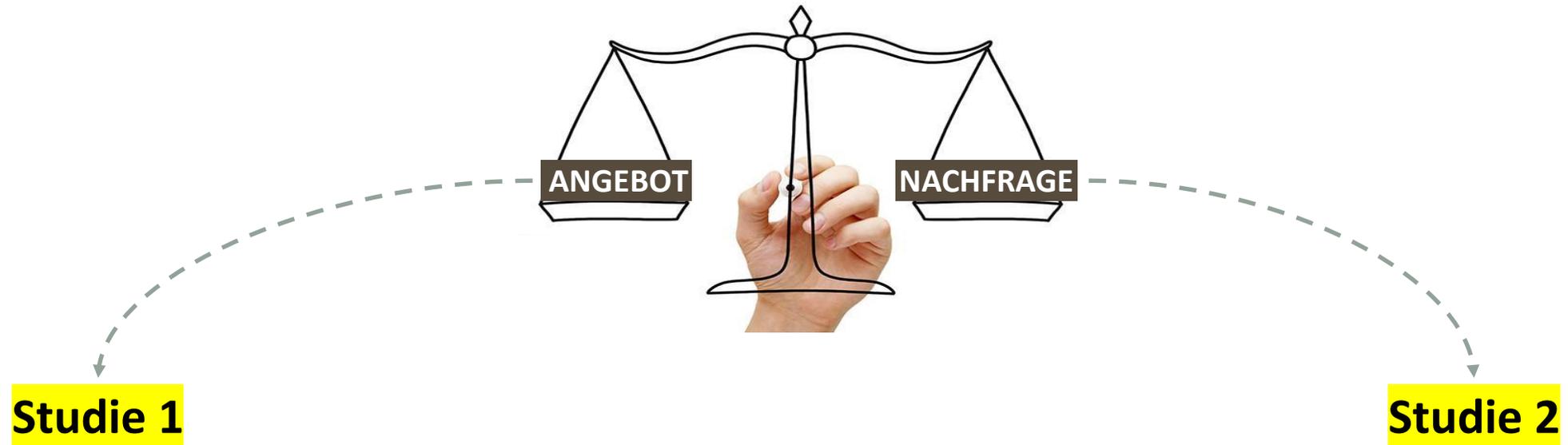
auf ihren Tagesreisen (ohne ÜN) aus.

Planungshilfe Stellplatz

Aktualisierung und Weiterentwicklung
des Leitfadens für die Errichtung
von Reisemobilstellplätzen

- Basisdaten zum Reisemobiltourismus
- Der typische Reisemobilist in Zahlen
- Planungsrechtliche Grundlagen
- Fördermöglichkeiten
- Wirtschaftlichkeit
- Standortanalyse
- Platzgestaltung u. v. m.





Studie 1

- Quantitative online Befragung
- Februar / März 2023
- 600 Weingüter in 13 deutschen Anbaugebieten

- Stellplatzanbieter
- Investition
- Angebote und Preise
- Gründe für und gegen Stellplatz



Studie 2

- Quantitative face-to-face Befragung
- Mai / Juni 2023
- 800 Reisemobil-Touristen in 13 deutschen Anbaugebieten

- Motivation und Wissen
- Weinregion und Angebote
- Stellplätze und Weingüter
- Soziodemographie



Angebotsseite

Weingüter mit und ohne
Stellplätzen

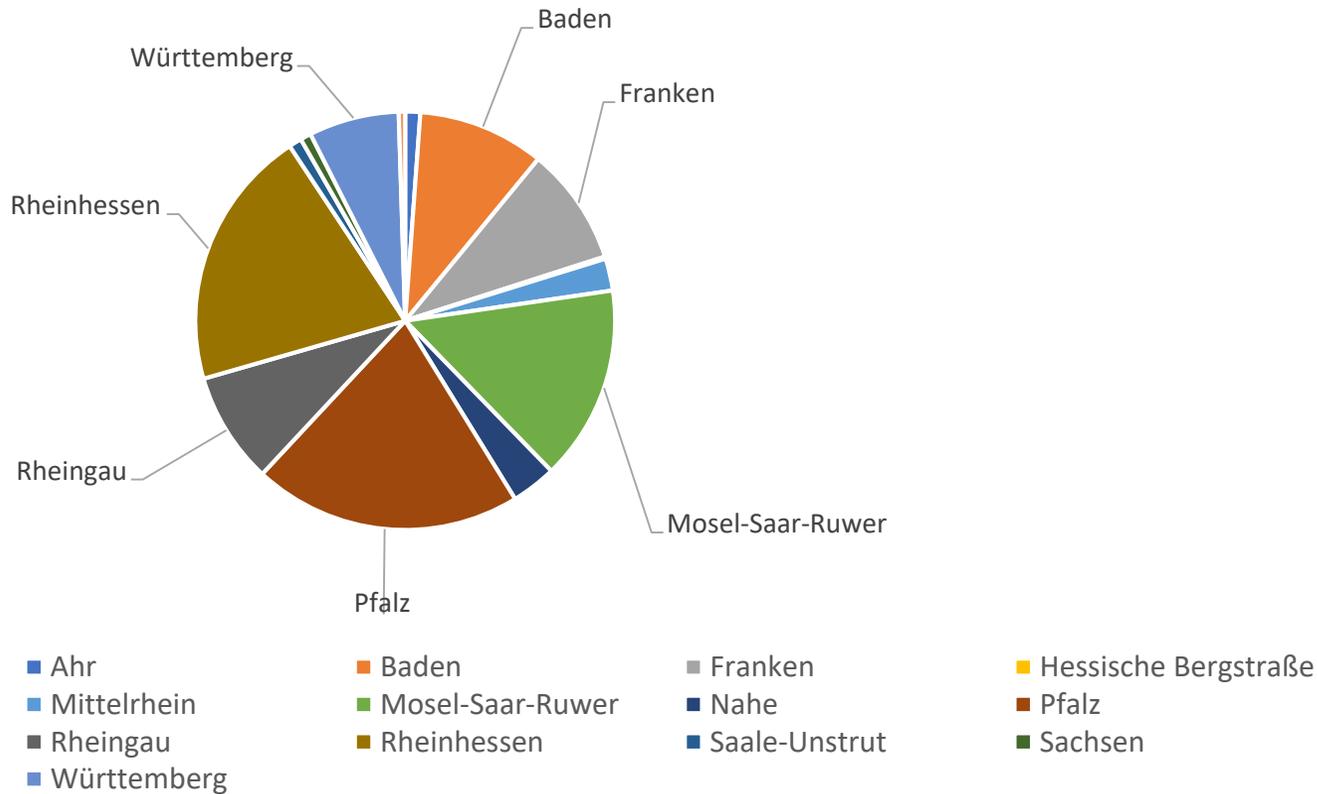
Insgesamt befragt 604 Betriebe \rightarrow davon bieten 139 WG Stellplätze an
 bieten 465 WG keinen Stellplatz an

Anbieter 23%

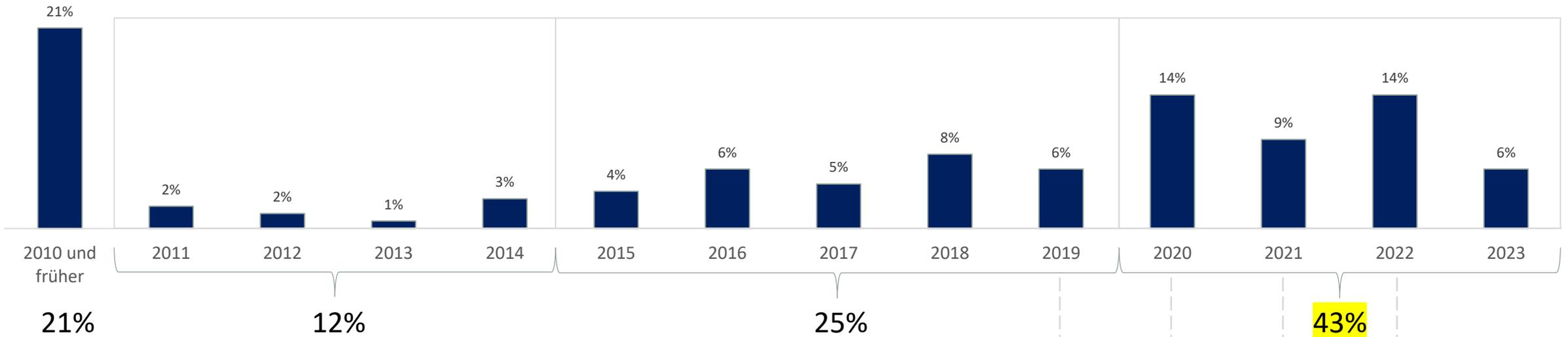
Nicht-Anbieter 77%

$\frac{3}{4}$ der Anbieter haben **einen bis drei** Stellplätze!!!

Nach Anbaugebieten



Beginn des Stellplatzangebotes

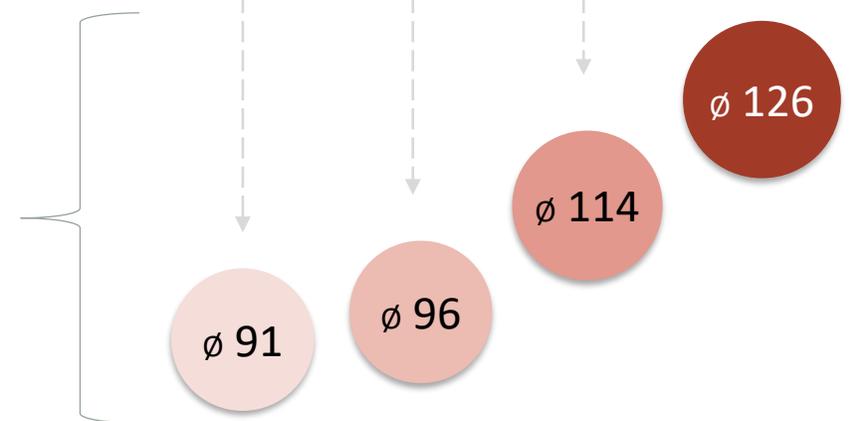
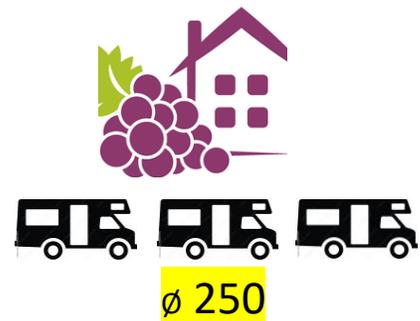


Belegzahlen der Stellplätze pro Jahr

Weingüter mit niedrigen Belegungszahlen



Weingüter mit hohen Belegungszahlen



Service-Angebote

Angebote - Stellplatz

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Strom • Wasser • Toilette • WLAN • Dusche • Sitzgelegenheit • Grillstelle | <ul style="list-style-type: none"> • Müllentsorgung • Grauwasserentsorgung • Küchenbenutzung • Hunde erlaubt • Spielplatz • Schwimmbad |
|---|--|

Angebote - Weingut

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Weinverkostung • Weinwanderung | <ul style="list-style-type: none"> • Kellerführung • Weinfestival |
|---|---|

Angebote - Gastronomie

Gastronomische Angebote: Restaurant oder Straußwirtschaft

Preisoptionen



Kostenlos



Spende



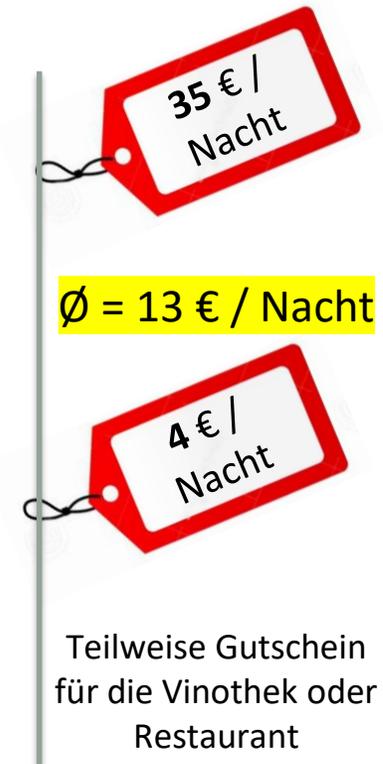
Betrag / Pauschal

> 50%

Kostenpflichtige extra Dienstleistungen

Ergänzung

Teilweise nur beim Einkauf in der Vinothek oder Konsum im Restaurant möglich



Gewinnung neuer Kunden (73%)

Höherer Zeitaufwand (34%)

Steigerung der Bekanntheit (58%)

Höherer Personalbedarf (17%)

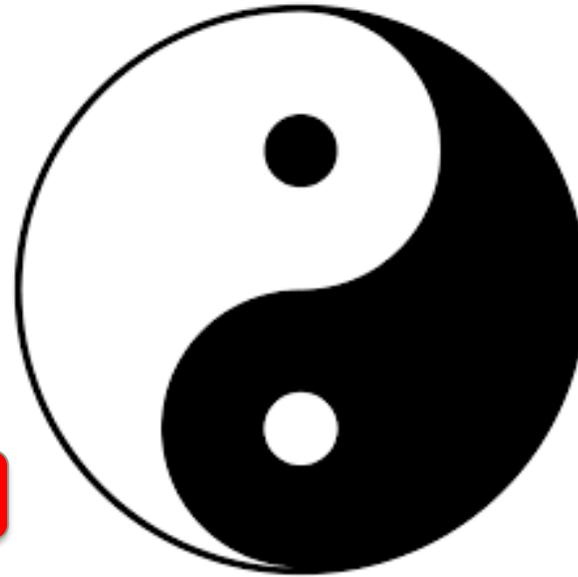
Erweiterung des Angebots (57%)

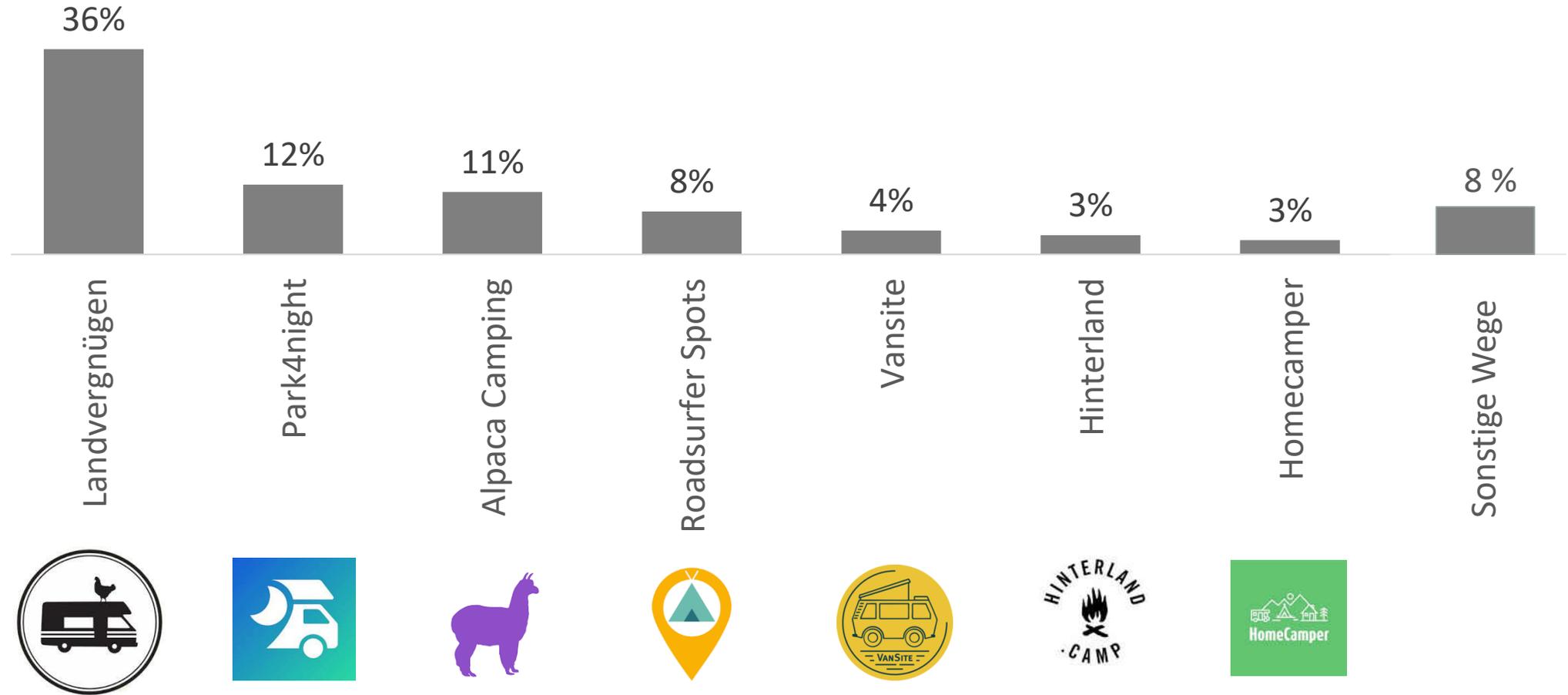
Probleme mit den Anliegern (9%)

Umsatzsteigerung (57%)

Synergie mit anderen Betriebszweigen (25%)

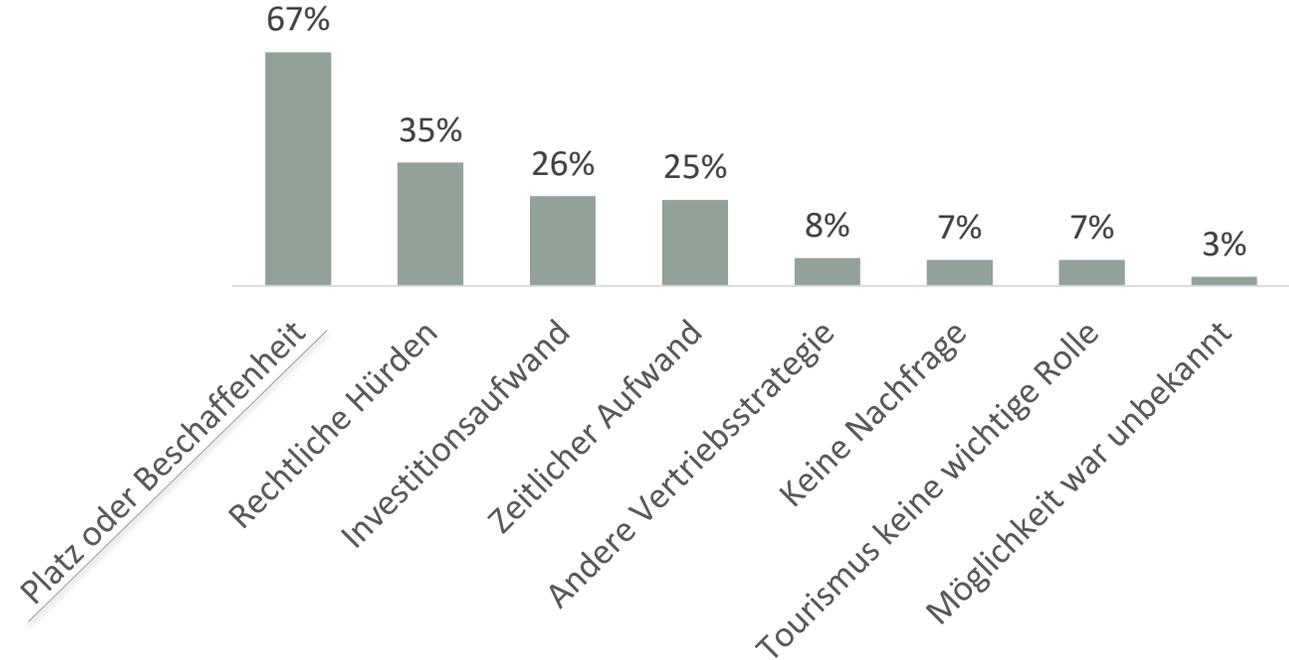
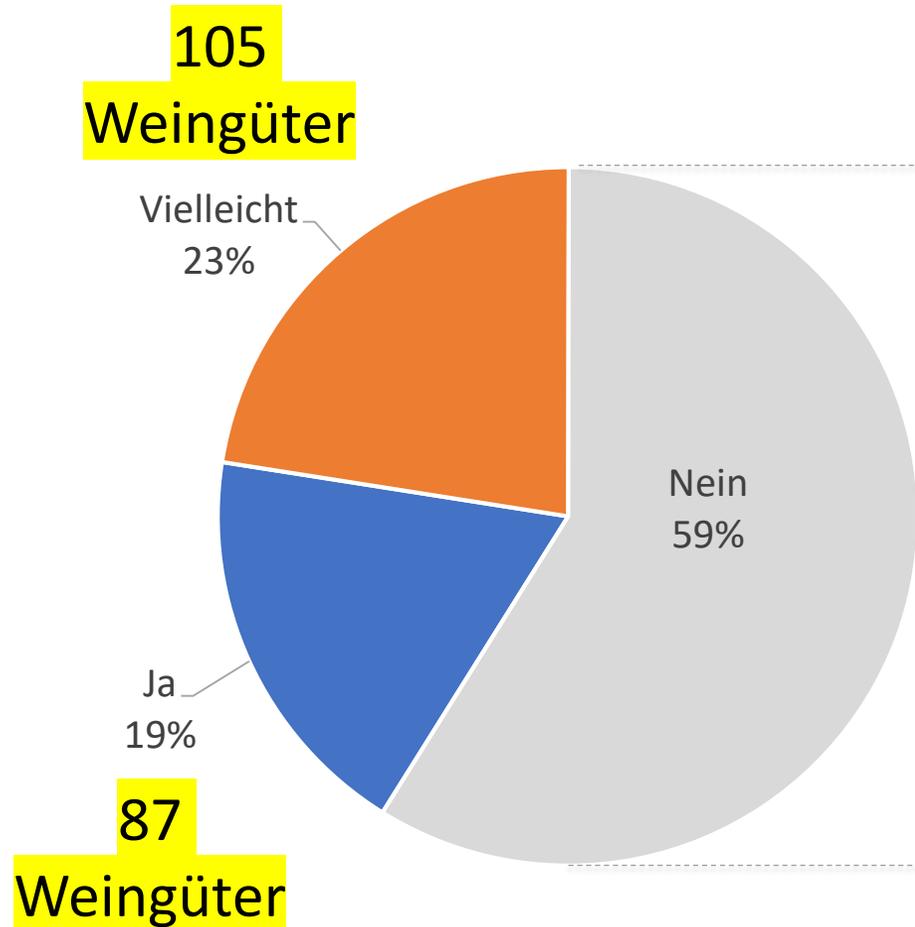
Imageverlust (2%)





Können Sie sich vorstellen Stellplätze anzubieten?

Weshalb haben Sie bis jetzt noch keine Stellplätze und welche Punkte erweisen sich als kritisch, um Stellplätze anzubieten?



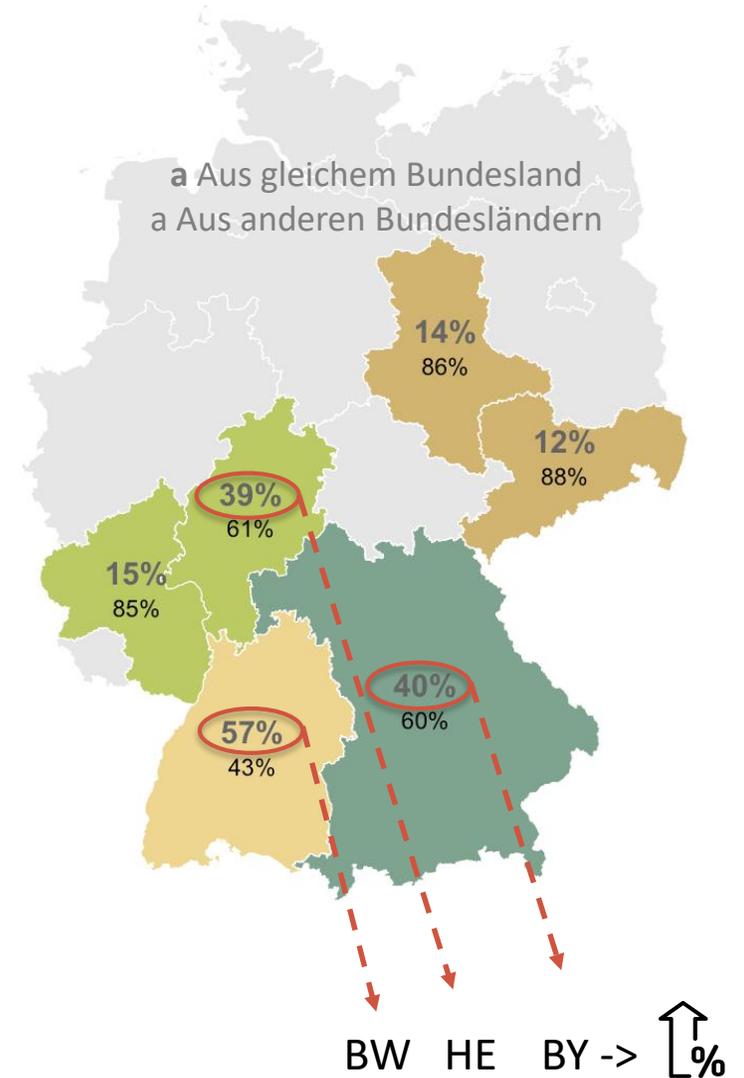
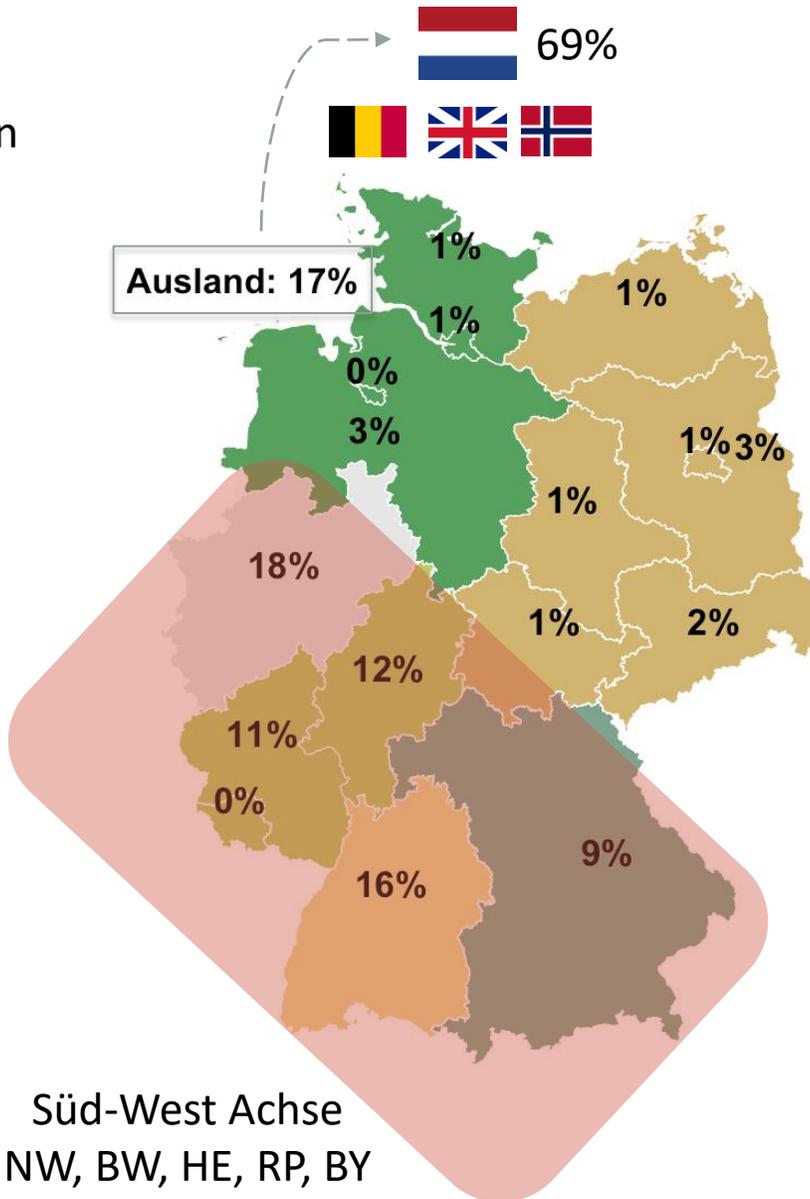
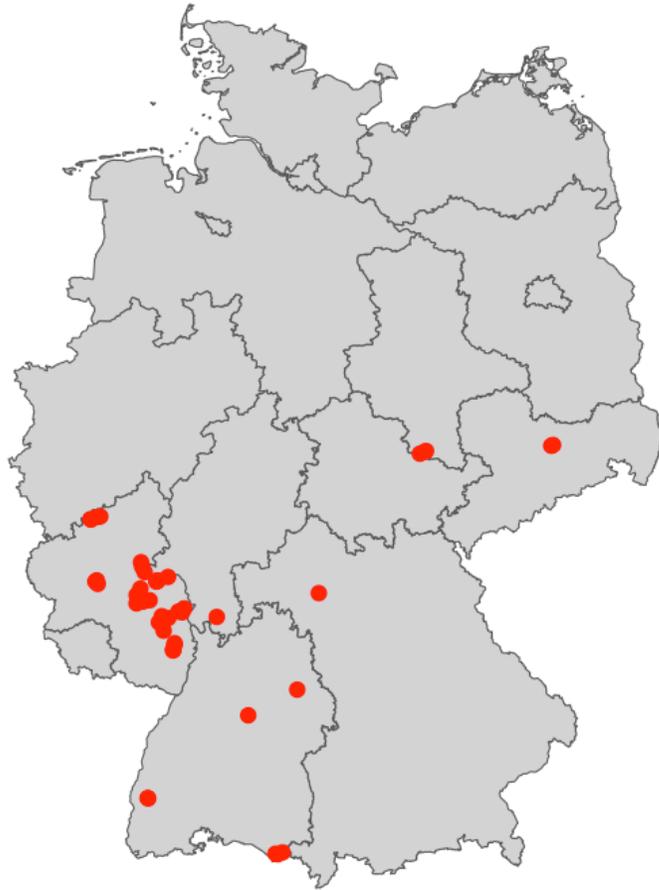


Nachfrageseite

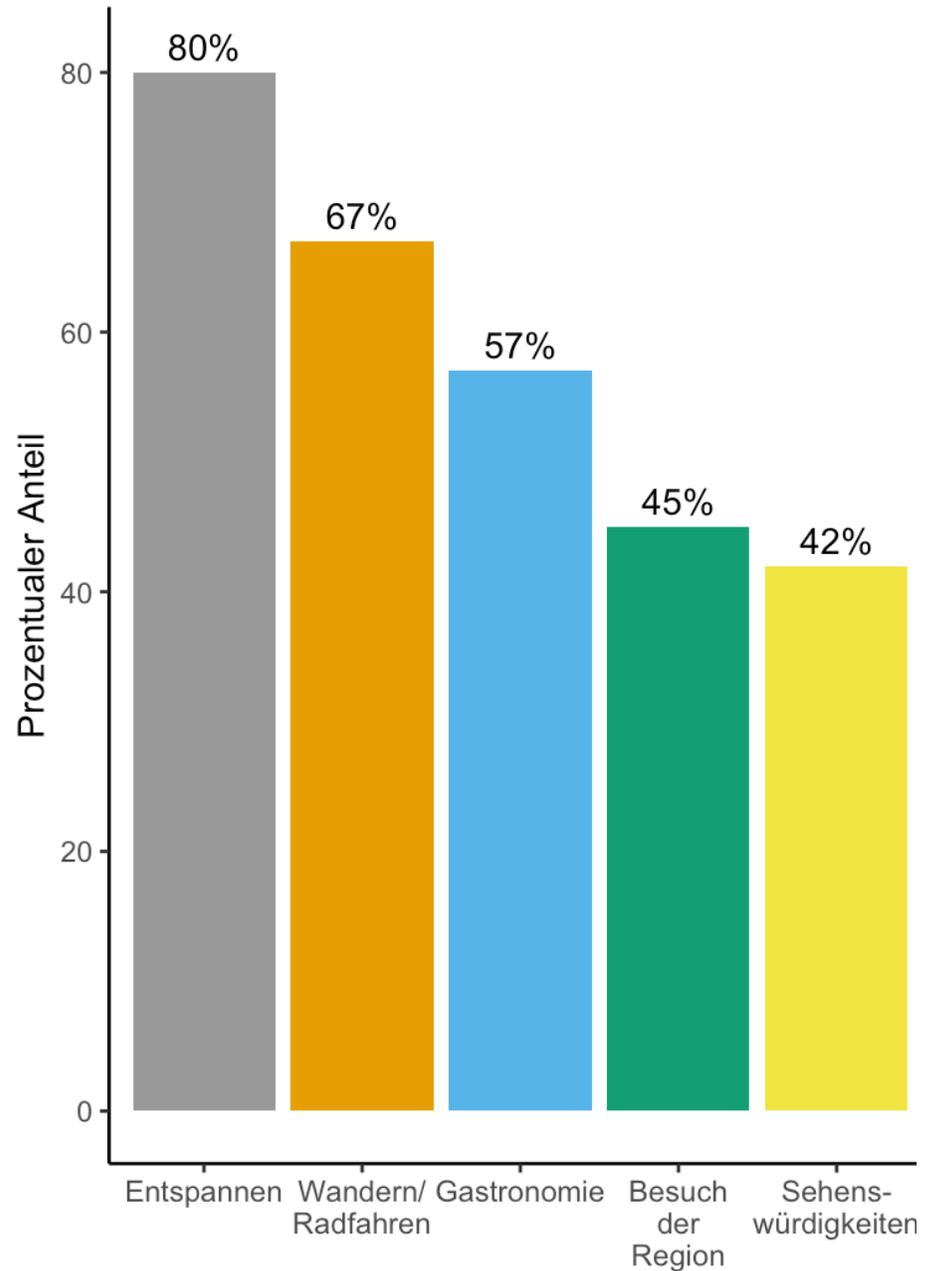
Reisemobil-Touristen in
deutschen Weinregionen

Befragungsstandorte und Herkunft der Befragten

825 Reisemobil-Touristen an 46
 Befragungsstandorten
 (Campingplätzen) in 13 Weinregionen

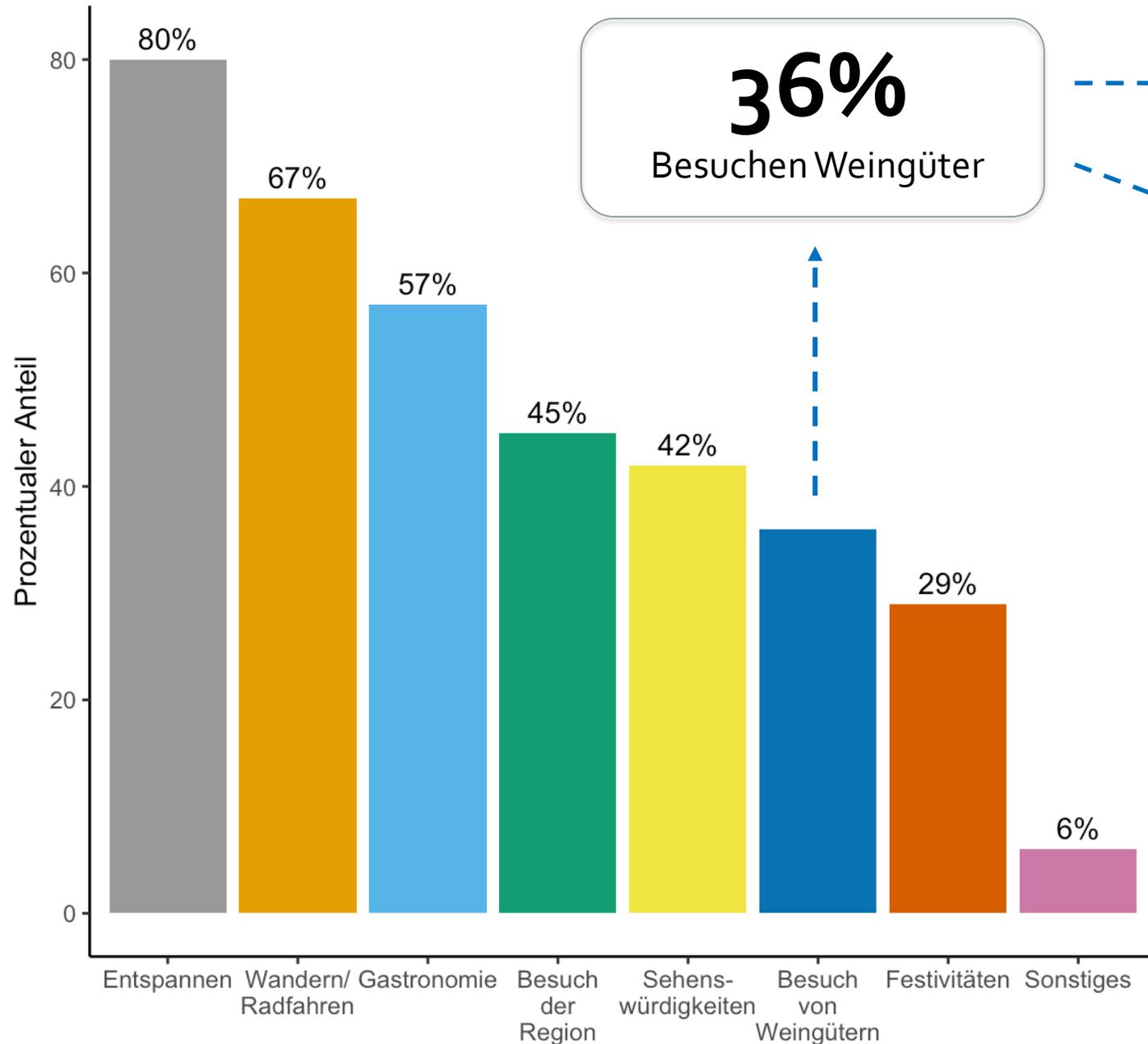






Standard Aktivitäten





36%
Besuchen Weingüter

Die Hälfte der Gäste, die wussten, dass sie eine Weinregion besuchen.

Fast alle Gäste, welche die Region wegen des Weins besuchten.



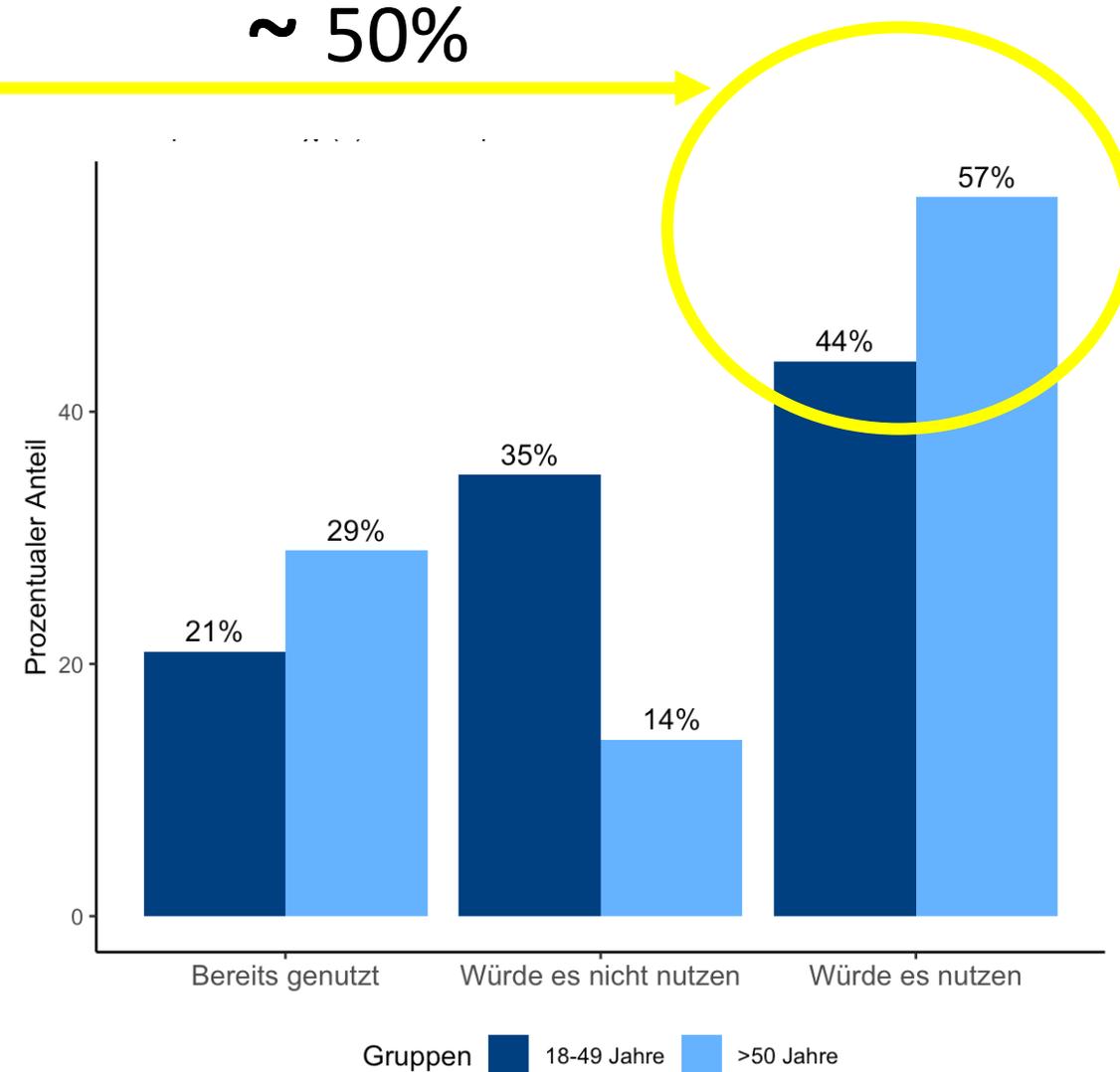
Wissen Sie, dass auch Weingüter Wohnmobilstellplätze anbieten?



64%

Potential

Stellplätze schon mal genutzt / würden Sie nutzen?



Sport und Bewegung



Beitrag zur Weinkultur
(Erhaltung der Kultur-
landschaft) und zur Kultur
der Region



Don't drink and drive



Naturbezogenheit



Nachhaltiger Weintourismus



CO₂-Fußabdruck



Unterstützt direkten
Weinverkauf und
Neukundengewinnung



Besuch von Weingütern
an nicht frequentierten
Standorten



Direkte und indirekte
Förderung der regionalen
Entwicklung



- Steigendes Interesse und Bereitschaft der Weingüter, Stellplätze anzubieten
- Vielfältige Vorteile (Neukunden + Umsatz), aber zusätzlichem Zeitaufwand verbunden
- Weinregionen sind attraktive Ziele von Wohnmobil-Touristen
- Besucherpotential der Weinregionen



- **Mehr Kommunikation** -> Entspannung, Wandern/Sport, Gastronomie, Landschaft, Aktivität und Natur
- **Minimalismus ist kein Nachteil** (wenig Investition -> Stellplatz & Strom)
- **Familien mit Kindern** -> Komplettpaket mit Kinderunterhaltung + soll wie ein Camping aussehen



Caravaning Industrie Verband e. V.
Hamburger Allee 14
60486 Frankfurt am Main

+49 (0)69 704039-0
info@civd.de
www.civd.de
www.caravaning-info.de



*Prof. Dr. Gergely Szolnoki,
Christoph Kiefer und Fabian Noll*

Hochschule Geisenheim University
Von-Lade-Str. 1
65366 Geisenheim
Gergely.Szolnoki@hs-gm.de

Bilderquellen:

<https://www.getawaycouple.com/camping-wine-glasses/>
<https://www.facebook.com/Caravan.Duesseldorf/photos/a.694416870611994/4126660877387559/>
<https://forexclub.pl/de/supply-demand-najwazniejsze-zalozenia/>
<https://www.facebook.com/winecountrylifevacationhomes/>
<https://stock.adobe.com/images/caravan-icon-motor-home/468677981>
https://www.flaticon.com/free-icon/return-on-investment_4719671
<https://www.dreamstime.com/royalty-free-stock-photography-price-tag-set-image21467157>
https://cs.wikipedia.org/wiki/Soubor:Yin_yang.svg
<https://icon-library.com/icon/gender-icon-png-21.html>
https://www.flaticon.com/free-icon/age-group_4753175
<https://www.istockphoto.com/illustrations/camping-food>
<https://thenounproject.com/icon/wine-1047751/>
<https://www.wohnmobil.bw.de>
https://www.flaticon.com/free-icon/shelf_1347728
<https://myloview.com/sticker-wine-bottle-icon-symbol-black-silhouette-logo-isolated-on-white-no-B5E335A>
<https://www.istockphoto.com/vector/hiking-icon-vector-isolated-on-white-gm1203591390-345987244>
https://www.flaticon.com/free-icon/co2-cloud_3209891
<https://www.freepik.com/icons/culture>
https://www.iconfinder.com/icons/2550305/business_solution_project_management_service_advice_service_support_solution_provider_icon
<https://www.pngwing.com/en/free-png-bbqpu/download>
<https://www.freepik.com/free-photos-vectors/no-drinking-driving>
<https://www.kultur-vermittlung.ch/informationen/arbeitsbedingungen> Graphicrecording.cool, Johanna Benz