

Campingstudie 2022: Betrachtung ausgewählter Aspekte der Campingplatzwahl deutscher Camper

Eine Studie des
Deutschen Instituts für Tourismusforschung

Ergebnisbericht
Stand: 08.05.2023

Inhaltsverzeichnis

▶ Inhalte und Methodik der Studie

- ▶ Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung
 - ▶ Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl
 - ▶ Inspiration und Information bei der Campingplatzwahl
 - ▶ Interesse an digitalen Services entlang der Customer Journey
 - ▶ Soziodemografische Angaben
 - ▶ Kontakt und Impressum
-

Der Ergebnisdarstellung in den einzelnen Abschnitten ist jeweils eine schriftliche Zusammenfassungen vorangestellt.

Hinweis

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in diesem Ergebnisbericht bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

Inhalte und Methodik der Studie

Untersuchungs- gegenstand

- Ausgewählte Merkmale des **Campingreiseverhaltens** und der **Campingplatznutzung**
Im Zusammenhang mit Aspekten des Campingreiseverhaltens und der Campingplatznutzung:
- Relevanz ausgewählter Ausstattungsmerkmale und Leistungen bei der **Campingplatzwahl**
- Nutzung ausgewählter Medien zur **Inspiration und Information** bei der Campingplatzwahl
- Interesse an ausgewählten **digitalen Services** entlang der Camping Customer Journey

Untersuchungs- design

- **Auftragsunabhängiges Forschungsprojekt** des Deutschen Instituts für Tourismusforschung
- **Online-Befragung** durch die Innolink Germany GmbH
- **Erhebungszeitraum:** 17.11. - 08.12.2022
- **Grundgesamtheit:** deutschsprachige Bevölkerung in Privathaushalten in Deutschland von 18 bis 74 Jahre
- **Quotenstichprobe** nach den Merkmalen Geschlecht, Alter, Wohnort (Bundesland, Ortsgröße), Schulbildung
- **Zielgruppe der Befragung:** Personen in der Grundgesamtheit, die in den letzten drei Jahren (2020 bis 2022) mindestens eine Campingreise mit vier und mehr Übernachtungen und Campingplatznutzung unternommen haben
- **Fallzahl:** n = 1.084

Studienbezogene Definition von Campingreisen

Mit **Campingreisen** meinen wir ...

- Reisen zu Urlaubs- und Freizeitwecken mit MINDESTENS VIER ÜBERNACHTUNGEN,
- bei denen eine Campingunterkunft (z. B. Reisemobil, Camper-Van, Wohnwagen/ Caravan, Zelt oder Mietunterkunft) genutzt wurde,
- diese Campingunterkunft aber NICHT auf einem für mehrere Monate oder Jahre gemieteten Standplatz steht (Dauercamping).

Inhaltsverzeichnis

- ▶ Inhalte und Methodik der Studie
 - ▶ **Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung**
 - ▶ Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl
 - ▶ Inspiration und Information bei der Campingplatzwahl
 - ▶ Interesse an digitalen Services entlang der Customer Journey
 - ▶ Soziodemografische Angaben
 - ▶ Kontakt und Impressum
-

Der Ergebnisdarstellung in den einzelnen Abschnitten ist jeweils eine schriftliche Zusammenfassungen vorangestellt.

Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung

Zusammenfassung der Ergebnisse I

Die Partnerin bzw. der Partner ist auf Campingreisen fast immer dabei, häufig auch Kinder und Freunde

» Die befragten Campingreisenden haben in den vergangenen drei Jahren (Januar 2020 bis Mitte November 2022) **im Durchschnitt 7,2 Campingreisen mit vier und mehr Übernachtungen** unternommen. Etwa drei von vier Campingreisenden werden für gewöhnlich von ihrer **Partnerin / ihrem Partner** begleitet, 40% der Befragten reisen für gewöhnlich (auch) mit **Kindern**, 15% (auch) mit anderen Verwandten sowie 30% (auch) mit **Freunden / Bekannten**.

Mehr als die Hälfte der Camper ist mit einem klassischen Reisemobil unterwegs

» Mehr als jeder zweite Campingreisende geht für gewöhnlich mit einem **Reisemobil** auf Reisen – entweder mit einem Mietfahrzeug (27%) oder dem eigenen Fahrzeug (26%). **Wohnwagen** werden von 16% der Befragten für gewöhnlich für ihre Campingreisen mit vier und mehr Übernachtungen gewählt, **Kastenwagen / Camper-Vans** von rund 13%, wobei in beiden Fällen eigene Fahrzeuge etwas häufiger als gemietete Fahrzeuge genutzt werden. Das **Zelt** und die **Mietunterkunft** kommen auf einen Anteil von jeweils 9%.

Campingplätze und Reisemobilstellplätze sind die beliebteste Plattform der Reisemobilisten, bei kleineren und nicht ausgewiesenen Stellplätzen gehen die Meinungen auseinander

» Knapp zwei Drittel (64%) derjenigen Campingreisenden, die gewöhnlicherweise mit dem **Reisemobil** (inkl. Kastenwagen / Camper-Van) unterwegs sind, nutzen bei ihren Reisen mit vier und mehr Übernachtungen „immer“ oder „häufig“ (Top-2-Box auf einer 5-er Skala) **Campingplätze**. Die am zweithäufigsten genutzte Plattform sind klassische **Reisemobilstellplätze** (50%). Danach schließen sich in der Nutzungshäufigkeit für Wohnmobile ausgewiesene öffentliche Parkplätze (44%) sowie Stellplätze vor der Schranke von Campingplätzen (40%) an. Stellplätze mit Zugehörigkeit z. B. zu Freizeiteinrichtungen, nicht für Wohnmobile ausgewiesene öffentliche Räume sowie kleinere Stellplätze auf privaten Grundstücken bzw. Privatgrundstücke von Verwandten oder Bekannten werden von etwa jedem dritten für gewöhnlich mit einem Reisemobil reisenden Campingreisenden zumindest häufig während längerer Campingreisen genutzt. Nicht für Wohnmobile ausgewiesene öffentliche Räume werden zu ähnlich hohen Anteilen aber auch „nie“ genutzt.

Mit Wohnwagen reisende Camper bevorzugen sehr deutlich Campingplätze, kleinere und nicht ausgewiesene Stellplätze nutzen viele von ihnen gar nicht

» Der Anteil der Campingreisenden, die „immer“ oder „häufig“ während ihrer Reisen einen **Campingplatz** nutzen, ist unter den für gewöhnlich mit dem **Wohnwagen** reisenden Campern mit 72% etwas höher als unter den Reisemobilisten – 35% nutzen diesen „immer“, weitere 37% „häufig“. Für alle anderen Plattformen liegt die Nutzungshäufigkeit dagegen deutlich niedriger und (zum Teil deutlich) unterhalb der der Reisemobil-Nutzer. Am zweithäufigsten werden noch für Wohnmobile ausgewiesene öffentliche Parkplätze (36%) genutzt. Nicht für Wohnmobile ausgewiesene öffentliche Räume sowie kleinere Stellplätze auf privaten Grundstücken werden von mehr als 40% der Befragten „nie“ genutzt, auch für alle anderen Plattformen mit Ausnahme der Campingplätze liegt der Anteil derjenigen, die diese Plätze „nie“ nutzen bei mindestens 24%.

Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung

Zusammenfassung der Ergebnisse II

Nutzer von Wohnwagen und Mietunterkünften weisen den höchsten, Reisemobilisten den geringsten Organisationsgrad ihrer Campingreisen auf

- » Campingreisende, die für gewöhnlich eine **Mietunterkunft** oder den **Wohnwagen** als Unterkunftsform bei ihren Campingreisen wählen, weisen bei der Planung ihrer Campingplatzbesuche den **höchsten Organisationsgrad** auf. 26 bzw. 22% von ihnen besuchen immer denselben Campingplatz und buchen diesen entsprechend im Vorfeld der Reise, weitere 47 bzw. 48% wählen alle Campingplätze für eine Reise im Vorfeld der Reise aus. Lediglich 15 bzw. 10% von ihnen suchen Campingplätze ausschließlich während der Reise aus.
- » Den höchsten Anteil der „ausschließlich Unterwegs-Organisierer“ weisen die Reisenden mit Zelt auf (20%), gefolgt von den für gewöhnlich mit dem Reisemobil reisenden Campern (18%). Letztere weisen insgesamt den geringsten Organisationsgrad bei der Planung ihrer Campingplatzbesuche auf – 44% wählen keinen oder nicht alle Campingplätze im Vorfeld der Reise aus (Zelt-Reisende: 37%).

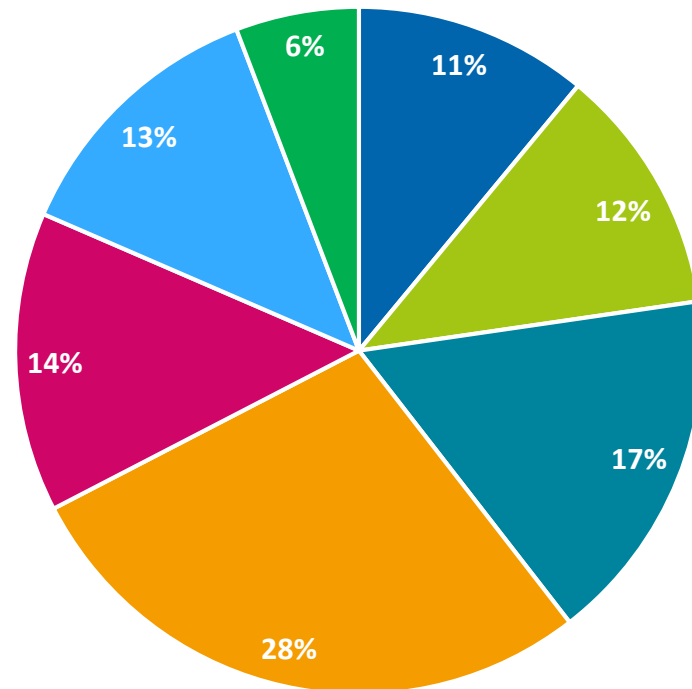
Reisemobilisten steuern je Reise die meisten Campingplätze an ...

- » Camper, die in der Regel mit dem **Reisemobil** unterwegs sind, besuchen während ihrer Reisen mit vier und mehr Übernachtungen **die meisten Campingplätze**: 61% von ihnen steuern für gewöhnlich 2-3 Campingplätze an, weitere 20% vier und mehr Campingplätze. Ebenfalls 20% besuchen nur einen Campingplatz – unter den anderen drei Unterkunftsformen liegen die Anteile zwischen deutlich höheren 38% (Wohnwagen) und 44% (Zelt). Unter den Nutzern von Wohnwagen und Mietunterkünften steuern die meisten Reisenden 2-3 Campingplätze an (51 bzw. 53%), während die Zelter zu etwas mehr Campingplatzbesuchen pro Reise tendieren (44% 2-3 Campingplätze, 13% vier und mehr Campingplätze).

... bleiben zusammen mit den Zeltern aber am kürzesten, während die Nutzer von Mietunterkünften durchschnittlich die meisten Nächte auf einem einzelnen Campingplatz verbringen

- » Campingreisende, die ihre Reise in der Regel mit **Reisemobil oder Zelt** bestreiten, verbringen für gewöhnlich **weniger Nächte** auf einem Campingplatz als Nutzer von Wohnwagen und Mietunterkünften. 21% der Reisemobilisten sowie 17% der Zelter bleiben in der Regel nur 1-2 Nächte auf einem Campingplatz, bei den anderen beiden Unterkunftsformen sind dies nur jeweils 10%. Der Anteil derjenigen Nutzer von Wohnwagen und Mietunterkünften, die mehr als 8 Nächte bleiben, liegt dagegen bei etwa einem Viertel, bei den Reisemobilisten und Zeltern nur bei jeweils 14%. Die Nutzer von Mietunterkünften verweilen unter den vier Unterkunftsformen in der Regel am längsten auf einem Campingplatz.

Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung Reisehäufigkeit im Zeitraum 2020-2022



Campingreisen mit vier und mehr Übernachtungen im Zeitraum Januar 2020 bis Mitte November 2022 unabhängig von genutzten Platzformen:

- 1 Reise
- 2 Reisen
- 3 Reisen
- 4 bis 6 Reisen
- 7 bis 10 Reisen
- 11 bis 20 Reisen
- 21 und mehr Reisen

Ø = 7,2 Reisen

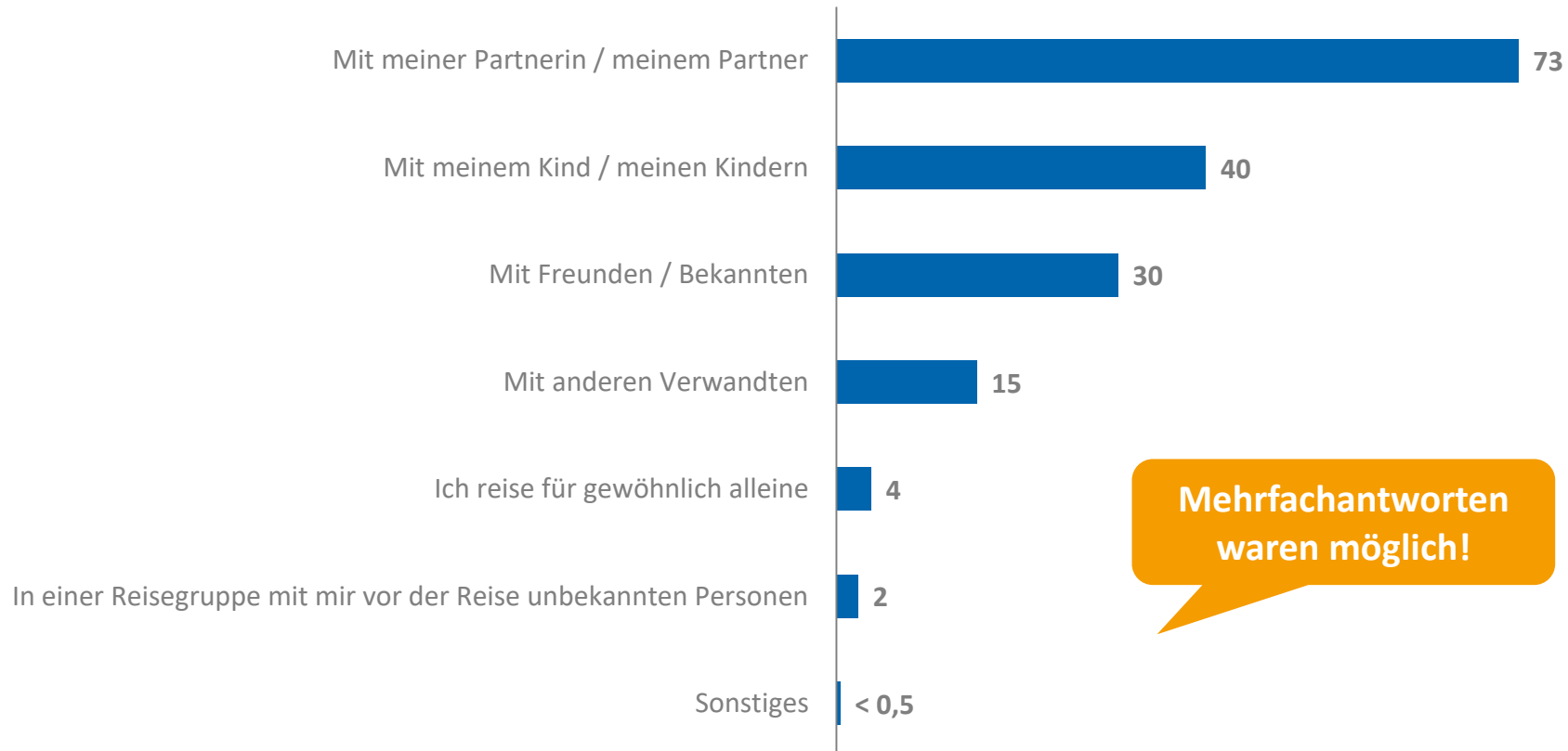
Basis: Alle Befragte (n = 1.084); Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

Frage: Wie viele Campingreisen mit vier und mehr Übernachtungen haben Sie in den Jahren 2020 bis 2022 unternommen? Bitte geben Sie alle Reisen an, unabhängig davon, welche Art von Camping- oder Stellplätzen Sie genutzt haben.

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung

Gewöhnliche Reisebegleitung

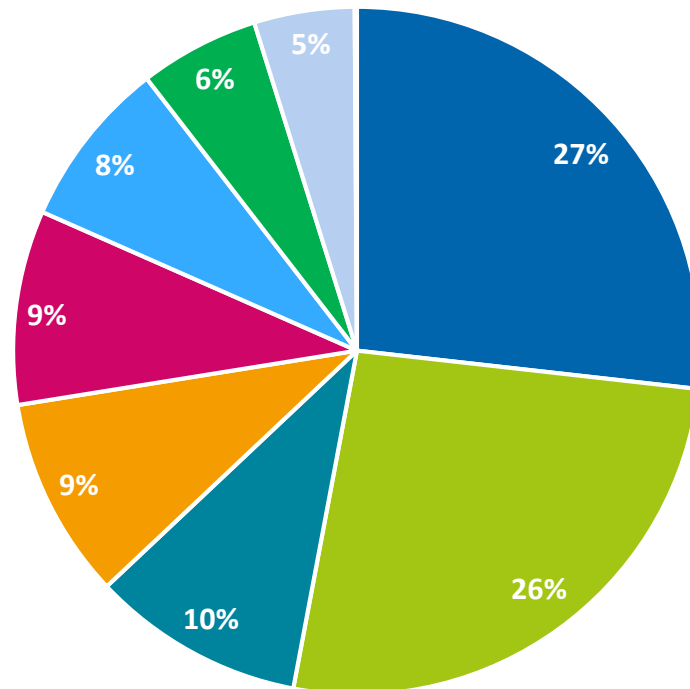


Mehrfachantworten
waren möglich!

Basis: Alle Befragte (n = 1.084); Angaben in % der Befragten; Mehrfachantwortmöglichkeit.
Frage: „Mit wem unternehmen Sie Ihre Campingreisen mit vier und mehr Übernachtungen für gewöhnlich?“
Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung

Gewöhnlich gewählte Unterkunftsform



- Gemietetes Reise- / Wohnmobil
- Eigenes Reise- / Wohnmobil
- Eigener Wohnwagen / Caravan
- Zelt (inkl. Dachzelt, Zeltanhänger, Mietzelt)
- Mietunterkunft auf dem Campingplatz (z. B. Mobilheim, Hütte, Ferienwohnung, Planwagen, Schlaffass)
- Eigener Kastenwagen / Camper-Van
- Gemieteter Wohnwagen / Caravan
- Gemieteter Kastenwagen / Camper-Van
- Sonstiges

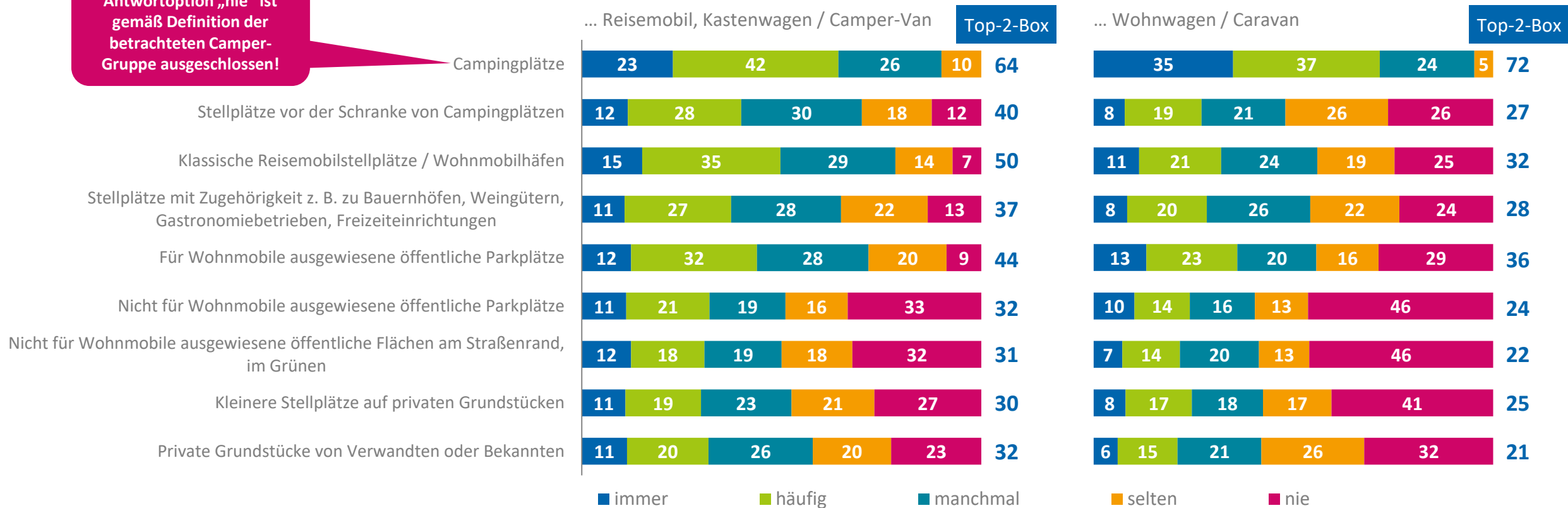
Basis: Alle Befragte (n = 1.084); Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.
Frage: „Welches ist die am häufigsten genutzte Unterkunftsform auf Ihren Campingreisen mit vier und mehr Übernachtungen?“
Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung

Häufigkeit der Platzformnutzung – nach Unterkunftsform Reisemobil und Wohnwagen*

Antwortoption „nie“ ist gemäß Definition der betrachteten Camper-Gruppe ausgeschlossen!

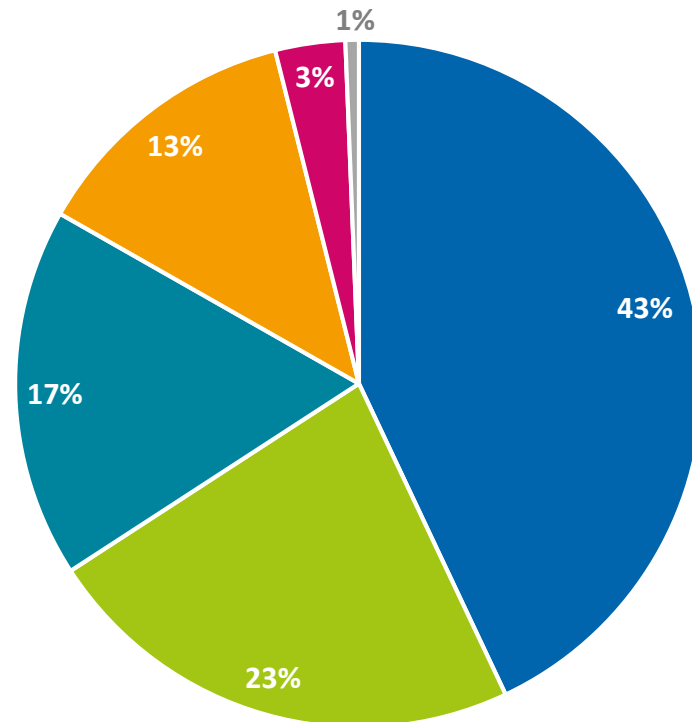
Gewöhnlich gewählte Unterkunftsform bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen ...



Basis: Befragte ohne Antwortkategorie „weiß nicht“; Reisemobil, Kastenwagen (n = mind. 690), Wohnwagen (n = mind. 163), Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.
* Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test signifikant (p = max. 0,030). Frage: „Wie häufig nutzen Sie bei Ihren Campingreisen mit vier und mehr Übernachtungen die nachfolgenden Platzformen?“; ohne Antwortkategorie „weiß nicht“. Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung

Gewöhnliche Planung von Campingplatzbesuchen



- Ich suche im Vorfeld alle für die Reise vorgesehenen Campingplätze aus.
- Ich suche im Vorfeld einzelne Campingplätze aus, andere ergeben sich erst während der Reise.
- Ich fahre immer zum gleichen Campingplatz und benötige daher keine besondere Planung.
- Ich wähle im Vorfeld ein Land, eine Region oder eine Route aus, die konkreten Reiseziele und Campingplätze ergeben sich aber erst während der Reise.
- Ich fahre einfach los, Reiseziele und Campingplätze ergeben sich erst während der Reise.
- Nichts davon

Basis: Alle Befragte (n = 1.084); Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

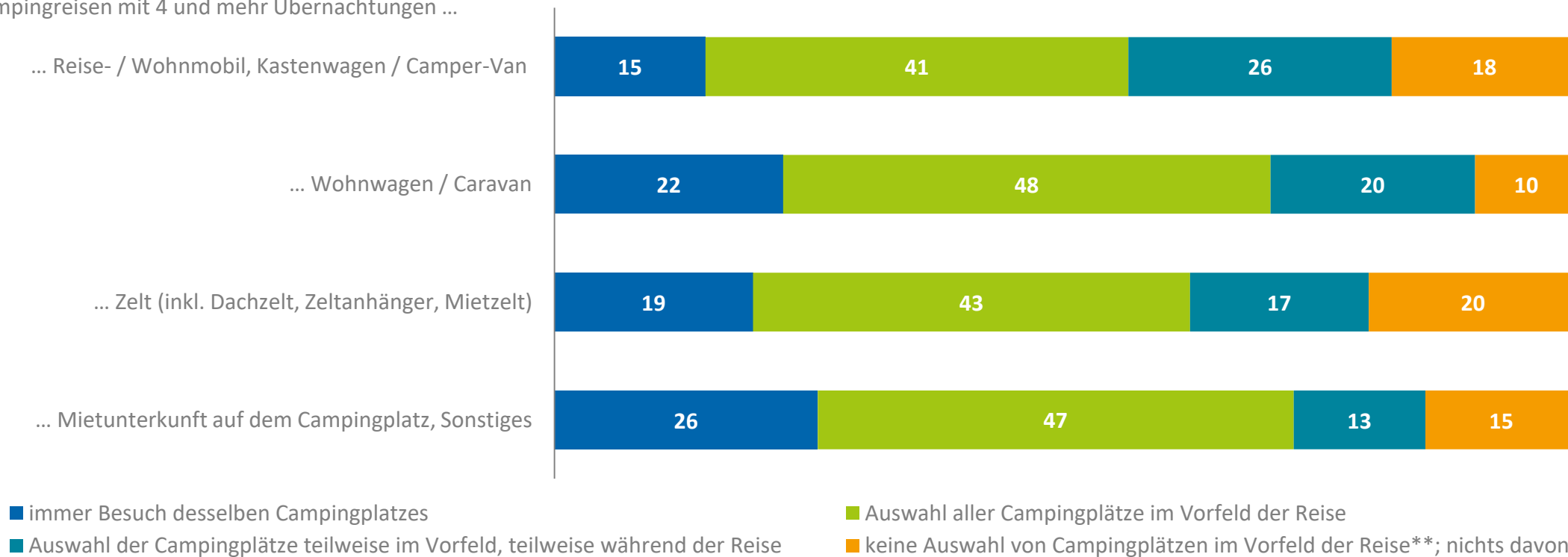
Frage: „Sie nutzen während Ihren Campingreisen mit vier und mehr Übernachtungen (auch) Campingplätze. Wie sieht die Planung Ihrer Campingplatzbesuche im Vorfeld der Reise für gewöhnlich aus?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung

Gewöhnliche Planung von Campingplatzbesuchen – nach Unterkunftsform*

Gewöhnlich gewählte Unterkunftsform bei
Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen ...

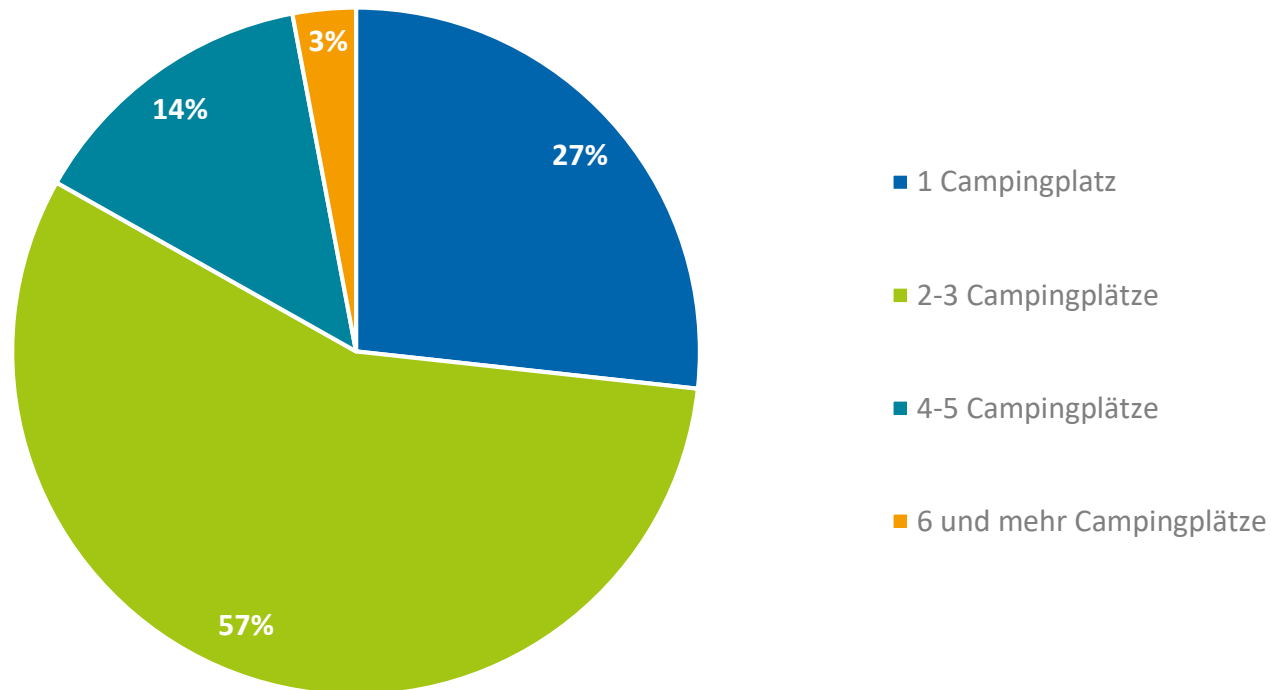


Basis: Reisemobil, Kastenwagen (n = 711), Wohnwagen (n = 170), Zelt (n = 103), Mietunterkunft, Sonstiges (n = 100); Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

* Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test signifikant (p = 0,002). ** entspricht Zusammenfassung der Antwortkategorien „Ich wähle im Vorfeld ein Land, eine Region oder eine Route aus, die konkreten Reiseziele und Campingplätze ergeben sich aber erst während der Reise.“ und „Ich fahre einfach los, Reiseziele und Campingplätze ergeben sich erst während der Reise.“ Frage: „Sie nutzen während Ihren Campingreisen mit vier und mehr Übernachtungen (auch) Campingplätze. Wie sieht die Planung Ihrer Campingplatzbesuche im Vorfeld der Reise für gewöhnlich aus?“ Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung

Gewöhnliche Anzahl besuchter Campingplätze je Reise



Basis: Alle Befragte (n = 1.084); Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

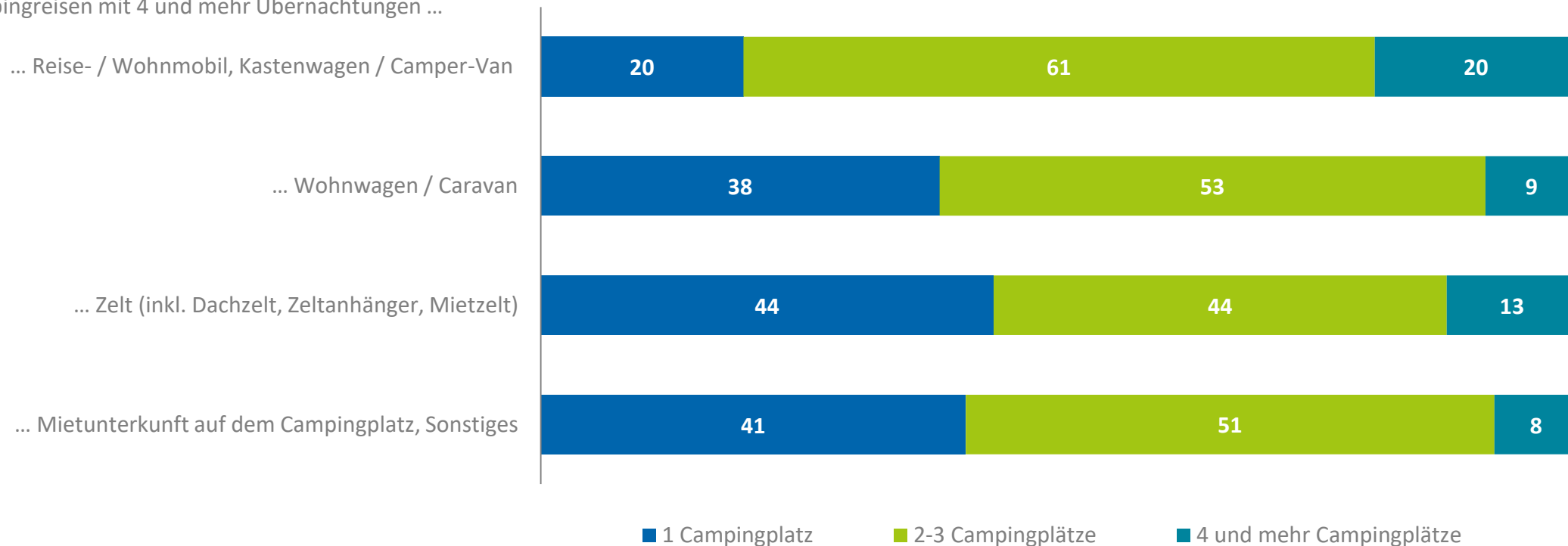
Frage: „Wie viele verschiedene Campingplätze fahren Sie für gewöhnlich während einer Campingreise mit vier und mehr Übernachtungen an, bei der Sie (auch) Campingplätze nutzen?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung

Gewöhnliche Anzahl besuchter Campingplätze je Reise – nach Unterkunftsform*

Gewöhnlich gewählte Unterkunftsform bei
Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen ...



Basis: Reisemobil, Kastenwagen (n = 711), Wohnwagen (n = 170), Zelt (n = 103), Mietunterkunft, Sonstiges (n = 100); Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

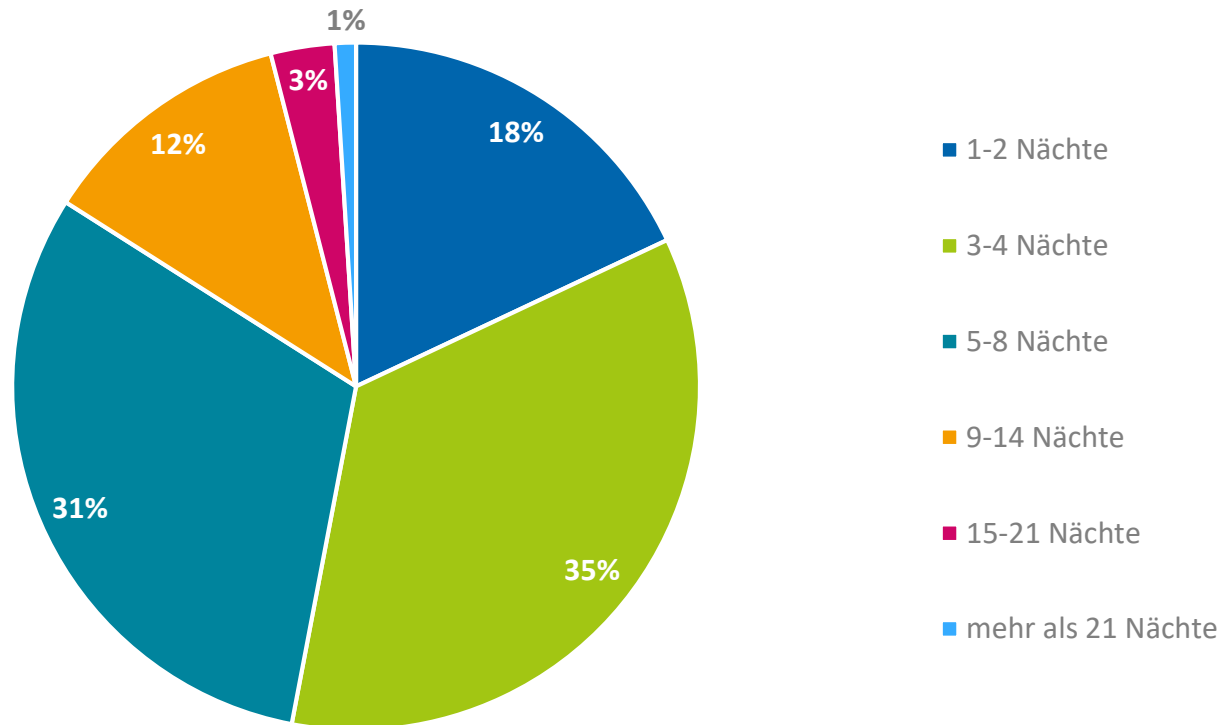
* Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test signifikant (p < 0,001).

Frage: „Wie viele verschiedene Campingplätze fahren Sie für gewöhnlich während einer Campingreise mit vier und mehr Übernachtungen an, bei der Sie (auch) Campingplätze nutzen?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung

Gewöhnliche Verweildauer je Campingplatz

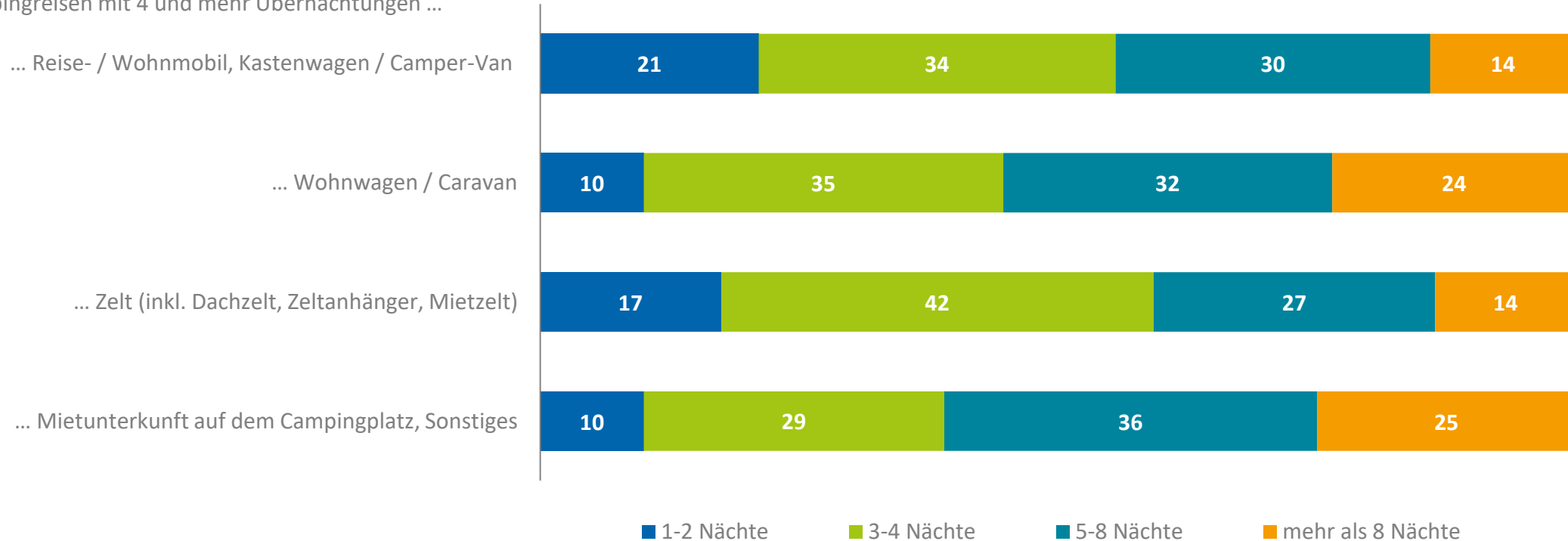


Basis: Alle Befragte (n = 1.084); Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.
Frage: „ Und wie viele Nächte verbringen Sie im Zuge dieser Reisen für gewöhnlich auf einem einzelnen Campingplatz, bevor Sie Ihre Reise fortsetzen?“
Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung

Gewöhnliche Verweildauer je Campingplatz – nach Unterkunftsform*

Gewöhnlich gewählte Unterkunftsform bei
Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen ...



Basis: Reisemobil, Kastenwagen (n = 711), Wohnwagen (n = 170), Zelt (n = 103), Mietunterkunft, Sonstiges (n = 100); Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

* Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test signifikant (p < 0,001).

Frage: „Und wie viele Nächte verbringen Sie im Zuge dieser Reisen für gewöhnlich auf einem einzelnen Campingplatz, bevor Sie Ihre Reise fortsetzen?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Inhaltsverzeichnis

- ▶ Inhalte und Methodik der Studie
 - ▶ Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung
 - ▶ **Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl**
 - ▶ Inspiration und Information bei der Campingplatzwahl
 - ▶ Interesse an digitalen Services entlang der Customer Journey
 - ▶ Soziodemografische Angaben
 - ▶ Kontakt und Impressum
-

Der Ergebnisdarstellung in den einzelnen Abschnitten ist jeweils eine schriftliche Zusammenfassungen vorangestellt.

Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl

Zusammenfassung der Ergebnisse I

Das Ausstattungs- und Leistungsangebot des Campingplatzes folgt in der Relevanz für die Platzwahl auf die Lage und die Kosten des Platzes

- » In einem ersten Schritt wurde zunächst die **allgemeine Relevanz der angebotenen Ausstattungsmerkmale / Leistungen eines Campingplatzes bei der Campingplatzwahl im Kontext anderer Aspekte** untersucht. 77% der Deutschen, die im Zeitraum Januar 2020 bis Mitte November 2022 mindestens eine Campingreise mit vier und mehr Übernachtungen und Campingplatznutzung unternommen haben, ist das Ausstattungs- und Leistungsangebot demnach „sehr wichtig“ bzw. „wichtig“ (Top-2-Box auf einer 5-er Skala). Als wichtiger werden unter den abgefragten Aspekten lediglich die **Lage** (82%) sowie die **Kosten des Campingplatzes** (78%) eingeschätzt.
- » Den drei weiteren abgefragten Aspekten – Bewertungen des Campingplatzes durch andere Nutzer (75%), Bilder und Informationsangebote des Campingplatzes (73%) sowie offizielle Qualitätsbewertungen des Campingplatzes (69%) – werden etwas geringere Bedeutungen zugeschrieben.

Die allgemeine Relevanz des Leistungsangebotes für die Campingplatzwahl unterscheidet sich nicht signifikant zwischen den Nutzern verschiedener Campingunterkünfte

- » Einen **signifikanten Zusammenhang** zwischen der Relevanz der angebotenen Ausstattungsmerkmale / Leistungen für die Platzwahl und der gewöhnlich für Campingreisen gewählten **Unterkunftsform gibt es nicht**. Einen solchen gibt es hingegen bei der Lage des Campingplatzes, beim Informationsangebot sowie bei offiziellen Qualitätsbewertungen des Campingplatzes. So ist die Lage des Campingplatzes für Campingreisende, die gewöhnlich ein Zelt oder eine Mietunterkunft nutzen, signifikant wichtiger als für Camper, die mit Reisemobil oder Wohnwagen reisen. Die anderen beiden Aspekte werden von den Nutzern von Mietunterkünften als am wichtigsten eingeschätzt, Zeltern dagegen sind diese Aspekte am wenigsten wichtig.

Campern, die Plätze auch oder nur von unterwegs auswählen, ist das Leistungsangebot bei der Platzwahl weniger wichtig als Campern, die alle Plätze im Vorfeld auswählen; am wenigsten wichtig ist es aber denjenigen, die immer denselben Campingplatz besuchen

- » Bei allen Aspekten mit Ausnahme des Informationsangebotes gibt es **signifikante Zusammenhänge zur gewöhnlichen Planung von Campingplatzbesuchen**. Erwartungsgemäß sind denjenigen, die immer denselben Campingplatz besuchen, die abgefragten Aspekte am wenigsten wichtig – so auch bei den vom Campingplatz angebotenen Ausstattungsmerkmalen und Leistungen. Diejenigen Camper, die alle Campingplätze im Vorfeld auswählen, schätzen alle Aspekte leicht wichtiger ein als diejenigen, die Campingplätze auch teilweise erst während der Reise auswählen. Campern, die vor der Reise keinen Campingplatz auswählen, sind unter allen Campern die Lage und die Kosten des Campingplatzes am wichtigsten. Die angebotenen Ausstattungsmerkmale und Leistungen des Campingplatzes sowie Qualitätsbewertungen sind ihnen dagegen weniger wichtig als denjenigen, die zumindest teilweise bereits im Vorfeld der Reise Campingplätze auswählen.

Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl

Zusammenfassung der Ergebnisse II

Das Vorhandensein von Sanitär-
einrichtungen, eine naturnahe Lage
und die Kosten sind die wichtigsten
Ausstattungs- bzw. Leistungsaspekte
bei der Campingplatzwahl

» In einer weiteren Frage wurde die **Wichtigkeit von insgesamt 30 ausgewählten Ausstattungsmerkmalen bzw. Leistungen von Campingplätzen im Zusammenhang mit der Campingplatzwahl** erfragt. Für die befragten Camper ist demnach das Vorhandensein von **Sanitäreinrichtungen am wichtigsten**: für 82% der Befragten ist dieses Ausstattungsmerkmal im Zusammenhang mit der Wahl eines Campingplatzes „sehr wichtig“ oder „wichtig“ (Top-2-Box auf einer 5-er Skala). Auf den Plätzen zwei und drei der wichtigsten Ausstattungs- und Leistungsaspekte folgen eine **naturnahe Lage des** Campingplatzes (79%) sowie die **Kosten** für Standplatz und reisende Personen (75%). Auch die folgenden Ausstattungsmerkmale bzw. Leistungen sind für mindestens 70% der Befragten zumindest wichtig: natürliche Bademöglichkeiten, eine Internetverbindung, Einkaufsmöglichkeiten im Umfeld des Campingplatzes, die An- und Abreisezeiten, Parkmöglichkeiten am Standplatz sowie Ver- und Entsorgungsstationen für Campingfahrzeuge.

Am wenigsten wichtig sind Mietbäder
und Leihmöglichkeiten für Fahrzeuge
sowie auch einige Angebote, die nur
bestimmte Zielgruppen adressieren

» Zu den am **wenigsten wichtigen Ausstattungsmerkmalen** bzw. Leistungen gehören Mietbäder, Leihmöglichkeiten für Fahrzeuge (jeweils 51%) sowie Lademöglichkeiten für Elektrofahrzeuge (52%), wenngleich auch in diesen Fällen immer noch mehr als jeder zweite Befragte angibt, dass ihm diese Angebote zumindest wichtig sind. Auch andere Angebote, die wie die Ladeinfrastruktur nur bestimmte Zielgruppen ansprechen (z. B. die Mitnahmemöglichkeit von Haustieren (60%), Freizeitangebote für Kinder (57%) oder das Angebot von Mietunterkünften (53%)), finden sich im Drittel der weniger wichtigen Aspekte im Zuge der Campingplatzwahl wieder. Zu den Angeboten, die eigentlich von allen Platzbesuchern genutzt werden können, deren Relevanz für die Campingplatzwahl im Kontext der untersuchten Aspekte aber eher gering ist, gehören das Vorhalten eines Schwimmbades / Pools (55%) und das Angebot von Freizeitaktivitäten für Erwachsene (58%).

Insbesondere die Nutzer von Miet-
unterkünften, aber auch die Reise-
mobilisten haben vergleichsweise
höhere Ansprüche in Bezug auf das
Leistungsangebot von Campingplätzen

» Die differenzierte Betrachtung nach der üblicherweise genutzten **Unterkunftsform** zeigt, dass insbesondere den **Nutzern von Mietunterkünften, aber auch den Reisemobilisten einige Angebote signifikant wichtiger** sind, als den Reisenden mit Wohnwagen oder Zelt. Dies betrifft beispielsweise Einkaufsmöglichkeiten für Lebensmittel und ein gastronomisches Angebot auf dem Campingplatz, Möglichkeiten zum Kochen, Freizeitangebote für Erwachsene oder das Vorhalten eines Schwimmbades / Pools. Zudem sind ihnen die Möglichkeit zur Online-Zahlung und die nachhaltige Ausrichtung sowie die Größe des Campingplatzes wichtiger.

Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl

Zusammenfassung der Ergebnisse III

Besucher immer desselben Campingplatzes sowie Camper mit ausschließlicher Platzsuche von unterwegs schreiben vielen Platzangeboten eine geringere Relevanz zu

» Bei zahlreichen Ausstattungen und Leistungen liegen signifikante Unterschiede im Hinblick auf die **Art der Planung von Campingplatzbesuchen** vor. Die **geringste Wichtigkeit** schreiben den Aspekten dabei **entweder diejenigen Camper zu, die für gewöhnlich immer denselben Campingplatz besuchen oder aber diejenigen, die anzufahrende Campingplätze erst während der Reise auswählen**. In die erste Gruppe fallen z. B. die naturnahe Lage des Platzes, die Kosten, die Einkaufsmöglichkeiten im Umfeld des Platzes, die An- und Abreisezeiten oder die Möglichkeiten zur Online-Reservierung und -Zahlung. Den Campern ohne Vorabauswahl von Plätzen sind u. a. die Aspekte natürliche Bademöglichkeiten, Parkmöglichkeiten am Standplatz, Stornierungsbedingungen, Einkaufsmöglichkeiten auf dem Platz, gastronomisches Angebot auf und außerhalb des Platzes sowie Freizeitangebote für Kinder und Erwachsene am wenigsten wichtig. Für alle Angebote mit signifikantem Zusammenhang zur Planung der Campingplatzbesuche gilt zudem, dass Camper, die alle Plätze im Vorfeld der Reise auswählen, den Angeboten eine höhere Wichtigkeit zuschreiben, als Camper, die auch von unterwegs aus noch Plätze auswählen.

Camper, die in der Regel nur einen Campingplatz besuchen, haben die geringsten Ansprüche – diese besuchen aber auch zu großen Teilen immer denselben Campingplatz

» Alle abgefragten Angebote, bei deren Bewertung ein signifikanter Zusammenhang zur **Anzahl der besuchten Campingplätze je Reise** besteht, werden von **Campern, die für gewöhnlich nur einen Campingplatz** während ihrer Reisen mit vier und mehr Übernachtungen besuchen, als **am wenigsten wichtig** eingeschätzt. Dies betrifft beispielsweise die Internetverbindung, Parkmöglichkeiten am Standplatz, Möglichkeiten der Online-Zahlung oder Freizeitangebote für Kinder. Da ein **Großteil derjenigen Camper, die für gewöhnlich nur einen Campingplatz besuchen, immer denselben Campingplatz besucht**, passen diese Ergebnisse zu denen der vorherigen Auswertung.

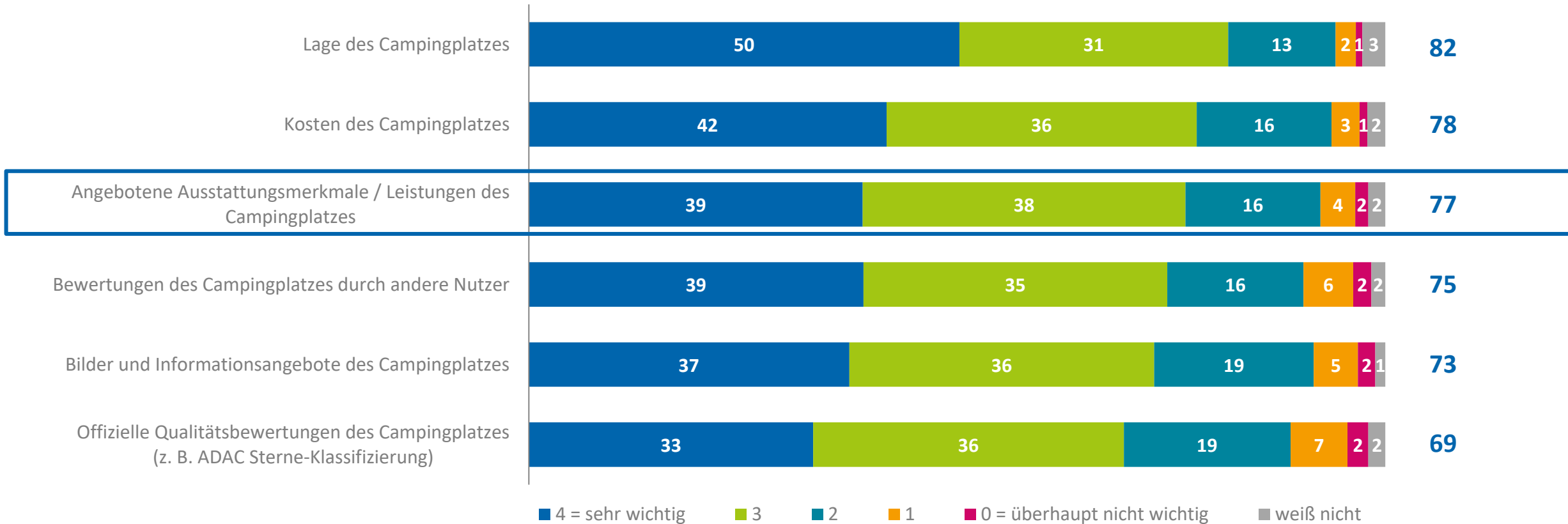
Campern mit Kurzaufenthalt sind viele Angebote am wenigsten wichtig, Camper mit Aufenthalt 5-8 Tage haben die höchsten Ansprüche

» Besteht ein signifikanter Zusammenhang der Angebotsrelevanz für die Platzauswahl zur gewöhnlichen **Verweildauer je Campingplatz**, bewerten diejenigen **Camper, die in der Regel 1-2 Nächte bleiben**, die **allermeisten Angebote** im Zusammenhang mit der Platzwahl **als am wenigsten wichtig**. Hierzu gehören beispielsweise natürliche Bademöglichkeiten, Einkaufsmöglichkeiten auf dem Campingplatz, gastronomische Angebote im Platzumfeld, Möglichkeiten zum Kochen oder Freizeitangebote für Erwachsene und Kinder. Die höchste Wichtigkeit schreiben in vielen Fällen diejenigen Camper den Angeboten zu, die in der Regel 5-8 Nächte auf einem Campingplatz verweilen.

Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl

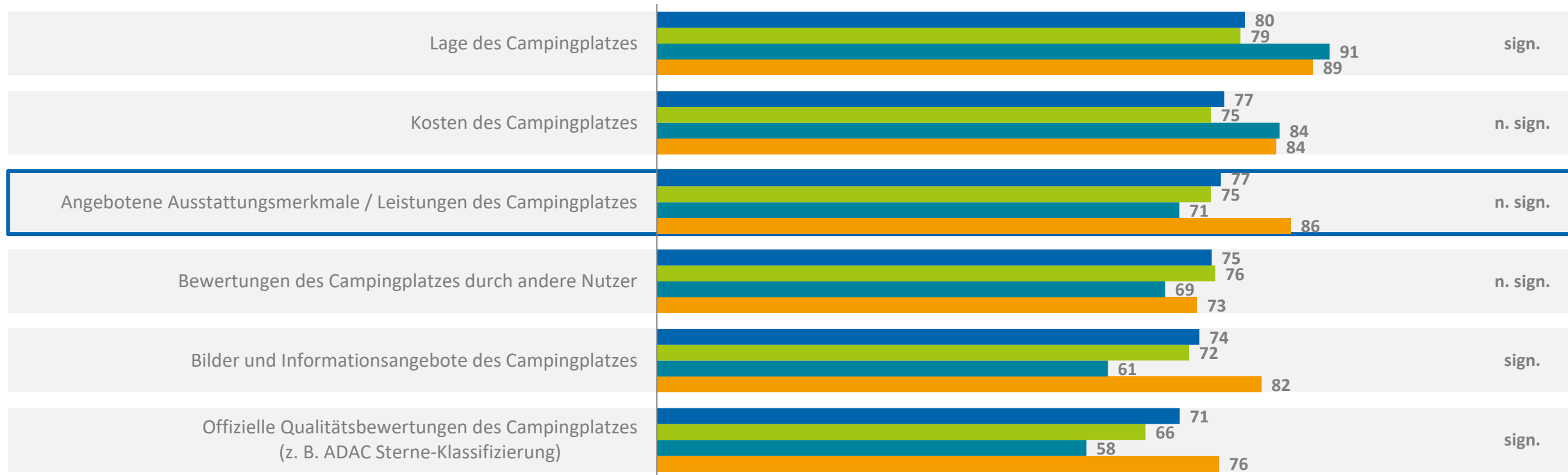
Relevanz allgemein im Kontext anderer Aspekte

Top-2-Box



Basis: Alle Befragte (n = 1.084); Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.
Frage: „Wie wichtig sind für Sie die folgenden Aspekte bei der Auswahl eines Campingplatzes für Ihre Campingreisen?“
Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl Relevanz allgemein im Kontext anderer Aspekte (Top-2-Box) – nach Unterkunftsform



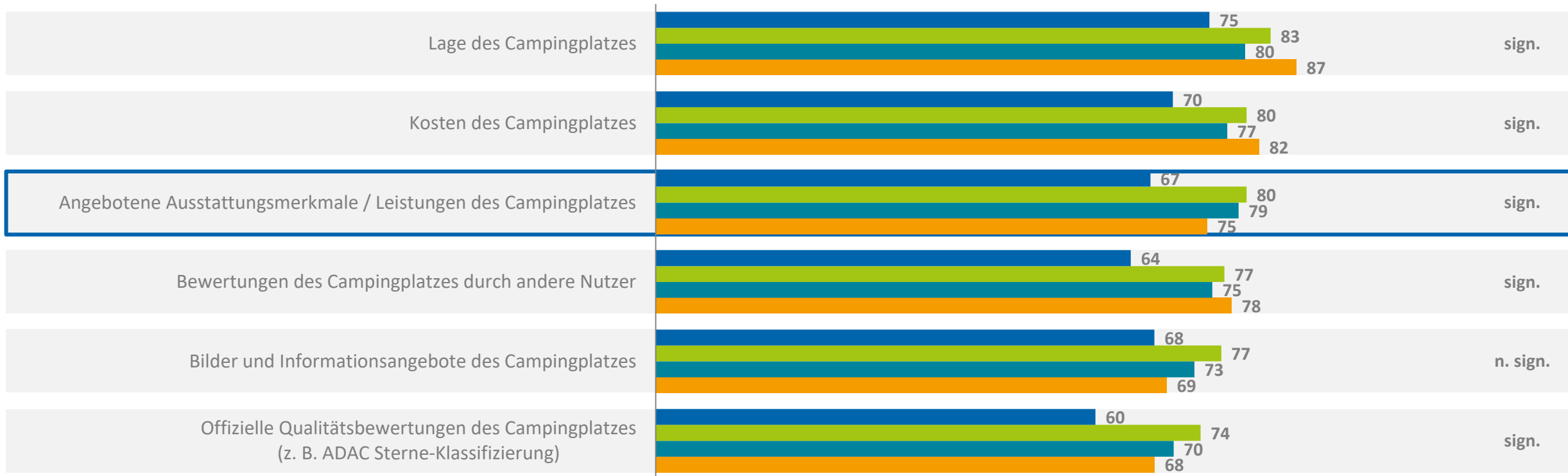
Gewöhnlich gewählte Unterkunftsform bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen ...

■ ... Reise- / Wohnmobil, Kastenwagen / Camper-Van ■ ... Wohnwagen / Caravan ■ ... Zelt (inkl. Dachzelt, Zeltanhänger, Mietzelt) ■ ... Mietunterkunft auf dem Campingplatz, Sonstiges

Basis: Reisemobil, Kastenwagen (n = 711), Wohnwagen (n = 170), Zelt (n = 103), Mietunterkunft, Sonstiges (n = 100); Angaben in % der Befragten; Top-2-Box auf einer Skala von „0 = überhaupt nicht wichtig“ bis „4 = sehr wichtig“; sign.: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test signifikant (p = max. 0,020), n. sign.: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test nicht signifikant (p ≥ 0,05). Frage: „Wie wichtig sind für Sie die folgenden Aspekte bei der Auswahl eines Campingplatzes für Ihre Campingreisen?“ Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl

Relevanz allgemein im Kontext anderer Aspekte (Top-2-Box) – nach Planung Campingplatzbesuche



Gewöhnliche Planung von Campingplatzbesuchen bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen

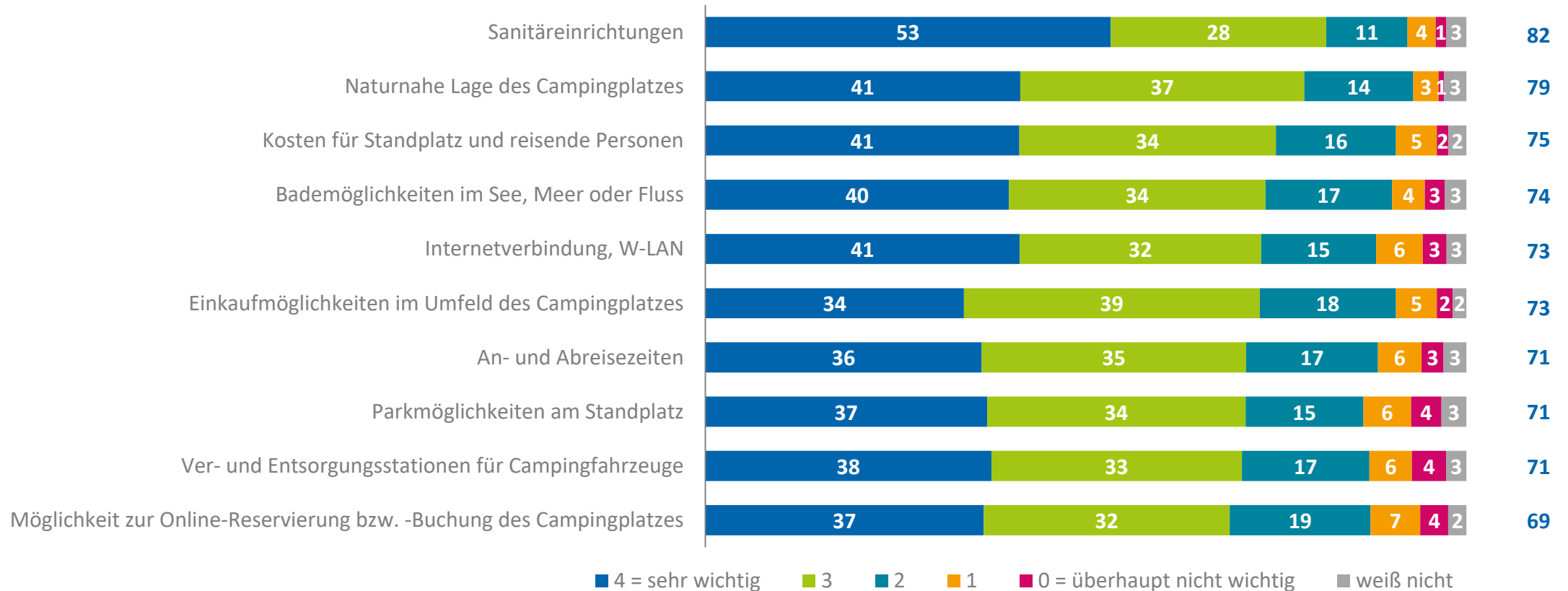
■ immer Besuch desselben CP ■ Auswahl aller CP vor der Reise ■ Auswahl der CP teils vor, teils während der Reise ■ keine Auswahl von CP vor der Reise, nichts davon

Basis: immer Besuch desselben CP (n = 188), Auswahl aller CP vor der Reise (n = 466), Auswahl der CP teils vor, teils während der Reise (n = 248), keine Auswahl von CP vor der Reise, nichts davon (n = 182); Angaben in % der Befragten; Top-2-Box auf einer Skala von „0 = überhaupt nicht wichtig“ bis „4 = sehr wichtig“; sign.: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test signifikant (p = max. 0,023), n. sign.: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test nicht signifikant (p ≥ 0,05). Frage: „Wie wichtig sind für Sie die folgenden Aspekte bei der Auswahl eines Campingplatzes für Ihre Campingreisen?“ Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl

Relevanz einzelner Ausstattungsmerkmale / Leistungen I

Top-2-Box

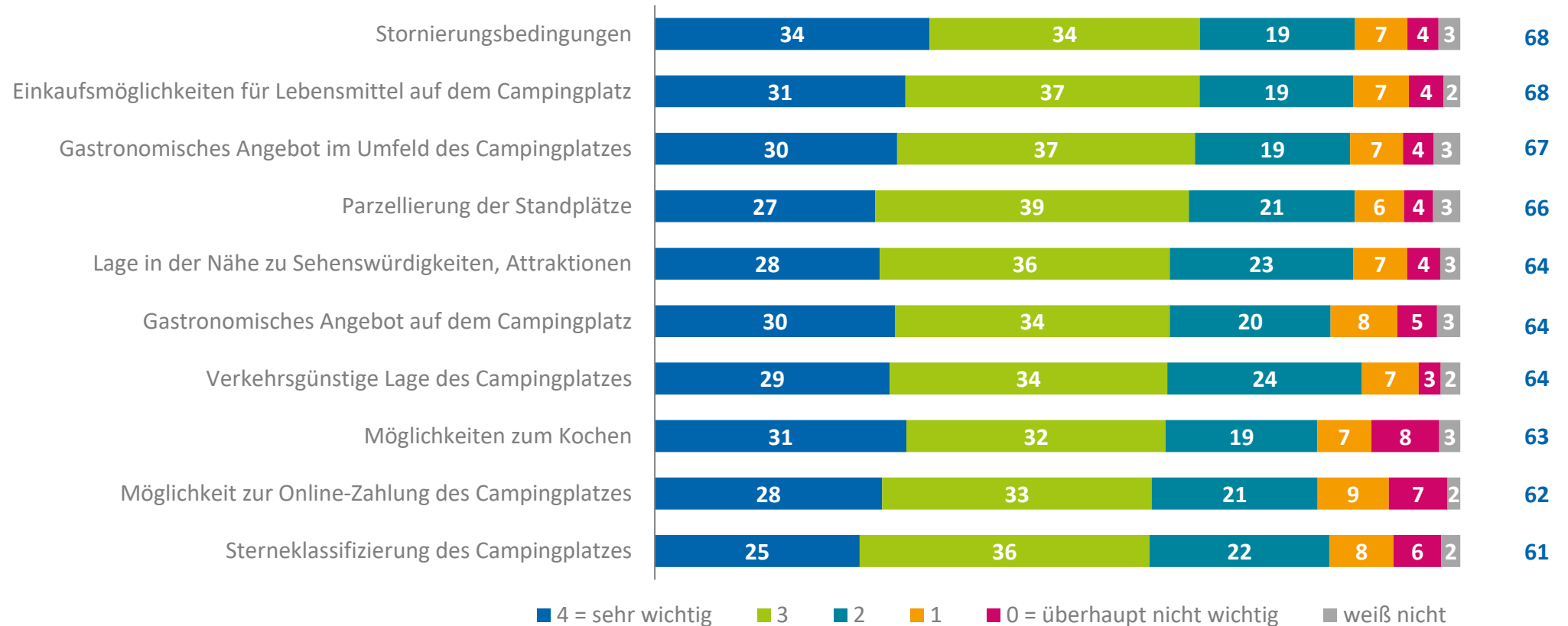


Basis: Alle Befragte (n = 1.084); Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.
Frage: „Und wie wichtig sind für Sie die nachfolgend aufgelisteten einzelnen Ausstattungsmerkmale und Leistungen bei der Auswahl eines Campingplatzes?“
Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl

Relevanz einzelner Ausstattungsmerkmale / Leistungen II

Top-2-Box

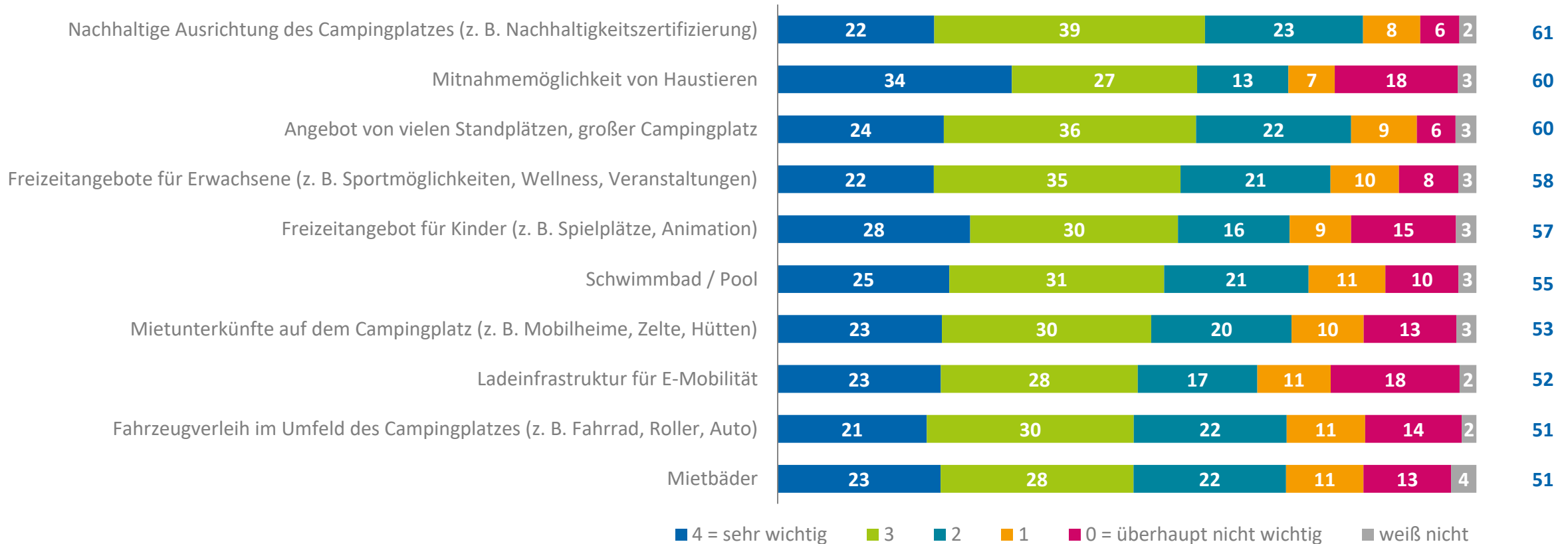


Basis: Alle Befragte (n = 1.084); Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.
Frage: „Und wie wichtig sind für Sie die nachfolgend aufgelisteten einzelnen Ausstattungsmerkmale und Leistungen bei der Auswahl eines Campingplatzes?“
Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl

Relevanz einzelner Ausstattungsmerkmale / Leistungen III

Top-2-Box



Basis: Alle Befragte (n = 1.084); Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.
Frage: „Und wie wichtig sind für Sie die nachfolgend aufgelisteten einzelnen Ausstattungsmerkmale und Leistungen bei der Auswahl eines Campingplatzes?“
Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl

Relevanz einzelner Ausstattungsmerkmale / Leistungen (Top-2-Box) – nach Unterkunftsform I

	Gesamt	Reisemobil, Kastenwagen	Wohnwagen	Zelt	Mietunterkunft, Sonstiges
Sanitäreinrichtungen	82	79	85	84	88
Naturnahe Lage des Campingplatzes	79	78	79	80	81
Kosten für Standplatz und reisende Personen	75	74	78	77	78
Badmöglichkeiten im See, Meer oder Fluss	74	72	75	71	84
Internetverbindung, W-LAN	73	75	68	68	70
Einkaufsmöglichkeiten im Umfeld des Campingplatzes	73	72	71	77	81
An- und Abreisezeiten	71	71	64	74	77
Parkmöglichkeiten am Standplatz	71	70	73	65	81
Ver- und Entsorgungsstationen für Campingfahrzeuge	71	73	69	54	71
Möglichkeit zur Online-Reservierung bzw. -Buchung des Campingplatzes	69	68	69	69	78
Stornierungsbedingungen	68	68	66	65	71
Einkaufsmöglichkeiten für Lebensmittel auf dem Campingplatz	68	68	60	65	80
Gastronomisches Angebot im Umfeld des Campingplatzes	67	67	65	60	76
Parzellierung der Standplätze	66	67	68	57	68
Lage in der Nähe zu Sehenswürdigkeiten, Attraktionen	64	65	59	60	66

Basis: Reisemobil, Kastenwagen (n = 711), Wohnwagen (n = 170), Zelt (n = 103), Mietunterkunft, Sonstiges (n = 100); Angaben in % der Befragten; Top-2-Box auf einer Skala von „0 = überhaupt nicht wichtig“ bis „4 = sehr wichtig“;
 graue Schrift: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test nicht signifikant (p ≥ 0,05).
 Frage: „Wie wichtig sind für Sie die folgenden Aspekte bei der Auswahl eines Campingplatzes für Ihre Campingreisen?“
 Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl

Relevanz einzelner Ausstattungsmerkmale / Leistungen (Top-2-Box) – nach Unterkunftsform II

	Gesamt	Reisemobil, Kastenwagen	Wohnwagen	Zelt	Mietunterkunft, Sonstiges
Gastronomisches Angebot auf dem Campingplatz	64	65	62	51	72
Verkehrsgünstige Lage des Campingplatzes	64	65	57	59	71
Möglichkeiten zum Kochen	63	63	59	58	78
Möglichkeit zur Online-Zahlung des Campingplatzes	62	63	58	51	70
Sterneklassifizierung des Campingplatzes	61	63	60	50	63
Nachhaltige Ausrichtung des Campingplatzes (z. B. Nachhaltigkeitszertifizierung)	61	61	57	55	73
Mitnahmemöglichkeit von Haustieren	60	63	53	48	61
Angebot von vielen Standplätzen, großer Campingplatz	60	60	57	49	72
Freizeitangebote für Erwachsene (z. B. Sportmöglichkeiten, Wellness, Veranstaltungen)	58	58	56	46	69
Freizeitangebot für Kinder (z. B. Spielplätze, Animation)	57	56	59	50	67
Schwimmbad / Pool	55	57	54	42	61
Mietunterkünfte auf dem Campingplatz (z. B. Mobilheime, Zelte, Hütten)	53	52	45	50	84
Ladeinfrastruktur für E-Mobilität	52	54	46	37	56
Fahrzeugverleih im Umfeld des Campingplatzes (z. B. Fahrrad, Roller, Auto)	51	53	46	41	54
Mietbäder	51	51	49	46	56

Basis: Reisemobil, Kastenwagen (n = 711), Wohnwagen (n = 170), Zelt (n = 103), Mietunterkunft, Sonstiges (n = 100); Angaben in % der Befragten; Top-2-Box auf einer Skala von „0 = überhaupt nicht wichtig“ bis „4 = sehr wichtig“;

graue Schrift: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test nicht signifikant ($p \geq 0,05$).

Frage: „Wie wichtig sind für Sie die folgenden Aspekte bei der Auswahl eines Campingplatzes für Ihre Campingreisen?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl

Relevanz einzelner Ausstattungsmerkmale / Leistungen (Top-2-Box) – nach Planung Campingplatzbesuche I

	Gesamt	immer Besuch desselben CP	Auswahl aller CP vor der Reise	Auswahl der CP teils vor, teils während der Reise	keine Auswahl von CP vor der Reise, nichts davon
Sanitäreinrichtungen	82	77	84	81	80
Naturnahe Lage des Campingplatzes	79	72	82	79	75
Kosten für Standplatz und reisende Personen	75	63	79	78	73
Badmöglichkeiten im See, Meer oder Fluss	74	74	77	72	66
Internetverbindung, W-LAN	73	69	73	75	75
Einkaufsmöglichkeiten im Umfeld des Campingplatzes	73	65	79	69	71
An- und Abreisezeiten	71	63	76	68	72
Parkmöglichkeiten am Standplatz	71	68	77	70	61
Ver- und Entsorgungsstationen für Campingfahrzeuge	70	64	73	71	69
Möglichkeit zur Online-Reservierung bzw. -Buchung des Campingplatzes	69	62	75	65	66
Stornierungsbedingungen	68	62	74	66	59
Einkaufsmöglichkeiten für Lebensmittel auf dem Campingplatz	68	66	73	67	57
Gastronomisches Angebot im Umfeld des Campingplatzes	67	65	70	69	58
Parzellierung der Standplätze	66	62	70	66	62
Lage in der Nähe zu Sehenswürdigkeiten, Attraktionen	64	60	67	64	60

Basis: immer Besuch desselben CP (n = 188), Auswahl aller CP vor der Reise (n = 466), Auswahl der CP teils vor, teils während der Reise (n = 248), keine Auswahl von CP vor der Reise, nichts davon (n = 182); Angaben in % der Befragten; Top-2-Box auf einer Skala von „0 = überhaupt nicht wichtig“ bis „4 = sehr wichtig“; graue Schrift: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test nicht signifikant (p ≥ 0,05).

Frage: „Wie wichtig sind für Sie die folgenden Aspekte bei der Auswahl eines Campingplatzes für Ihre Campingreisen?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl

Relevanz einzelner Ausstattungsmerkmale / Leistungen (Top-2-Box) – nach Planung Campingplatzbesuche II

	Gesamt	immer Besuch desselben CP	Auswahl aller CP vor der Reise	Auswahl der CP teils vor, teils während der Reise	keine Auswahl von CP vor der Reise, nichts davon
Gastronomisches Angebot auf dem Campingplatz	64	60	71	62	54
Verkehrsgünstige Lage des Campingplatzes	64	59	69	60	59
Möglichkeiten zum Kochen	63	61	71	56	56
Möglichkeit zur Online-Zahlung des Campingplatzes	62	54	67	60	59
Sterneklassifizierung des Campingplatzes	61	56	67	62	53
Nachhaltige Ausrichtung des Campingplatzes (z. B. Nachhaltigkeitszertifizierung)	61	61	64	61	54
Mitnahmemöglichkeit von Haustieren	60	61	62	56	60
Angebot von vielen Standplätzen, großer Campingplatz	60	52	66	57	55
Freizeitangebote für Erwachsene (z. B. Sportmöglichkeiten, Wellness, Veranstaltungen)	58	53	64	56	48
Freizeitangebot für Kinder (z. B. Spielplätze, Animation)	57	52	65	52	48
Schwimmbad / Pool	55	53	59	53	49
Mietunterkünfte auf dem Campingplatz (z. B. Mobilheime, Zelte, Hütten)	54	54	58	50	44
Ladeinfrastruktur für E-Mobilität	52	50	55	49	49
Fahrzeugverleih im Umfeld des Campingplatzes (z. B. Fahrrad, Roller, Auto)	51	47	57	50	40
Mietbäder	51	51	56	47	42

Basis: immer Besuch desselben CP (n = 188), Auswahl aller CP vor der Reise (n = 466), Auswahl der CP teils vor, teils während der Reise (n = 248), keine Auswahl von CP vor der Reise, nichts davon (n = 182); Angaben in % der Befragten; Top-2-Box auf einer Skala von „0 = überhaupt nicht wichtig“ bis „4 = sehr wichtig“; graue Schrift: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test nicht signifikant (p ≥ 0,05).

Frage: „Wie wichtig sind für Sie die folgenden Aspekte bei der Auswahl eines Campingplatzes für Ihre Campingreisen?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl

Relevanz einzelner Ausstattungsmerkmale / Leistungen (Top-2-Box) – nach Anzahl Campingplätze je Reise I

	Gesamt	1 Campingplatz	2-3 Campingplätze	4 und mehr Campingplätze
Sanitäreinrichtungen	82	83	82	77
Naturnahe Lage des Campingplatzes	79	79	79	77
Kosten für Standplatz und reisende Personen	75	73	77	72
Badmöglichkeiten im See, Meer oder Fluss	74	76	74	66
Internetverbindung, W-LAN	73	67	76	72
Einkaufsmöglichkeiten im Umfeld des Campingplatzes	73	72	75	67
An- und Abreisezeiten	71	68	73	71
Parkmöglichkeiten am Standplatz	71	64	74	70
Ver- und Entsorgungsstationen für Campingfahrzeuge	71	63	73	74
Möglichkeit zur Online-Reservierung bzw. -Buchung des Campingplatzes	69	69	69	67
Stornierungsbedingungen	68	66	68	70
Einkaufsmöglichkeiten für Lebensmittel auf dem Campingplatz	68	63	70	66
Gastronomisches Angebot im Umfeld des Campingplatzes	67	66	68	66
Parzellierung der Standplätze	66	67	65	69
Lage in der Nähe zu Sehenswürdigkeiten, Attraktionen	64	59	67	60

Basis: 1 Campingplatz (n = 290), 2-3 Campingplätze (n = 618), 4 und mehr Campingplätze (n = 176); Angaben in % der Befragten; Top-2-Box auf einer Skala von „0 = überhaupt nicht wichtig“ bis „4 = sehr wichtig“; graue Schrift: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test nicht signifikant ($p \geq 0,05$).

Frage: „Wie wichtig sind für Sie die folgenden Aspekte bei der Auswahl eines Campingplatzes für Ihre Campingreisen?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl

Relevanz einzelner Ausstattungsmerkmale / Leistungen (Top-2-Box) – nach Anzahl Campingplätze je Reise II

	Gesamt	1 Campingplatz	2-3 Campingplätze	4 und mehr Campingplätze
Gastronomisches Angebot auf dem Campingplatz	64	58	68	60
Verkehrsgünstige Lage des Campingplatzes	64	60	65	64
Möglichkeiten zum Kochen	63	61	66	60
Möglichkeit zur Online-Zahlung des Campingplatzes	62	51	67	62
Sterneklassifizierung des Campingplatzes	61	55	64	63
Nachhaltige Ausrichtung des Campingplatzes (z. B. Nachhaltigkeitszertifizierung)	61	54	64	64
Mitnahmemöglichkeit von Haustieren	60	52	63	64
Angebot von vielen Standplätzen, großer Campingplatz	60	52	63	62
Freizeitangebote für Erwachsene (z. B. Sportmöglichkeiten, Wellness, Veranstaltungen)	58	53	61	53
Freizeitangebot für Kinder (z. B. Spielplätze, Animation)	57	51	61	54
Schwimmbad / Pool	55	48	57	60
Mietunterkünfte auf dem Campingplatz (z. B. Mobilheime, Zelte, Hütten)	54	47	56	57
Ladeinfrastruktur für E-Mobilität	52	37	57	56
Fahrzeugverleih im Umfeld des Campingplatzes (z. B. Fahrrad, Roller, Auto)	51	41	55	53
Mietbäder	51	37	57	53

Basis: 1 Campingplatz (n = 290), 2-3 Campingplätze (n = 618), 4 und mehr Campingplätze (n = 176); Angaben in % der Befragten; Top-2-Box auf einer Skala von „0 = überhaupt nicht wichtig“ bis „4 = sehr wichtig“; graue Schrift: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test nicht signifikant ($p \geq 0,05$).

Frage: „Wie wichtig sind für Sie die folgenden Aspekte bei der Auswahl eines Campingplatzes für Ihre Campingreisen?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl

Relevanz einzelner Ausstattungsmerkmale / Leistungen (Top-2-Box) – nach Verweildauer je Campingplatz I

	Gesamt	1-2 Nächte	3-4 Nächte	5-8 Nächte	mehr als 8 Nächte
Sanitäreinrichtungen	82	82	80	84	79
Naturnahe Lage des Campingplatzes	79	76	80	80	76
Kosten für Standplatz und reisende Personen	75	72	76	76	74
Badmöglichkeiten im See, Meer oder Fluss	74	67	70	79	78
Internetverbindung, W-LAN	73	75	70	74	74
Einkaufsmöglichkeiten im Umfeld des Campingplatzes	73	68	74	76	70
An- und Abreisezeiten	71	73	68	77	64
Parkmöglichkeiten am Standplatz	71	67	69	76	72
Ver- und Entsorgungsstationen für Campingfahrzeuge	71	72	72	70	66
Möglichkeit zur Online-Reservierung bzw. -Buchung des Campingplatzes	69	67	64	73	74
Stornierungsbedingungen	68	64	68	72	63
Einkaufsmöglichkeiten für Lebensmittel auf dem Campingplatz	68	57	71	70	68
Gastronomisches Angebot im Umfeld des Campingplatzes	67	58	66	71	70
Parzellierung der Standplätze	66	54	63	74	72
Lage in der Nähe zu Sehenswürdigkeiten, Attraktionen	64	55	62	71	66

Basis: 1-2 Nächte (n = 195), 3-4 Nächte (n = 376), 5-8 Nächte (n = 334), mehr als 8 Nächte (n = 179); Angaben in % der Befragten; Top-2-Box auf einer Skala von „0 = überhaupt nicht wichtig“ bis „4 = sehr wichtig“; graue Schrift: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test nicht signifikant ($p \geq 0,05$).

Frage: „Wie wichtig sind für Sie die folgenden Aspekte bei der Auswahl eines Campingplatzes für Ihre Campingreisen?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl

Relevanz einzelner Ausstattungsmerkmale / Leistungen (Top-2-Box) – nach Verweildauer je Campingplatz II

	Gesamt	1-2 Nächte	3-4 Nächte	5-8 Nächte	mehr als 8 Nächte
Gastronomisches Angebot auf dem Campingplatz	64	58	63	68	64
Verkehrsgünstige Lage des Campingplatzes	64	62	62	70	57
Möglichkeiten zum Kochen	63	55	62	69	65
Möglichkeit zur Online-Zahlung des Campingplatzes	62	63	59	64	63
Sterneklassifizierung des Campingplatzes	61	46	62	70	62
Nachhaltige Ausrichtung des Campingplatzes (z. B. Nachhaltigkeitszertifizierung)	61	53	61	67	59
Mitnahmemöglichkeit von Haustieren	60	56	58	60	69
Angebot von vielen Standplätzen, großer Campingplatz	60	49	56	66	68
Freizeitangebote für Erwachsene (z. B. Sportmöglichkeiten, Wellness, Veranstaltungen)	58	47	58	66	52
Freizeitangebot für Kinder (z. B. Spielplätze, Animation)	57	38	59	63	63
Schwimmbad / Pool	55	36	58	61	61
Mietunterkünfte auf dem Campingplatz (z. B. Mobilheime, Zelte, Hütten)	53	36	55	59	59
Ladeinfrastruktur für E-Mobilität	52	37	53	58	51
Fahrzeugverleih im Umfeld des Campingplatzes (z. B. Fahrrad, Roller, Auto)	51	37	51	59	51
Mietbäder	51	41	49	58	54

Basis: 1-2 Nächte (n = 195), 3-4 Nächte (n = 376), 5-8 Nächte (n = 334), mehr als 8 Nächte (n = 179); Angaben in % der Befragten; Top-2-Box auf einer Skala von „0 = überhaupt nicht wichtig“ bis „4 = sehr wichtig“; graue Schrift: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test nicht signifikant ($p \geq 0,05$).

Frage: „Wie wichtig sind für Sie die folgenden Aspekte bei der Auswahl eines Campingplatzes für Ihre Campingreisen?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Inhaltsverzeichnis

- ▶ Inhalte und Methodik der Studie
 - ▶ Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung
 - ▶ Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl
 - ▶ Inspiration und Information bei der Campingplatzwahl**
 - ▶ Interesse an digitalen Services entlang der Customer Journey
 - ▶ Soziodemografische Angaben
 - ▶ Kontakt und Impressum
-

Der Ergebnisdarstellung in den einzelnen Abschnitten ist jeweils eine schriftliche Zusammenfassungen vorangestellt.

Inspiration und Information bei der Campingplatzwahl

Zusammenfassung der Ergebnisse I

Gespräche mit Verwandten oder Bekannten sind der wichtigste nicht-digitale Inspirationsgeber bei der Campingplatzsuche

- » In der Studie wurde für **neun Offline- sowie für 13 Online-Kommunikationswege** erfragt, inwiefern diese bei der **Suche und Auswahl eines Campingplatzes** zu Zwecken der Inspiration sowie zur Information über einen konkreten Platz herangezogen werden. Unter den Offline-Wegen der Kommunikation sind **Gespräche mit Verwandten, Bekannten oder Freunden** die mit Abstand wichtigste Inspirationsquelle – 31% der befragten Camper nutzen diese Gespräche. Es folgen Campingführer / -zeitschriften (gedruckt) (20%) sowie die direkte Information beim Campingplatz (persönlich, telefonisch, per Email) (18%). Selbige drei werden unter den Offline-Kommunikationswegen auch am häufigsten für die Informationsgewinnung über einen konkreten Campingplatz eingesetzt, wobei auf den Campingführer (13%) etwas seltener als auf die anderen beiden Informationsquellen (jeweils 20%) zurückgegriffen wird.

Wichtigste Inspirations- sowie auch Informationskanäle im Online-Bereich sind Suchmaschinen und Websites von Campingplätzen

- » Wichtigste Inspirationsmedien im Online-Bereich sind **Suchmaschinen** (34%) sowie **Websites von Campingplätzen** (31%). Beide kommen auch zu Informationszwecken mit Abstand am häufigsten zum Einsatz (28 bzw. 29%). Weitere Kommunikationswege, die von mindestens jedem fünften Camper zu Zwecken der Inspiration eingesetzt werden, sind die Websites von Reisezielen (25%), Websites und Social-Media-Auftritte von Online-Campingportalen (jeweils 22%) sowie Social-Media-Auftritte von Campingplätzen (21%).

Die meisten Online-Medien weisen höhere Nutzungsraten auf als typische nicht-digitale Kommunikationswege

- » In der Gesamtschau aller Kommunikationswege zeigt sich, dass die meisten **Online-Medien sowohl bei der Inspiration als auch bei der Information auf höhere Nutzungsraten** kommen als typische Offline-Instrumente wie Prospekte, Reportagen oder persönliche Beratungen. Mit Ausnahme der direkten Information beim Campingplatz werden alle Kommunikationswege zudem häufiger zu Inspirations- als zu Informationszwecken eingesetzt.

Signifikante Zusammenhänge zur Planung von Campingplatzbesuchen zeigen sich vor allem bei der Inspiration über Online-Medien: viele Kommunikationswege werden von Unterwegs-Planern häufiger genutzt

- » Bei den Offline-Kommunikationswegen zeigen sich kaum signifikante Zusammenhänge zur **Planung von Campingplatzbesuchen** (Auswahl von Campingplätzen nur im Vorfeld der Reise oder (auch) von unterwegs), ebenso bei der Information über Online-Medien. Lediglich die Websites und Apps von Online-Campingportalen sowie Reiseblogs werden von Campern, die ihre Campingplatzbesuche (auch) von unterwegs planen, signifikant häufiger genutzt. In Bezug auf die **Inspiration zeigen sich für zahlreiche Online-Medien signifikante Zusammenhänge**: in allen Fällen werden die **Medien deutlich häufiger von Campern eingesetzt, die ihre Reise (auch) von unterwegs planen**, als von solchen Campern, die alle Campingplätze im Vorfeld der Reise aussuchen. Am höchsten fällt die Differenz dabei bei der Nutzung von Karten von Online-Kartendiensten aus (25% Nutzung von Campern mit Unterwegs-Planung, 14% von Campern mit Planung vor Reisebeginn).

Inspiration und Information bei der Campingplatzwahl

Zusammenfassung der Ergebnisse II

ADAC Camping- und Stellplatzführer unter den abgefragten Anwendungen die bekannteste und meistgenutzte

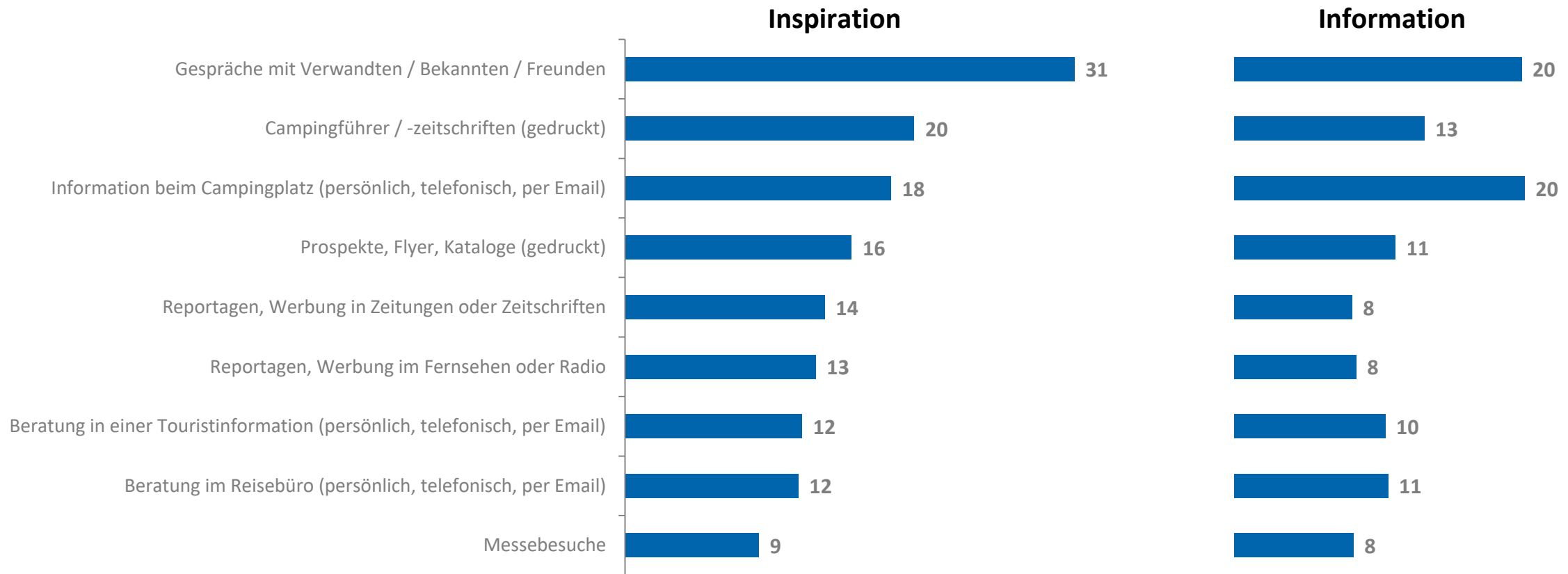
- » Nach der **Bekanntheit und Nutzung von elf konkreten Online-Campingportalen bzw. Camping-Apps** gefragt, zeigt sich die höchste Bekanntheit für das Portal / die App **ADAC Camping- und Stellplatzführer**: 48% der befragten Camper ist die Anwendung bekannt, 37% nutzen sie zumindest gelegentlich. Unter denjenigen Campern, denen der ADAC Camping- und Stellplatzführer bekannt ist, nutzt ihn mehr als jeder Dritte (77% Nutzungsanteil).
- » In der Bekanntheit folgen mit deutlichem Abstand Camping.info (28%), Campings, Stellplatzführer.de (jeweils 23%), park4night (22%) und Campingdirect (21%). Die Nutzungsanteile dieser und der weiteren abgefragten Anwendungen (Allcamps, Freeontour, Promobil Stellplatz-Radar, ACSI Eurocampings und PINCAMP) liegen jeweils zwischen 50 und 60%.

Bekanntheit unter Campern mit Unterwegs-Planung bei einigen Anwendungen signifikant höher

- » Für die Portale bzw. Apps ADAC Camping- und Stellplatzführer, Stellplatzführer.de, park4night, Promobil Stellplatz-Radar und ACSI Eurocampings zeigen sich signifikante Zusammenhänge zur Art der Planung von Campingplatzbesuchen. In allen Fällen liegt der **Bekanntheitsgrad der Anwendungen unter denjenigen Campern, die ihre Campingplatzbesuche ausschließlich oder auch von unterwegs planen, signifikant höher** als unter denjenigen Campern, die ihre Aufenthalte ausschließlich vor der Reise planen. Selbiges gilt mit Ausnahme von Stellplatzführer.de (nicht signifikant) auch für den Nutzungsgrad der Anwendungen. Im Fall von park4night, Promobil Stellplatz-Radar und ACSI Eurocampings weisen die Camper mit Unterwegs-Planung zum Teil deutlich höhere Nutzungsanteile auf.

Inspiration und Information bei der Campingplatzwahl

Offline-Kommunikationswege



Basis: Alle Befragte (n = 1.084); Angaben in % der Befragten; Mehrfachantwortmöglichkeit.

Frage: „Durch welche der folgenden Medien lassen Sie sich bei Ihrer Suche nach einem Campingplatz inspirieren?“ / „Wenn Sie bei Ihrer Suche auf einen interessanten Campingplatz gestoßen sind, über welche der folgenden Medien informieren Sie sich konkret über diesen einen Platz?“

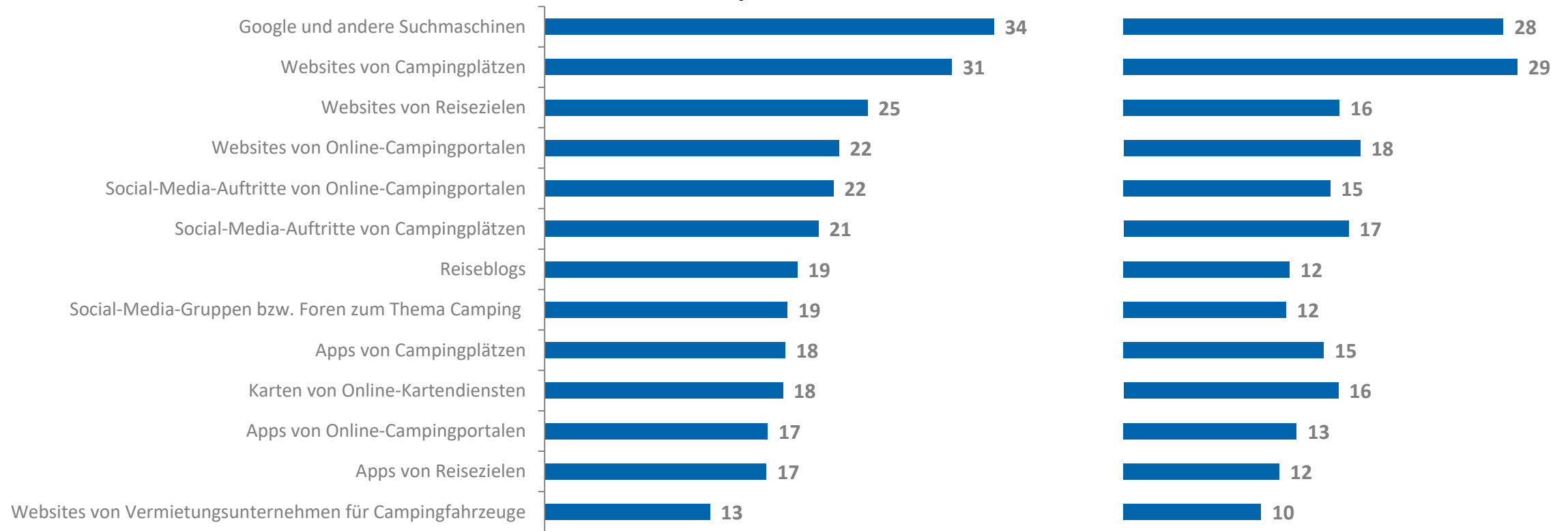
Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Inspiration und Information bei der Campingplatzwahl

Online-Kommunikationswege

Inspiration

Information

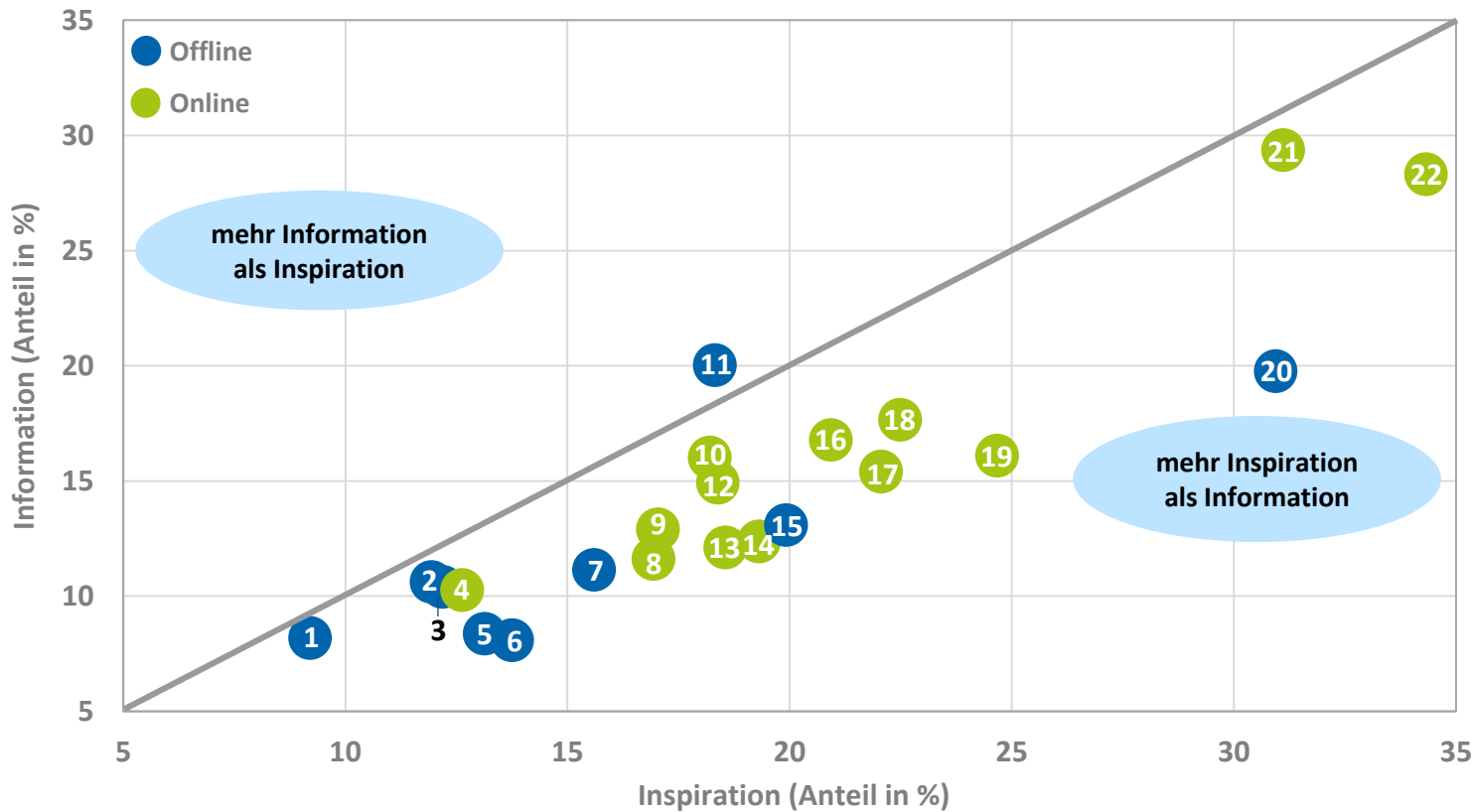


Basis: Alle Befragte (n = 1.084); Angaben in % der Befragten; Mehrfachantwortmöglichkeit.

Frage: „Durch welche der folgenden Medien lassen Sie sich bei Ihrer Suche nach einem Campingplatz inspirieren?“ / „Wenn Sie bei Ihrer Suche auf einen interessanten Campingplatz gestoßen sind, über welche der folgenden Medien informieren Sie sich konkret über diesen einen Platz?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Inspiration und Information bei der Campingplatzwahl Offline- und Online-Kommunikationswege



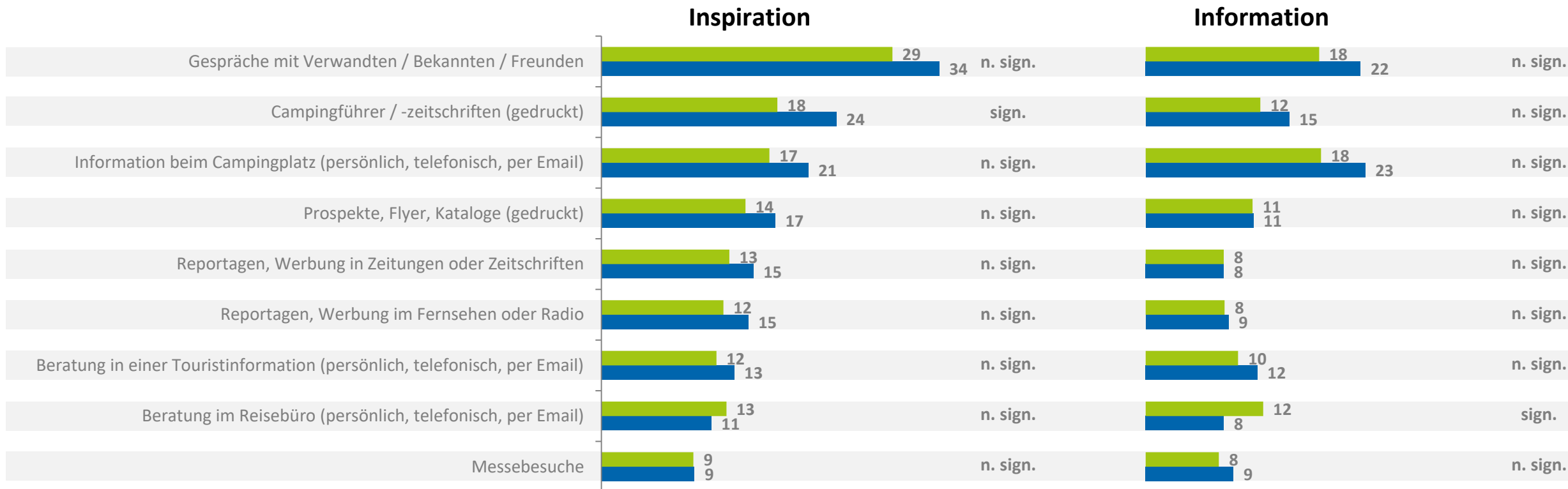
- 1 Messebesuche
- 2 Beratung im Reisebüro
- 3 Beratung in einer Tourist-information
- 4 Websites von Vermietungsunternehmen für Campingfahrzeuge
- 5 Reportagen, Werbung im Fernsehen oder Radio
- 6 Reportagen, Werbung in Zeitungen oder Zeitschriften
- 7 Prospekte, Flyer, Kataloge (gedruckt)
- 8 Apps von Reisezielen
- 9 Apps von Online-Campingportalen
- 10 Karten von Online-Kartendiensten
- 11 Information beim Campingplatz
- 12 Apps von Campingplätzen
- 13 Social-Media-Gruppen bzw. Foren zum Thema Camping
- 14 Reiseblogs
- 15 Campingführer / -zeitschriften (gedruckt)
- 16 Social-Media-Auftritte von Campingplätzen
- 17 Social-Media-Auftritte von Campingportalen
- 18 Websites von Online-Campingportalen
- 19 Websites von Reisezielen
- 20 Gespräche mit Verwandten / Bekannten / Freunden
- 21 Websites von Campingplätzen
- 22 Google und andere Suchmaschinen

Basis: Alle Befragte (n = 1.084); Angaben in % der Befragten; Mehrfachantwortmöglichkeit.

Frage: „Durch welche der folgenden Medien lassen Sie sich bei Ihrer Suche nach einem Campingplatz inspirieren?“ / „Wenn Sie bei Ihrer Suche auf einen interessanten Campingplatz gestoßen sind, über welche der folgenden Medien informieren Sie sich konkret über diesen einen Platz?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Inspiration und Information bei der Campingplatzwahl Offline-Kommunikationswege – nach Planung Campingplatzbesuche

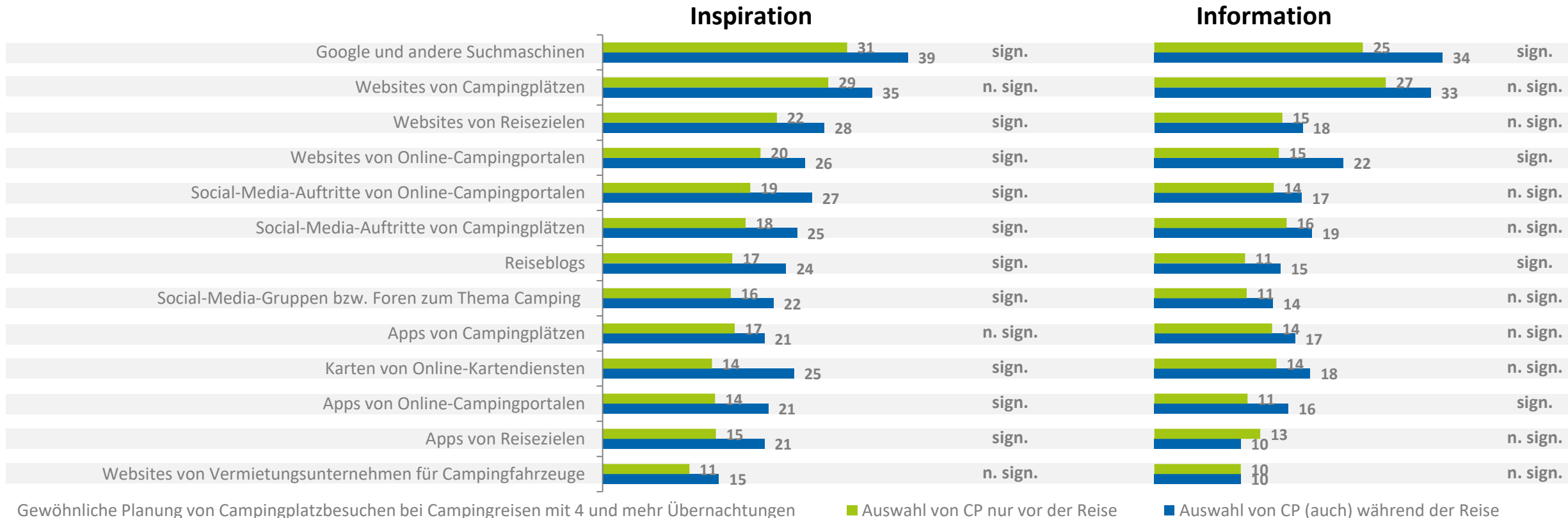


Gewöhnliche Planung von Campingplatzbesuchen bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen ■ Auswahl von CP nur vor der Reise ■ Auswahl von CP (auch) während der Reise

Basis: Auswahl von CP nur vor der Reise (n = 655), Auswahl von CP (auch) während der Reise (n = 429); Angaben in % der Befragten; Mehrfachantwortmöglichkeit; sign.: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test signifikant (p = max. 0,033), n. sign.: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test nicht signifikant (p ≥ 0,05). Frage: „Durch welche der folgenden Medien lassen Sie sich bei Ihrer Suche nach einem Campingplatz inspirieren?“/ „Wenn Sie bei Ihrer Suche auf einen interessanten Campingplatz gestoßen sind, über welche der folgenden Medien informieren Sie sich konkret über diesen einen Platz?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Inspiration und Information bei der Campingplatzwahl *Online-Kommunikationswege – nach Planung Campingplatzbesuche*



Basis: Auswahl von CP nur vor der Reise (n = 655), Auswahl von CP (auch) während der Reise (n = 429); Angaben in % der Befragten; Mehrfachantwortmöglichkeit; sign.: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test signifikant (p = max. 0,040), n. sign.: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test nicht signifikant (p ≥ 0,05). Frage: „Durch welche der folgenden Medien lassen Sie sich bei Ihrer Suche nach einem Campingplatz inspirieren?“/ „Wenn Sie bei Ihrer Suche auf einen interessanten Campingplatz gestoßen sind, über welche der folgenden Medien informieren Sie sich konkret über diesen einen Platz?“
Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Inspiration und Information bei der Campingplatzwahl

Campingportale bzw. -apps

	Bekanntheit unter allen Befragten	Nutzung unter allen Befragten	Nutzungsanteil unter Befragten, denen Anwendung bekannt ist
ADAC Camping- und Stellplatzführer	48	37	77%
Camping.info	28	15	55%
Campings	23	14	60%
Stellplatzführer.de	23	12	53%
park4night	22	13	59%
Campingdirect	21	10	50%
Allcamps	19	9	50%
Freeontour	16	8	52%
Promobil Stellplatz-Radar	14	8	58%
ACSI Eurocampings	13	7	56%
PINCAMP	11	6	51%
Nichts davon	8	6	

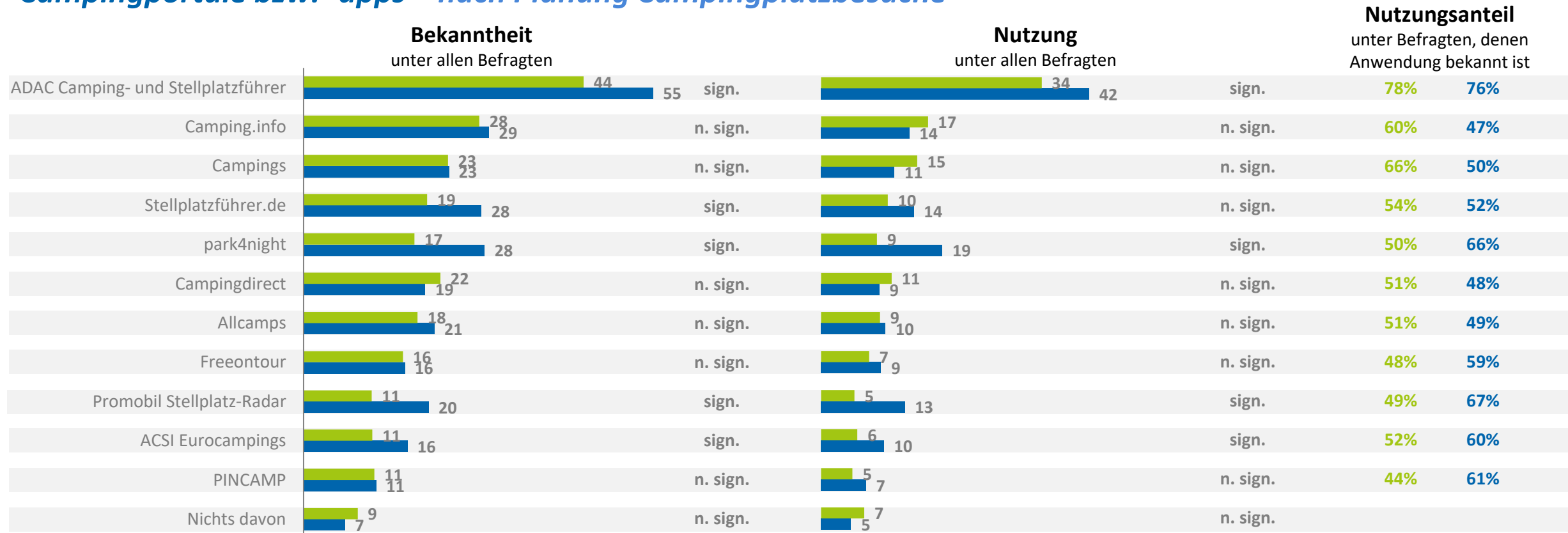
Basis: Alle Befragte (n = 1.084); Angaben in % der Befragten; Mehrfachantwortmöglichkeit; Nutzungsanteil = Nutzung / Bekanntheit; Abweichungen aus den Einzelwerten sind rundungsbedingt.

Frage: „Welche der folgenden Online-Campingportale bzw. Camping-Apps kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?“ / „Welche der folgenden Online-Campingportale bzw. Camping-Apps nutzen Sie, wenn auch nur gelegentlich?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Inspiration und Information bei der Campingplatzwahl

Campingportale bzw. -apps – nach Planung Campingplatzbesuche



Gewöhnliche Planung von Campingplatzbesuchen bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen ■ Auswahl von CP nur vor der Reise ■ Auswahl von CP (auch) während der Reise

Basis: Auswahl von CP nur vor der Reise (n = 655), Auswahl von CP (auch) während der Reise (n = 429); Angaben in % der Befragten; Mehrfachantwortmöglichkeit; Nutzungsanteil = Nutzung / Bekanntheit; Abweichungen aus den Einzelwerten sind rundungsbedingt; sign.: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test signifikant (p = max. 0,028), n. sign.: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test nicht signifikant (p ≥ 0,05). Frage: „Welche der folgenden Online-Camping-portale bzw. Camping-Apps kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?“ / „Welche der folgenden Online-Campingportale bzw. Camping-Apps nutzen Sie, wenn auch nur gelegentlich?“ Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Inhaltsverzeichnis

- ▶ Inhalte und Methodik der Studie
 - ▶ Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung
 - ▶ Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl
 - ▶ Inspiration und Information bei der Campingplatzwahl
 - ▶ **Interesse an digitalen Services entlang der Customer Journey**
 - ▶ Soziodemografische Angaben
 - ▶ Kontakt und Impressum
-

Der Ergebnisdarstellung in den einzelnen Abschnitten ist jeweils eine schriftliche Zusammenfassungen vorangestellt.

Interesse an digitalen Services entlang der Customer Journey

Zusammenfassung der Ergebnisse

Unterstützende Services bei der Auswahl eines Campingplatzes sind für alle Camper, die nicht immer denselben Platz besuchen, nahezu gleichermaßen von Interesse

- » Im Kontext der Auswahl und der Reservierung bzw. Buchung eines Campingplatzes sowie dem Aufenthalt auf dem Platz wurde das Interesse der Campingreisenden an verschiedenen digitalen Services erfragt. Im Zusammenhang mit der **Auswahl eines Campingplatzes** interessieren sich 70% der befragten Camper (Top-2-Box auf einer Skala von 0 = „interessiert mich überhaupt nicht“ bis 4 = „interessiert mich sehr“) für digitale Übersichten über die Standplatzkapazitäten und -verfügbarkeiten auf den Websites von Campingplätzen. Ein signifikanter Zusammenhang zur Art der Planung von Campingplatzbesuchen (Platzauswahl nur im Vorfeld der Reise oder (auch) von unterwegs) zeigt sich nicht.
- » Digitale Empfehlungssysteme, die die Suche nach freien Campingplätzen erleichtern und Alternativen für Ausweichplätze aussprechen, sind unter den Campern, die in der Regel immer denselben Campingplatz besuchen, nur für jeden zweiten von Interesse. Unter den verbleibenden Campern haben zwischen 67 und 72% großes bis sehr großes Interesse an diesem Angebot.

Das Interesse an einer Online-Buchungsmöglichkeit über die Websites von Campingplätzen ist leicht höher als über Campingportale; Buchungsmöglichkeit konkreter Parzellen gewünscht

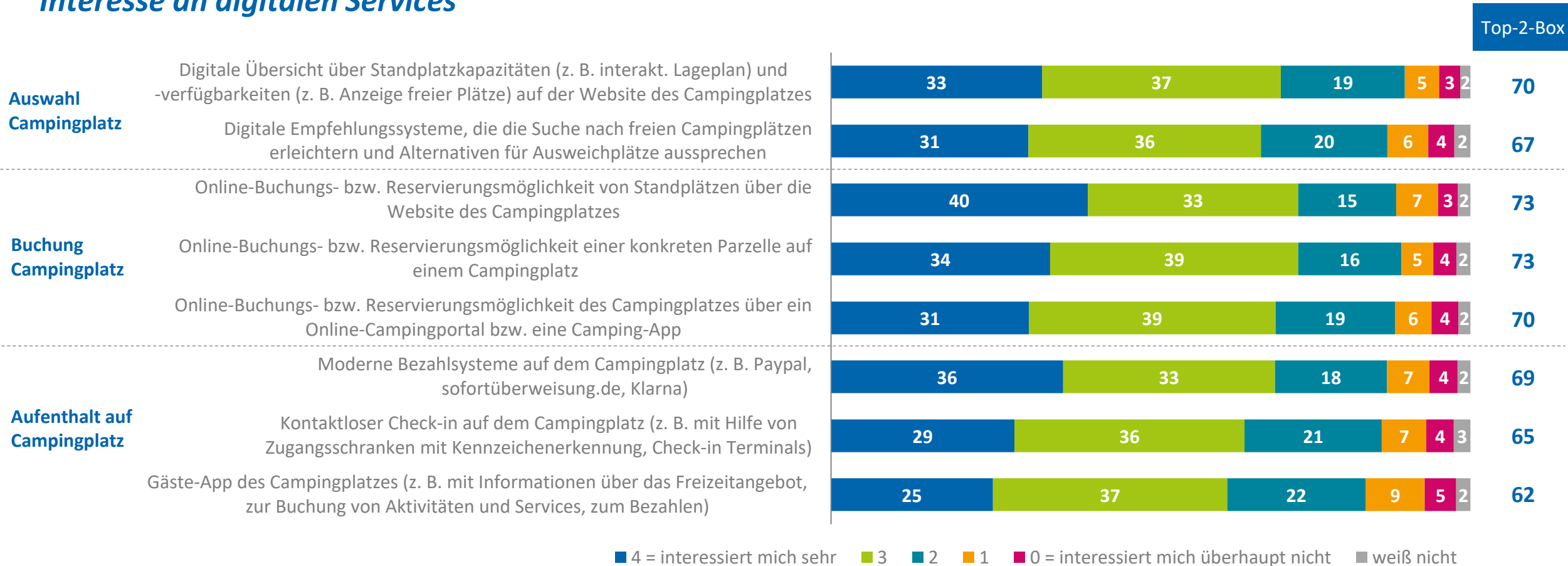
- » In Bezug auf die **Buchung / Reservierung eines konkreten Campingplatzes** ist erwartungsgemäß das Interesse bei Campingreisenden, die für gewöhnlich immer denselben Campingplatz besuchen, am geringsten. Unter den anderen Campern ist das Interesse an einer Online-Buchungs- bzw. Reservierungsmöglichkeit von Standplätzen über die Websites von Campingplätzen jeweils etwas größer als über Online-Campingportale oder Camping-Apps. Für etwa um die 75% der Befragten kann im besten Fall im Zuge der Online-Buchungs- bzw. Reservierungsmöglichkeit eine konkrete Parzelle auf dem Campingplatz ausgewählt werden.

Unter den abgefragten Services während des Aufenthaltes auf dem Campingplatz besteht das größte Interesse an modernen Bezahlssystemen

- » **Auf dem Campingplatz** selbst besteht im Durchschnitt aller Camper das höchste Interesse an modernen Bezahlssystemen – 69% der Camper haben hieran (sehr) großes Interesse. Das höchste Interesse besteht dabei unter Campern, die alle Campingplätze vor der Reise auswählen (75%). 65% aller Campingreisenden interessieren sich (sehr) für die Möglichkeit zum kontaktlosen Check-in auf dem Campingplatz (z. B. mit Hilfe von Zugangsschranken mit Kennzeichenerkennung, Check-in Terminals) – ein signifikanter Zusammenhang zur Planung der Campingplatzbesuche besteht nicht. Am wenigsten Interesse in diesem Bereich besteht – unabhängig von der Art der Planung von Campingplatzbesuchen – an Gäste-Apps von Campingplätzen (z. B. mit Informationen über das Freizeitangebot, zur Buchung von Aktivitäten und Services, zum Bezahlen) – wenngleich z. B. unter den Campern mit Auswahl aller Plätze vor Reisebeginn immer noch zwei von drei Campern an einem solchen Angebot interessiert sind.

Interesse an digitalen Services entlang der Customer Journey

Interesse an digitalen Services



Basis: Alle Befragte (n = 1.084); Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

Frage: „Bitte geben Sie an, inwiefern Sie Interesse an den folgenden Angeboten / Leistungen haben.“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Interesse an digitalen Services entlang der Customer Journey

Interesse an digitalen Services (Top-2-Box) – nach Planung Campingplatzbesuche



Gewöhnliche Planung von Campingplatzbesuchen bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen

■ immer Besuch desselben CP ■ Auswahl aller CP vor der Reise ■ Auswahl der CP teils vor, teils während der Reise ■ keine Auswahl von CP vor der Reise, nichts davon

Basis: immer Besuch desselben CP (n = 188), Auswahl aller CP vor der Reise (n = 466), Auswahl der CP teils vor, teils während der Reise (n = 248), keine Auswahl von CP vor der Reise, nichts davon (n = 182); Angaben in % der Befragten; Top-2-Box auf einer Skala von „0 = interessiert mich überhaupt nicht“ bis „4 = interessiert mich sehr“; sign.: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test signifikant (p = max. 0,041), n. sign.: Zusammenhang der Merkmale und somit Unterschiede in den Ergebnissen gemäß Chi-Quadrat-Test nicht signifikant (p ≥ 0,05). Frage: „Bitte geben Sie an, inwiefern Sie Interesse an den folgenden Angeboten / Leistungen haben.“ Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

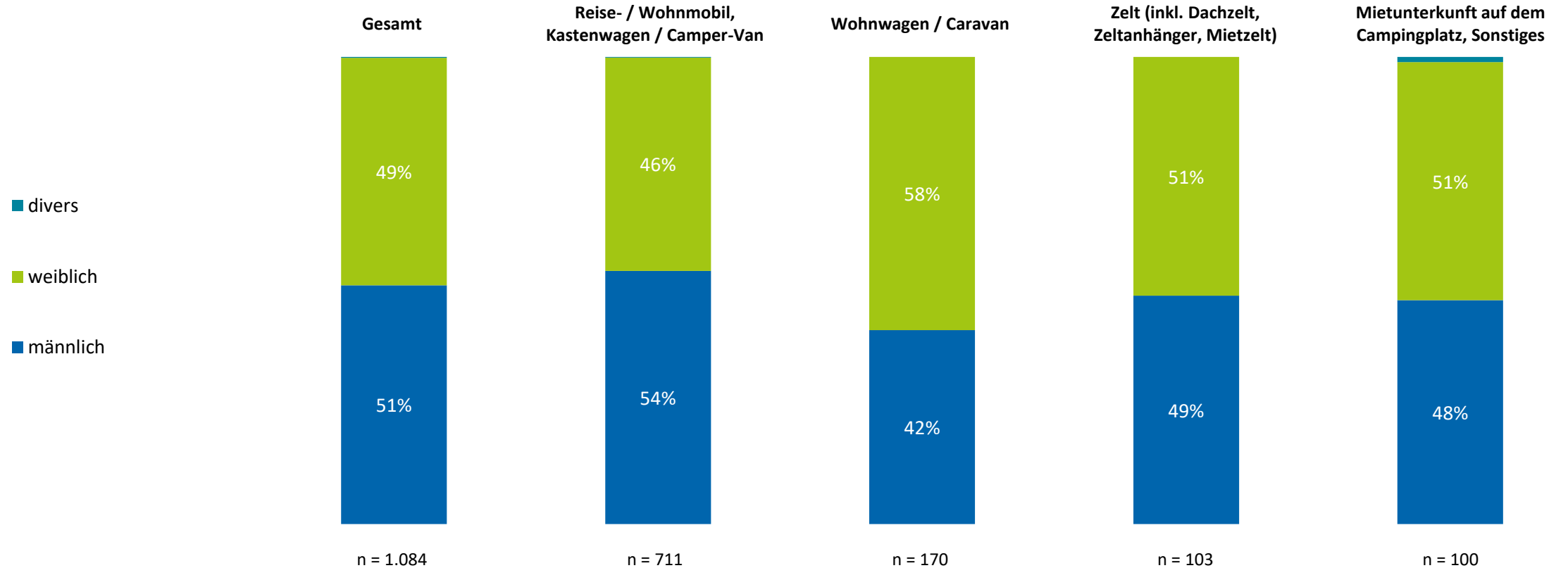
Inhaltsverzeichnis

- ▶ Inhalte und Methodik der Studie
 - ▶ Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung
 - ▶ Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl
 - ▶ Inspiration und Information bei der Campingplatzwahl
 - ▶ Interesse an digitalen Services entlang der Customer Journey
 - ▶ **Soziodemografische Angaben**
 - ▶ Kontakt und Impressum
-

Der Ergebnisdarstellung in den einzelnen Abschnitten ist jeweils eine schriftliche Zusammenfassungen vorangestellt.

Soziodemografische Angaben Geschlecht – nach Unterkunftsform

Gewöhnlich gewählte Unterkunftsform bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen



Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

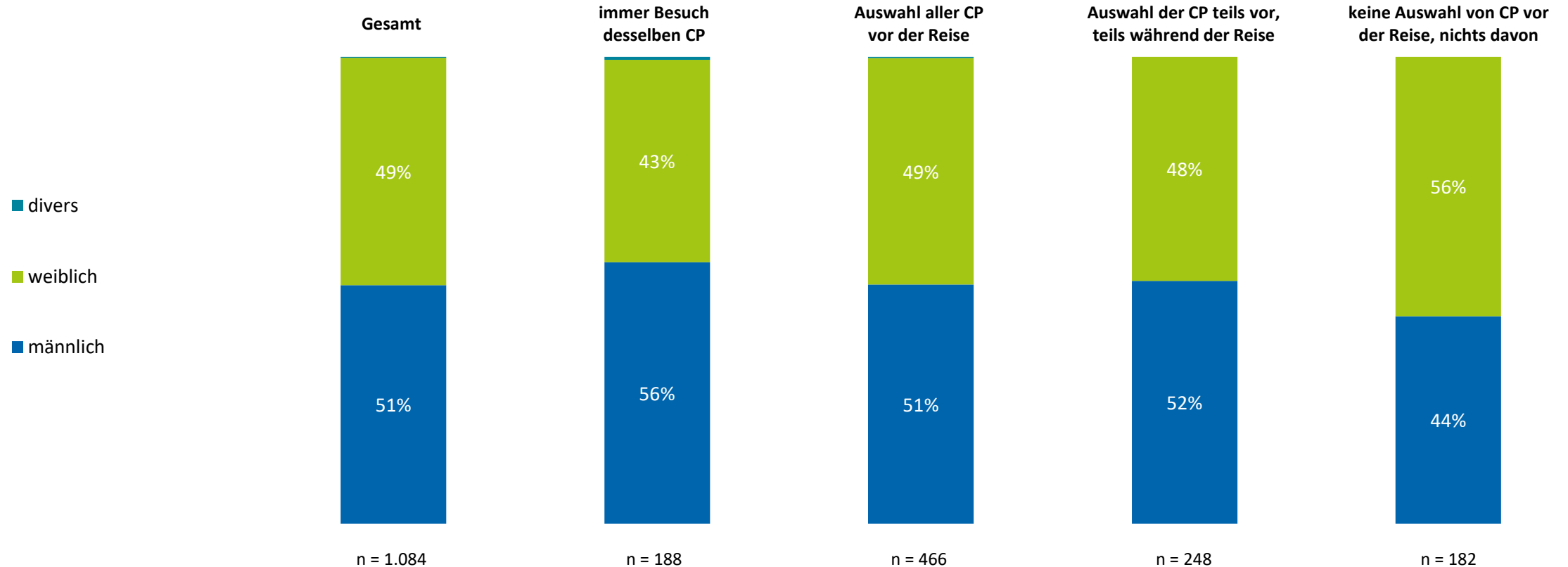
Frage: „Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Soziodemografische Angaben

Geschlecht – nach Planung Campingplatzbesuche

Gewöhnliche Planung von Campingplatzbesuchen bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen



Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

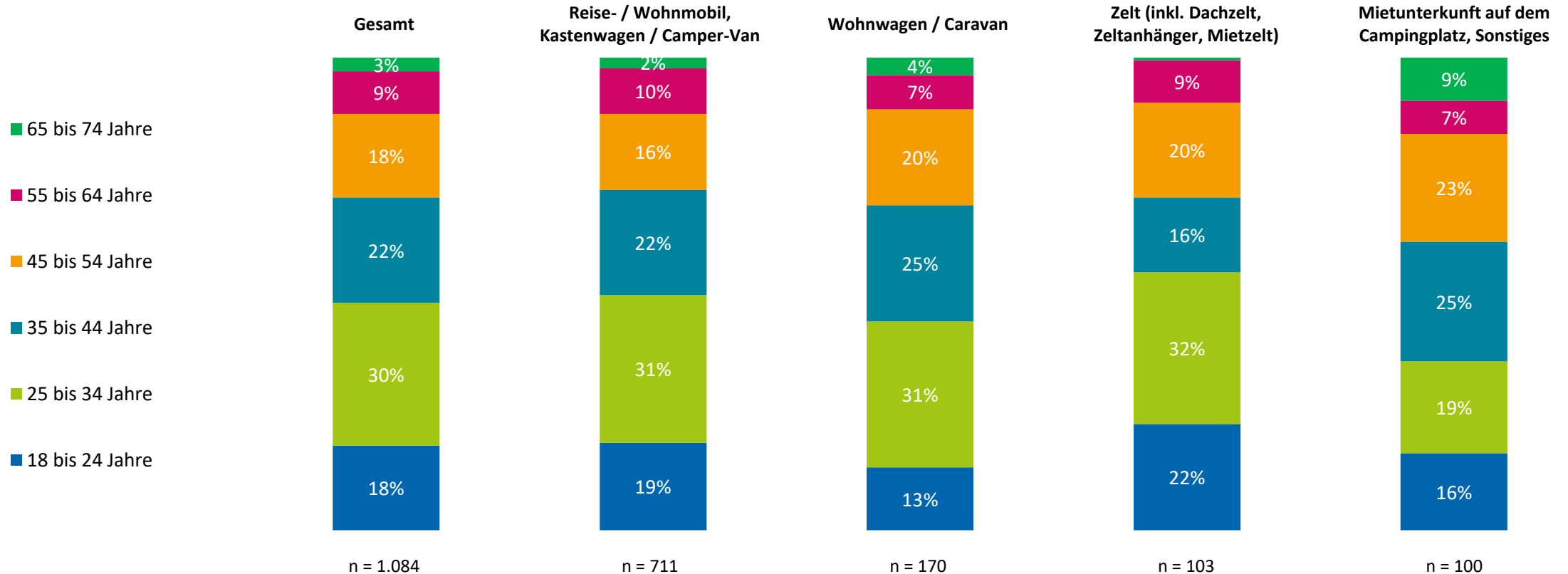
Frage: „Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Soziodemografische Angaben

Alter – nach Unterkunftsform

Gewöhnlich gewählte Unterkunftsform bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen



Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

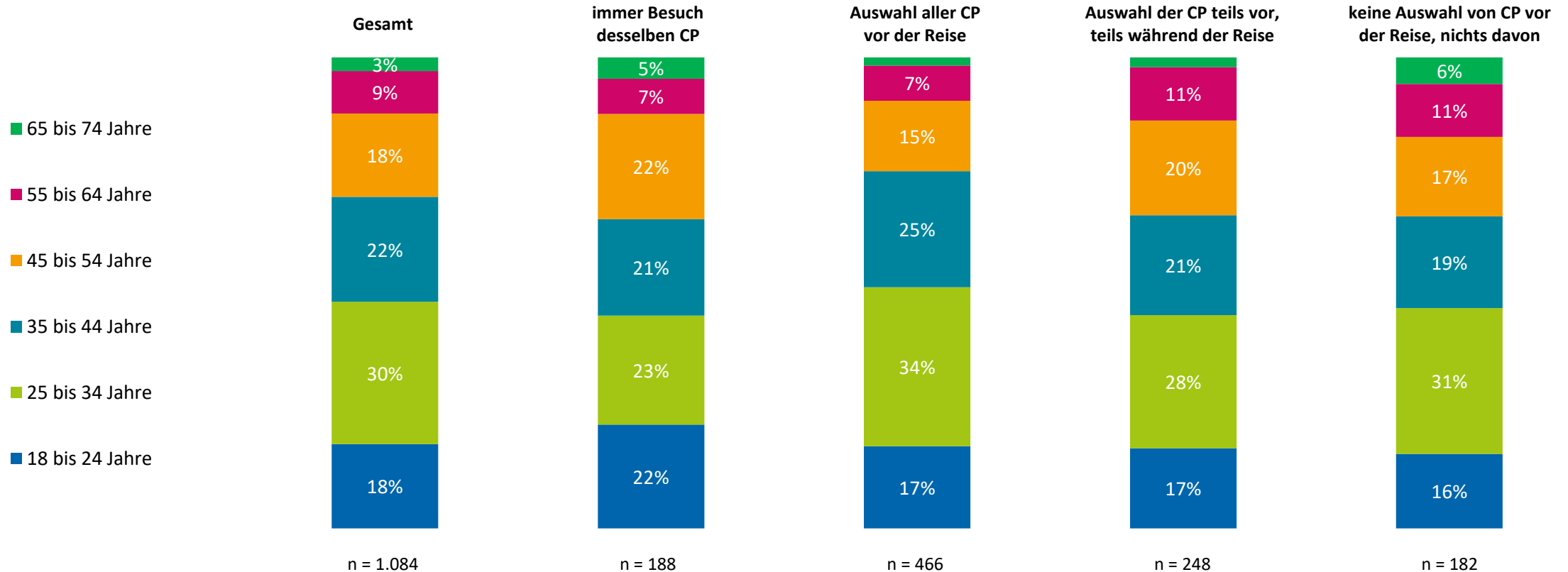
Frage: „Wie alt sind Sie?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Soziodemografische Angaben

Alter – nach Planung Campingplatzbesuche

Gewöhnliche Planung von Campingplatzbesuchen bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen



Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

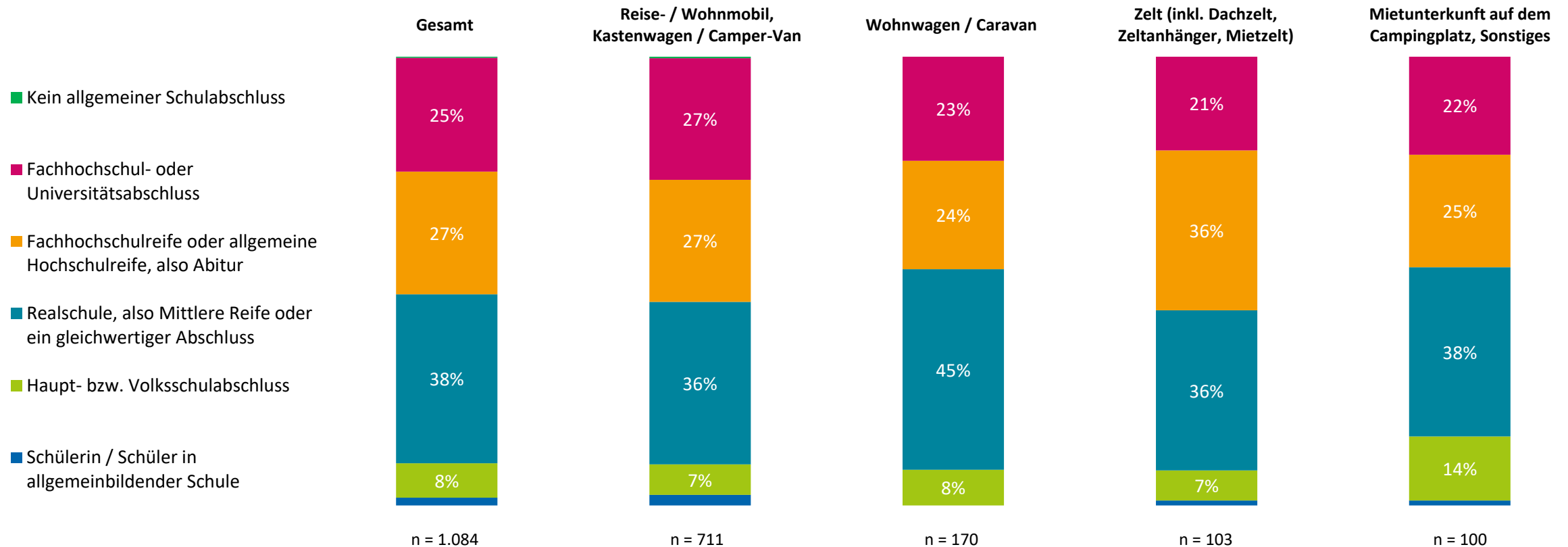
Frage: „Wie alt sind Sie?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Soziodemografische Angaben

Höchster Bildungsabschluss – nach Unterkunftsform

Gewöhnlich gewählte Unterkunftsform bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen



Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

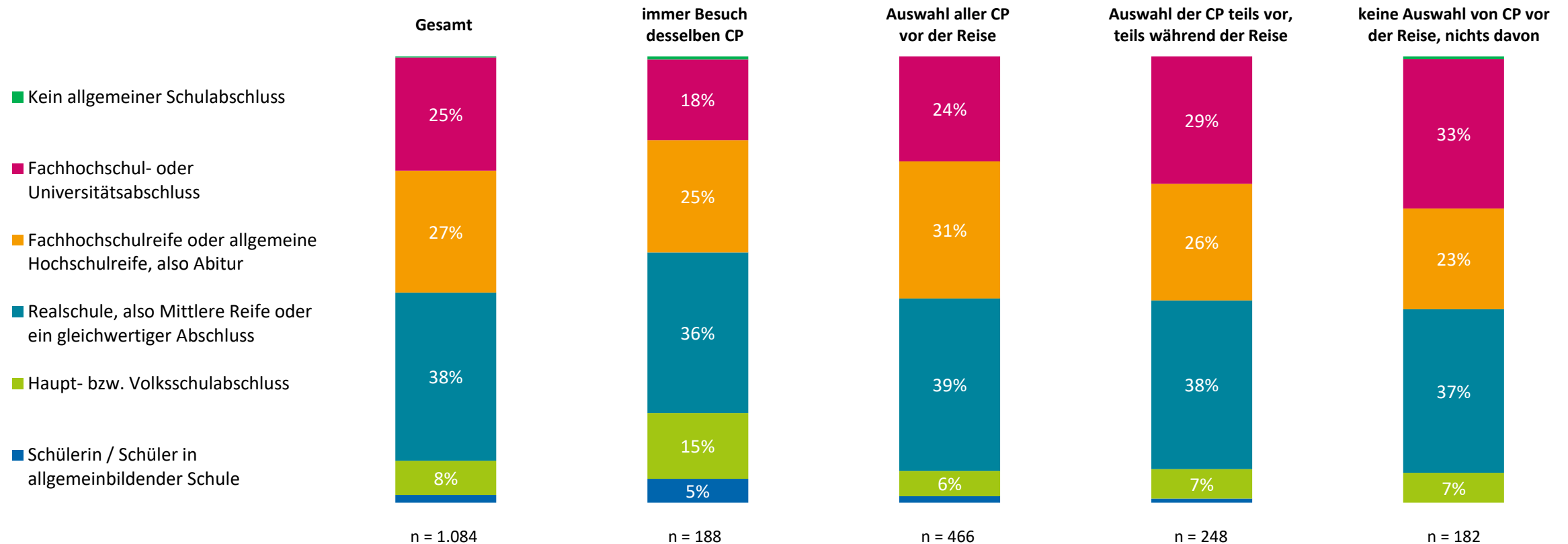
Frage: „Welches ist Ihr höchster Bildungsabschluss?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Soziodemografische Angaben

Höchster Bildungsabschluss – nach Planung Campingplatzbesuche

Gewöhnliche Planung von Campingplatzbesuchen bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen



Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

Frage: „Welches ist Ihr höchster Bildungsabschluss?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Soziodemografische Angaben

Herkunft – nach Unterkunftsform

Gewöhnlich gewählte Unterkunftsform bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen

	Gesamt	Reise- / Wohnmobil, Kastenwagen / Camper-Van	Wohnwagen / Caravan	Zelt (inkl. Dachzelt, Zeltanhänger, Mietzelt)	Mietunterkunft auf dem Campingplatz, Sonstiges
Baden-Württemberg	15%	13%	18%	14%	19%
Bayern	13%	12%	15%	11%	23%
Berlin	7%	7%	7%	11%	1%
Brandenburg	2%	3%	1%	2%	2%
Bremen	1%	1%	0%	1%	1%
Hamburg	3%	3%	1%	4%	3%
Hessen	8%	8%	9%	10%	5%
Mecklenburg-Vorpommern	1%	1%	1%	1%	1%
Niedersachsen	9%	9%	9%	7%	9%
Nordrhein-Westfalen	22%	22%	20%	25%	19%
Rheinland-Pfalz	5%	5%	5%	4%	3%
Saarland	1%	2%	1%	1%	1%
Sachsen	5%	5%	5%	4%	7%
Sachsen-Anhalt	3%	3%	1%	1%	2%
Schleswig-Holstein	4%	4%	6%	3%	1%
Thüringen	2%	2%	2%	2%	4%
	n = 1.084	n = 711	n = 170	n = 103	n = 100

Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

Frage: „Bitte geben Sie Ihren Hauptwohnsitz an.“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Soziodemografische Angaben

Herkunft – nach Planung Campingplatzbesuche

Gewöhnliche Planung von Campingplatzbesuchen bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen

	Gesamt	immer Besuch desselben CP	Auswahl aller CP vor der Reise	Auswahl der CP teils vor, teils während der Reise	keine Auswahl von CP vor der Reise, nichts davon
Baden-Württemberg	15%	14%	15%	13%	17%
Bayern	13%	15%	15%	12%	10%
Berlin	7%	6%	6%	6%	11%
Brandenburg	2%	2%	1%	3%	3%
Bremen	1%	1%	1%	0%	2%
Hamburg	3%	1%	3%	3%	2%
Hessen	8%	10%	7%	9%	7%
Mecklenburg-Vorpommern	1%	1%	1%	3%	1%
Niedersachsen	9%	9%	10%	6%	10%
Nordrhein-Westfalen	22%	26%	20%	23%	20%
Rheinland-Pfalz	5%	5%	4%	5%	4%
Saarland	1%	1%	2%	1%	3%
Sachsen	5%	2%	7%	5%	3%
Sachsen-Anhalt	3%	2%	2%	1%	2%
Schleswig-Holstein	4%	3%	4%	5%	2%
Thüringen	2%	2%	2%	3%	3%
	n = 1.084	n = 188	n = 466	n = 248	n = 182

Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

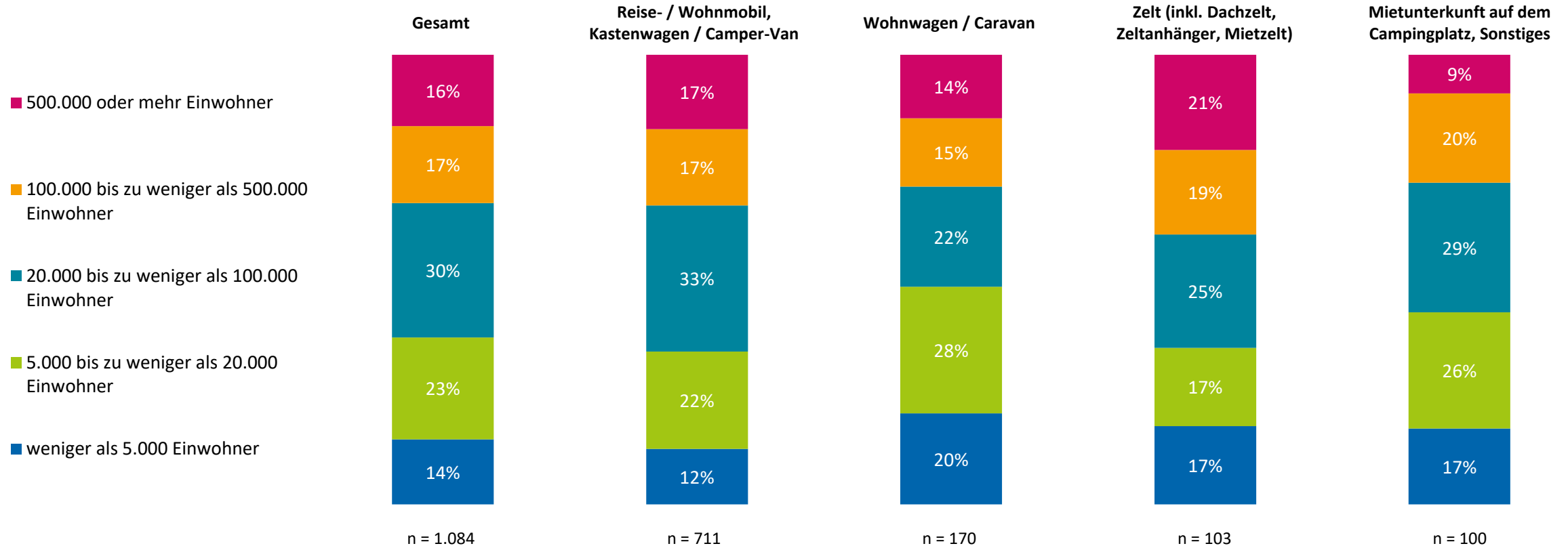
Frage: „Bitte geben Sie Ihren Hauptwohnsitz an.“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Soziodemografische Angaben

Ortsgröße – nach Unterkunftsform

Gewöhnlich gewählte Unterkunftsform bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen



Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

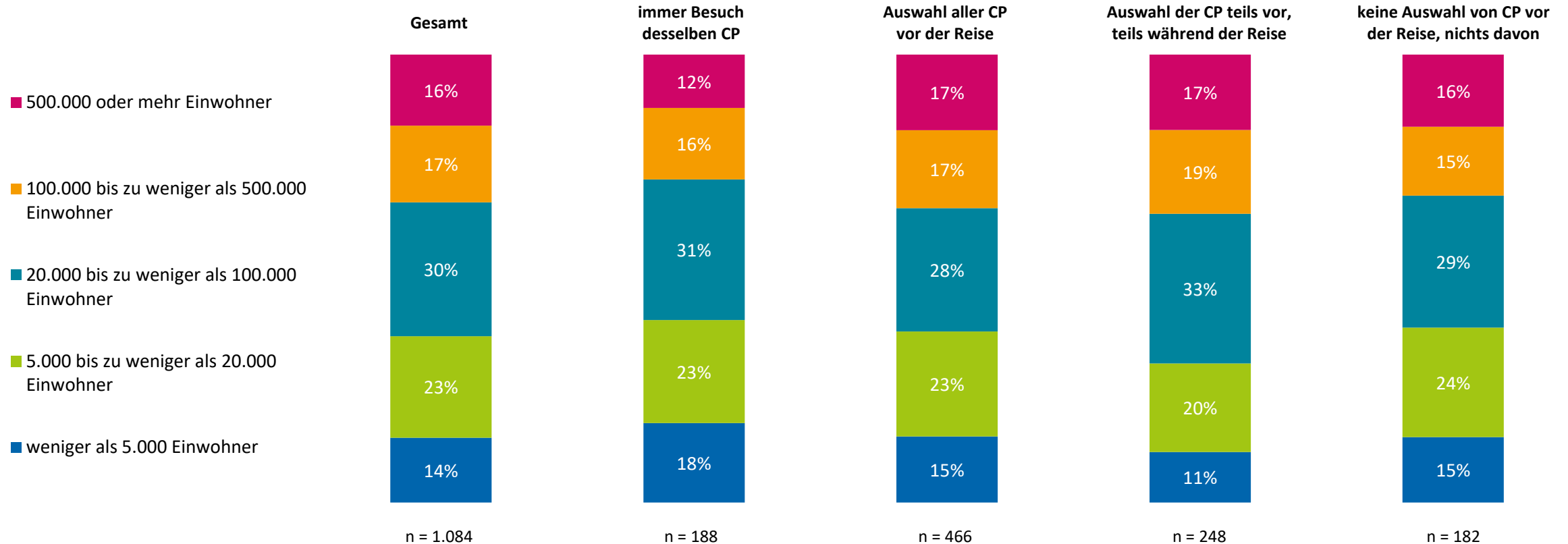
Frage: „Bitte geben Sie an, welche Größe der Ort hat, in dem Sie leben.“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Soziodemografische Angaben

Ortsgröße – nach Planung Campingplatzbesuche

Gewöhnliche Planung von Campingplatzbesuchen bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen



Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

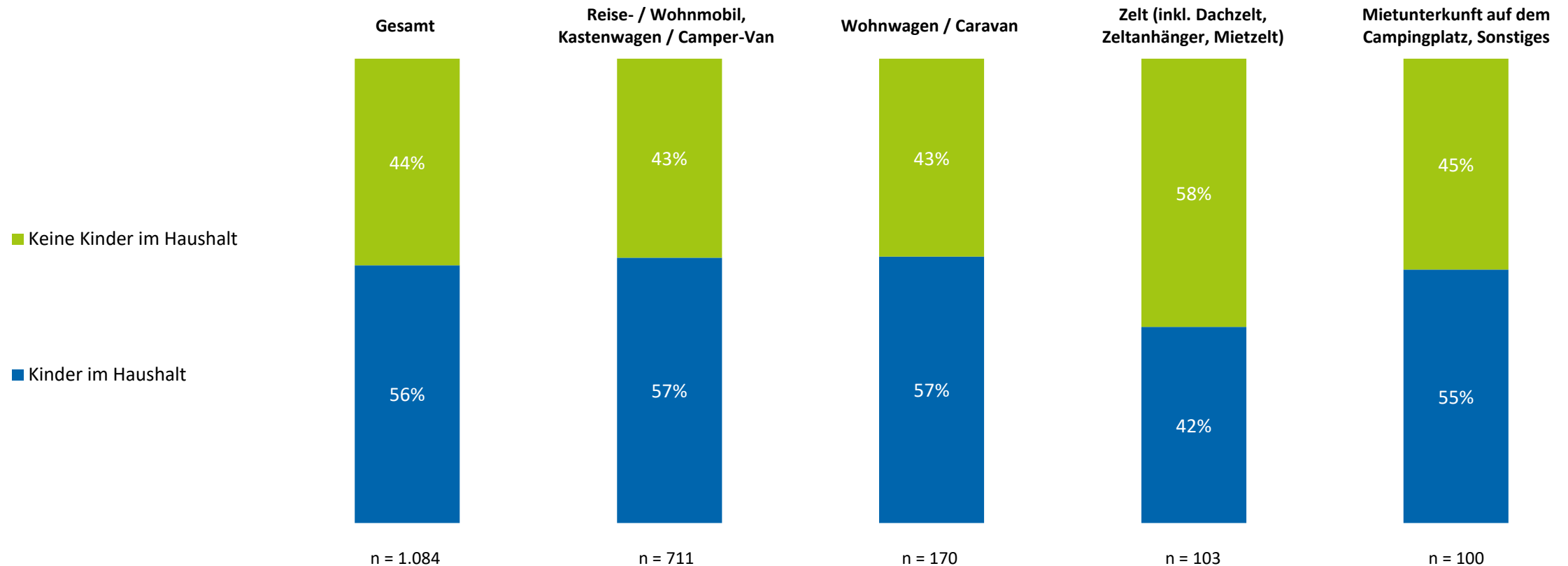
Frage: „Bitte geben Sie an, welche Größe der Ort hat, in dem Sie leben.“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Soziodemografische Angaben

Kinder im Haushalt – nach Unterkunftsform

Gewöhnlich gewählte Unterkunftsform bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen



Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

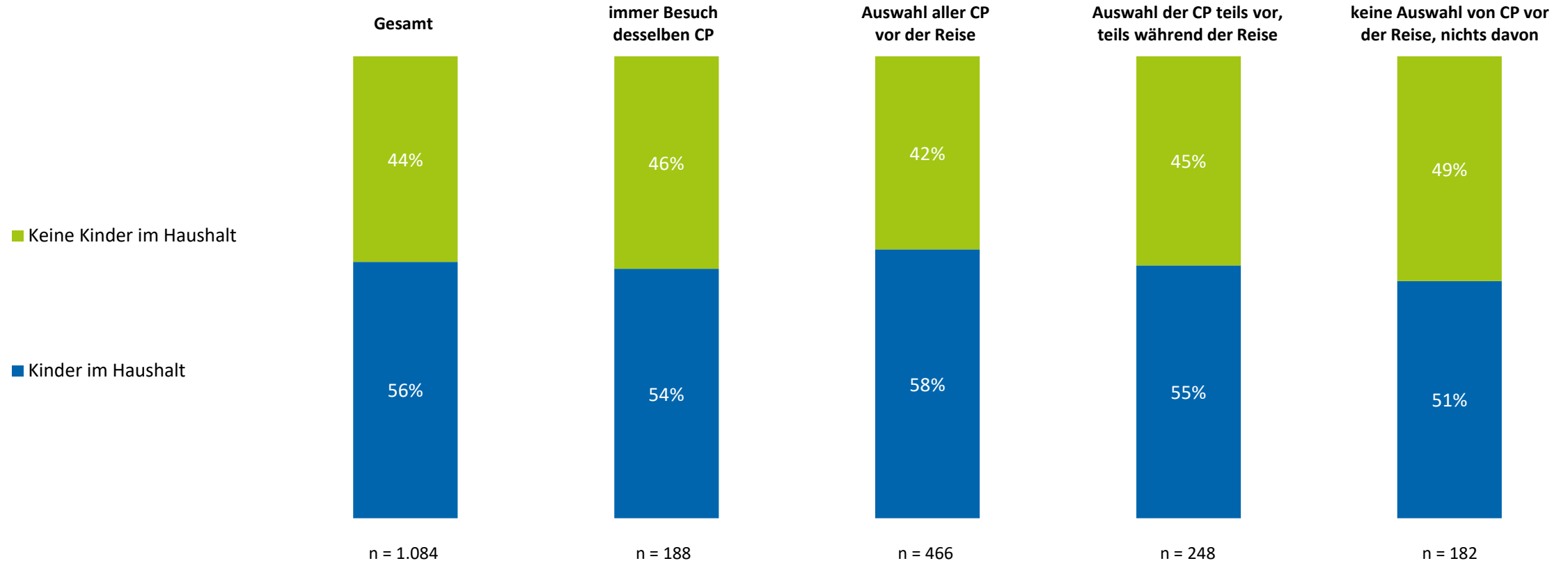
Frage: „Wie viele Kinder, Jugendliche und Erwachsene leben in Ihrem Haushalt?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Soziodemografische Angaben

Kinder im Haushalt – nach Planung Campingplatzbesuche

Gewöhnliche Planung von Campingplatzbesuchen bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen



Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

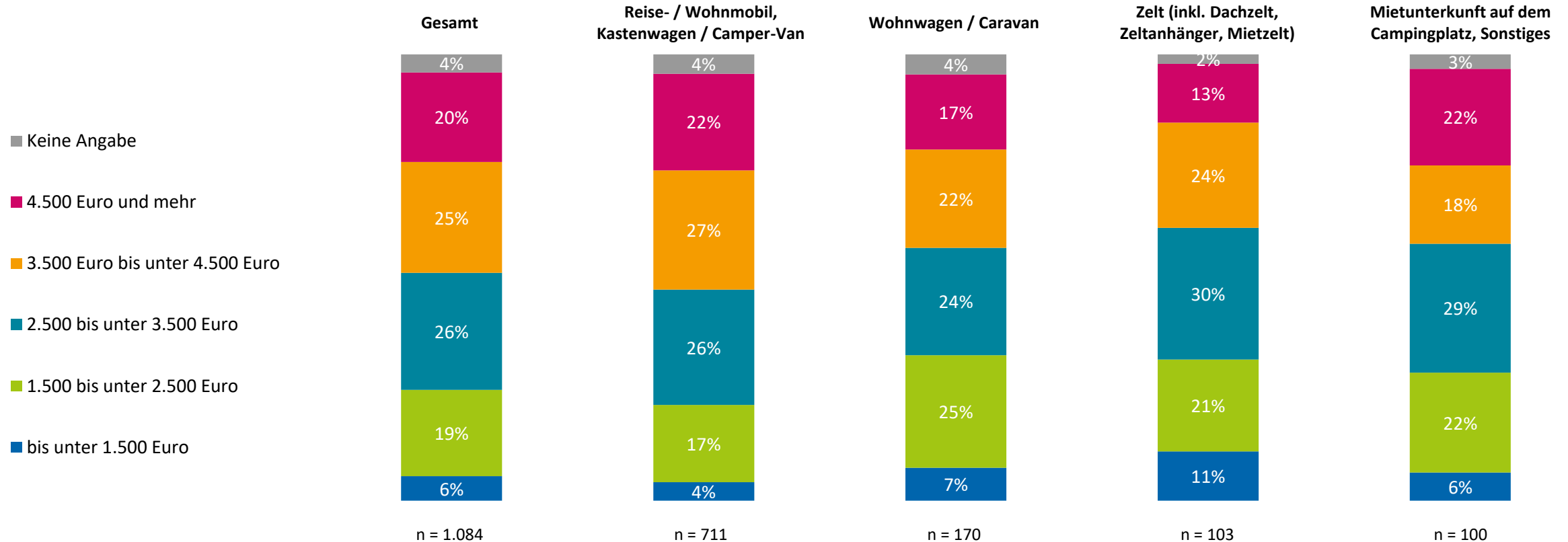
Frage: „Wie viele Kinder, Jugendliche und Erwachsene leben in Ihrem Haushalt?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Soziodemografische Angaben

Haushaltsnettoeinkommen – nach Unterkunftsform

Gewöhnlich gewählte Unterkunftsform bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen



Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

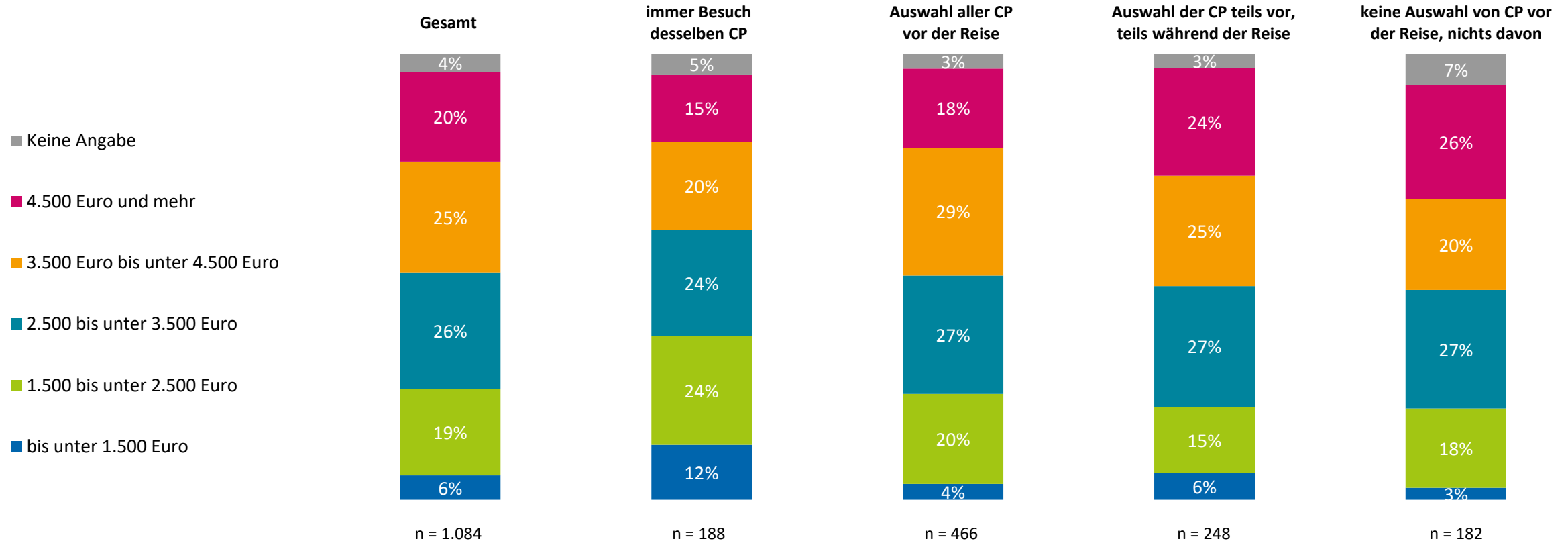
Frage: „Wenn Sie einmal alles zusammenrechnen: Wie hoch ist dann etwa das monatliche Netto-Einkommen, das Sie alle zusammen im Haushalt haben, nach Abzug von Steuern und Sozialversicherung?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Soziodemografische Angaben

Haushaltsnettoeinkommen – nach Planung Campingplatzbesuche

Gewöhnliche Planung von Campingplatzbesuchen bei Campingreisen mit 4 und mehr Übernachtungen



Angaben in % der Befragten; Abweichungen der Summe der Einzelwerte zu 100% sind rundungsbedingt.

Frage: „Wenn Sie einmal alles zusammenrechnen: Wie hoch ist dann etwa das monatliche Netto-Einkommen, das Sie alle zusammen im Haushalt haben, nach Abzug von Steuern und Sozialversicherung?“

Quelle: DI Tourismusforschung, 2023.

Inhaltsverzeichnis

- ▶ Inhalte und Methodik der Studie
 - ▶ Campingreiseverhalten und Campingplatznutzung
 - ▶ Relevanz Ausstattungsmerkmale / Leistungen bei der Campingplatzwahl
 - ▶ Inspiration und Information bei der Campingplatzwahl
 - ▶ Interesse an digitalen Services entlang der Customer Journey
 - ▶ Soziodemografische Angaben
 - ▶ Kontakt und Impressum**
-

Der Ergebnisdarstellung in den einzelnen Abschnitten ist jeweils eine schriftliche Zusammenfassungen vorangestellt.

Kontakt im Deutschen Institut für Tourismusforschung:



Prof. Dr. Bernd Eisenstein
Direktor
Wissenschaftliche Leitung
eisenstein@fh-westkueste.de



Dipl.-Kffr. (FH) Manon Krüger
Forschungsreferentin
Projektleitung
m.krueger@fh-westkueste.de

Copyright, Impressum

Sämtliche Inhalte dieser Dokumentation in Form von Strategien, Modellen, Konzepten, Schaubildern, Analysen und Schlussfolgerungen sowie sonstigen geistigen Schöpfungen sind als geistiges und schöpferisches Eigentum urheberrechtlich geschützt. Eine Verwendung auch in Teilen gegenüber Dritten darf nur unter ausdrücklicher Genehmigung und Quellenangabe des Autors erfolgen, mit Ausnahme der Inhalte, die durch eine gesonderte Quellenangabe gekennzeichnet sind. Der Empfänger ist nicht berechtigt, diese Dokumentation oder Teile davon oder Inhalte davon zu verändern.

Herausgeber

Fachhochschule Westküste
DI Tourismusforschung
Fritz-Thiedemann-Ring 20
25746 Heide/Holstein

Projektdurchführung

Deutsches Institut für Tourismusforschung

Deutsches Institut für Tourismusforschung, 2023

