

Jahresband
Annual Report
2024/2025

Inhalt

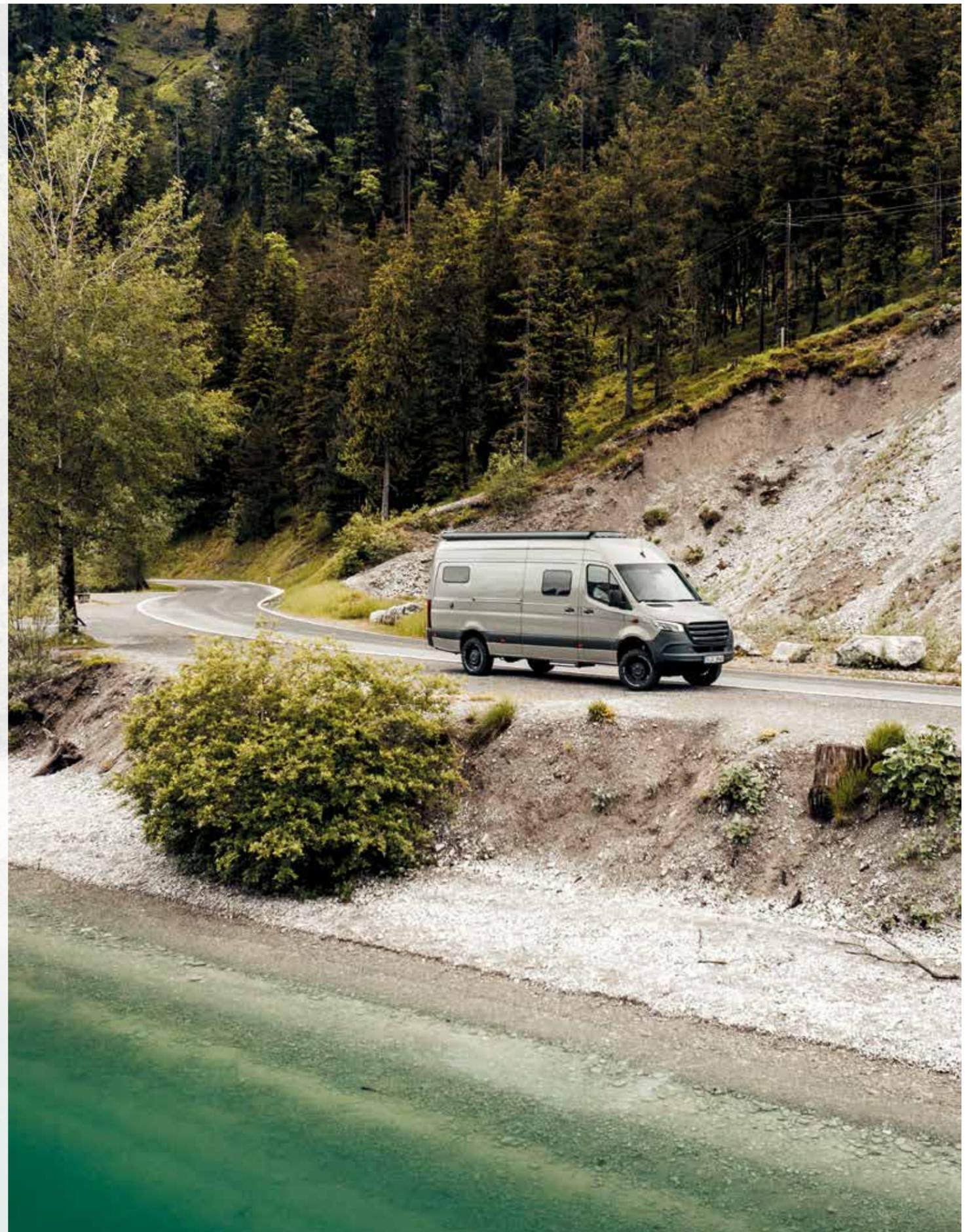
Contents

Einblicke und Informationen Insights and information

- 6 Vorwort
Foreword
- 8 Der CIVD-Vorstand
The CIVD Executive Board
- 9 Der CIVD – Kurzdarstellung
The CIVD – A short introduction
- 10 Technik, Umwelt & Infrastruktur
Technology, environment & infrastructure
- 30 Internationaler CARAVAN SALON
International CARAVAN SALON
- 32 Caravanning- und Touristikmessen in Deutschland
Caravanning and tourism trade fairs in Germany
- 33 Internationale Caravanning- und Touristikmessen
International caravanning and tourism trade fairs
- 34 Marketingkommunikation
Marketing communication
- 46 CARAVANING TAGE 2024 –
Premiere der Aktionstage
CARAVANING TAGE 2024 –
Premiere of the campaign days
- 48 Pressearbeit und Fachpublikum
Public relations and trade audience
- 50 CIVD-Informationsmedien
CIVD information media
- 54 Statistik und Wirtschaft
Statistics and economics

Zahlen und Fakten Facts and figures

- 66 Umsatz der deutschen Freizeitfahrzeug-Industrie
Sales volume of the German leisure vehicle industry
- 67 Entwicklung der Neuzulassungen in Deutschland
Development of new registrations in Germany
- 68 Caravan-Neuzulassungen in Deutschland
Newly registered caravans in Germany
- 68 Caravan-Produktion
Caravan production
- 69 Caravan-Ausfuhr
Caravan exports
- 70 Caravan-Bestand
Number of caravans in use
- 71 Reisemobil-Neuzulassungen in Deutschland
Newly registered motor caravans in Germany
- 71 Reisemobil-Produktion
Motor caravan production
- 72 Reisemobil-Ausfuhr
Motor caravan exports
- 73 Reisemobil-Bestand
Number of motor caravans in use
- 74 Caravan-Neuzulassungen in Europa
Newly registered caravans in Europe
- 75 Reisemobil-Neuzulassungen in Europa
Newly registered motor caravans in Europe
- 76 Caravan-Bestand in Europa
Number of caravans in use in Europe
- 76 Reisemobil-Bestand in Europa
Number of motor caravans in use in Europe
- 77 Freizeitfahrzeug-Neuzulassungen weltweit
Newly registered leisure vehicles worldwide



Einblicke und Informationen

Insights and information

S. 4 – 63 | pp. 4–63



Vorwort Foreword



Präsident | President
Bernd Löher

Wie steht es um die deutsche Wirtschaft? Nur wenige andere Themen wurden in den vergangenen Monaten so kontrovers in Politik, Medien und der breiten Öffentlichkeit diskutiert wie dieses. Unternehmen und Verbraucher blicken mit Sorge auf die wirtschaftliche Entwicklung und fragen sich, wie Wachstum und Konsum in Deutschland wieder angekurbelt werden können. Der drastische Kurswechsel des neuen US-Präsidenten sowie der äußerst polarisierende Bundestagswahlkampf haben die Unsicherheiten nicht gemindert – im Gegenteil. Die politischen und wirtschaftlichen Entwicklungen in Berlin, Brüssel und auf globaler Ebene beeinflussen auch die europäische Caravaningbranche erheblich und machen Prognosen umso schwerer. Gerade in wirtschaftlich ungewissen Zeiten ist es jedoch entscheidend, sich auf die bewährten Stärken und Konstanten unserer Branche zu besinnen. Denn trotz aller offenen Fragen bleibt eines sicher: Caravaning erfreut sich in Deutschland und Europa ungebrochener Beliebtheit und ist aus der Tourismuslandschaft nicht mehr wegzudenken. Der Blick auf die Jahresbilanz für das Jahr 2024 unterstreicht diese Entwicklung.

Markt in Deutschland und Europa übertrifft Vorjahresergebnis

Trotz der herausfordernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bleibt die Nachfrage nach Freizeitfahrzeugen auf einem außergewöhnlich hohen Niveau. Nach den Rekordergebnissen der ersten Corona-Jahre wurden im Jahr 2024 in Deutschland über 96.000 neue Freizeitfahrzeuge zugelassen – das drittbeste Ergebnis in der Geschichte der Branche. Gleichzeitig erreichte der Gebrauchtmittelmarkt mit mehr als 187.000 Besitztumsregistrierungen einen neuen Höchststand. Auch auf europäischer Ebene setzt sich der positive Trend fort: Erneut wurden über 220.000



Geschäftsführer | Managing Director
Daniel Onggowinarso

What is the state of the German economy? Few other topics have been discussed as controversially in politics, the media and the general public in recent months as this one. Companies and consumers are concerned about economic developments and are wondering how growth and consumer spending in Germany can be revitalised. The drastic change of course by the new US president and the extremely polarising German federal election have not diminished the uncertainties – on the contrary. Political and economic developments in Berlin, Brussels and at a global level are also having a significant impact on the European caravanning industry, making forecasts all the more difficult. However, especially in times of economic uncertainty, it is crucial to focus on the proven strengths and constants of our industry. Because despite all the unanswered questions, one thing remains certain: caravanning is enjoying unwavering popularity in Germany and Europe and has become an integral part of the tourism landscape. A look at the annual industry results for 2024 underlines this development.

Market in Germany and Europe exceeds previous year's result

Despite the challenging economic conditions, demand for leisure vehicles remains at an exceptionally high level. Following the record results of the first years of the pandemic, over 96,000 new leisure vehicles were registered in Germany in 2024 – the third-best result in the history of the industry. At the same time, the market for pre-owned vehicles reached a new high with more than 187,000 new registrations. This positive development also continued at a European level: once again, more than 220,000 new vehicles were registered,

Neufahrzeuge zugelassen, was das ungebrochene Interesse an Caravans und Reisemobilen unter europäischen Reisenden eindrucksvoll unterstreicht.

Caravaningbranche rückt noch enger zusammen

Die erfreuliche Jahresbilanz ist umso bemerkenswerter vor dem Hintergrund der aktuellen Herausforderungen: Nachholeffekte in der Fahrzeugproduktion führten vorübergehend zu einem Überangebot an Reisemobilen und Caravans im Handel. Um darauf zu reagieren, reduzierten einige Hersteller ihre Fertigungszahlen oder setzten die Produktion zeitweise aus. Gleichzeitig verstärkten Hersteller, Händler und Finanzierungsdienstleister ihre Zusammenarbeit, um den Handel gezielt zu entlasten und die Angebotssituation noch weiter zu stabilisieren. Ein weiteres eindrucksvolles Beispiel für die branchenübergreifende Zusammenarbeit waren die erstmals 2024 veranstalteten CARAVANING TAGE. Der CIVD organisierte – unterstützt vom Deutschen Caravaning Handels-Verband (DCHV) und in Kooperation mit engagierten Händlern aus ganz Deutschland – einen markenübergreifenden Saisonstart auf Händlerhöfen im gesamten Bundesgebiet. Damit bewies die deutsche Caravaningbranche im vergangenen Jahr einmal mehr, wie essenziell ein enger Schulterschluss aller Akteure ist – sowohl in Zeiten des Wachstums als auch in herausfordernden Phasen.

CARAVAN SALON 2024: Impulsgeber für die Branche

Auch 2024 bestätigte der CARAVAN SALON seine herausragende Stellung als weltweit führende Messe der Caravaningbranche. Mit über 255.000 Besuchern aus 71 Ländern und einer Rekordbeteiligung von 783 Ausstellern unterstrich die Messe eindrucksvoll ihre Bedeutung. Doch der CARAVAN SALON ist längst mehr als eine Plattform für Produktneheiten. Er hat sich auch zu einer zentralen Bühne für tourismuspolitische Debatten entwickelt, die weit über die Branchengrenzen hinausreichen. Eine wichtige Bühne für diese Diskussionen sind etablierte CIVD-Formate wie der „Deutsche Stellplatztag“ und das Symposium „Natur.Tourismus.Zukunft“. Auch der politische Austausch stand in Düsseldorf wieder im Fokus: Der CIVD nahm die Messe zum Anlass, um mit führenden Entscheidungsträgern auf Bundes- und Landesebene über die Herausforderungen und Zukunftsperspektiven der Branche zu diskutieren.

Antreiber für Wirtschaft und Tourismus

Der CIVD nutzt aber nicht nur den CARAVAN SALON als Plattform für den persönlichen Dialog mit politischen Entscheidern, sondern positioniert die Anliegen der Branche das ganze Jahr über proaktiv in Berlin, Brüssel und auf kommunaler Ebene. Dabei setzt sich der Verband für eine Vielzahl branchenrelevanter Themen ein, darunter der Ausbau der Stellplatzinfrastruktur, die Erweiterung des B-Führerscheins sowie weitere politische Maßnahmen zur Förderung des Caravaning-Tourismus in Deutschland. Denn eines ist klar: Gerade in herausfordernden Zeiten hat Caravaning seine stabilisierende Kraft bewiesen – und mehr denn je zeigt sich, dass die Branche das Potenzial hat, eine tragende Säule für Tourismus und Wirtschaft in Deutschland zu sein.

impressively underlining the unbroken interest in caravans and motor caravans among European travellers.

Caravanning industry grows even closer

The pleasing annual results are all the more remarkable in light of the current challenges: catch-up effects in vehicle production temporarily led to an oversupply of motor caravans and caravans on the market. In response, some manufacturers reduced their production figures or temporarily suspended production. At the same time, manufacturers, dealerships and financing service providers stepped up their cooperation in order to relieve the pressure on the dealers and further stabilise the supply situation. Another impressive example of cross-industry cooperation was the CARAVANING TAGE event, which was organised for the first time in 2024. The CIVD – supported by the Deutscher Caravaning Handels-Verband (DCHV) and in cooperation with committed dealers from all over Germany – organised a cross-brand season launch at dealerships throughout Germany. In doing so, the German caravanning industry once again demonstrated how essential it is for all players to work closely together – both in times of growth and in challenging situations.

CARAVAN SALON 2024: A driving force for the industry

CARAVAN SALON confirmed its outstanding position as the world's leading trade fair for the caravanning industry once again in 2024. With over 255,000 visitors from 71 countries and a record number of 783 exhibitors, the trade fair impressively underlined its importance. But CARAVAN SALON

Caravaning hat sich zu einem wichtigen **Tourismus- und Wirtschaftsfaktor** in Deutschland entwickelt.

Caravanning has developed into an important **tourism and economic factor** in Germany.

has long been more than just a platform for new products. It has also developed into a central stage for tourism policy debates that reach far beyond the boundaries of the industry. Established CIVD events such as the German Motor Caravan Site Day and the Nature.Tourism.Future

symposium provide an important stage for these discussions. Political dialogue was also once again the focus in Düsseldorf: the CIVD used the trade fair as an opportunity to discuss the challenges and future prospects of the industry with leading decision-makers at the federal and state level.

Driving force for the economy and tourism

The CIVD not only uses the CARAVAN SALON as a platform for dialogue with political decision-makers, but also proactively positions the industry's interests throughout the year in Berlin, Brussels and at the municipal level. In doing so, the association campaigns for a variety of industry-relevant issues, including the expansion of the caravanning infrastructure, the extension of the B driving licence and other political measures to promote caravanning tourism in Germany. Because one thing is clear: especially in challenging times, caravanning has proven its power to provide stability – and more than ever, the industry has the potential to be a key pillar of tourism and the economy in Germany.

Der CIVD-Vorstand The CIVD Executive Board



Präsident | President

Bernd Löher
Geschäftsführer
Managing Director
Hobby-Wohnwagenwerk Ing. Harald Striewski GmbH



Öffentlichkeitsarbeit | Public Relations

Dr. Holger Siebert
Geschäftsführer
Managing Director
EURA-Mobil GmbH



Finanzen | Finance

Bernhard Kibler
Vorsitzender der Geschäftsführung
President
Dethleffs GmbH & Co. KG



Export | Export

Alexander Leopold
CEO/Vorstandsvorsitzender
CEO/Chairman of the Executive Board
Erwin Hymer Group SE



Zulieferindustrie | Supplier Industry

Jürgen Vöhringer
Geschäftsleitung
CEO
Vöhringer GmbH & Co. KG

Der CIVD – Kurzdarstellung The CIVD – A short introduction



Der CIVD bündelt und fördert die Interessen des industriellen Zweigs der Caravanningbranche. Seine Mitglieder umfassen nahezu alle europäischen Hersteller von Freizeitfahrzeugen sowie Zulieferer, Dienstleister, Institutionen und befreundete Branchenverbände.

Der Verband setzt wichtige Impulse gegenüber politischen Entscheidern und Behörden auf deutscher und europäischer Ebene zu wichtigen Branchenthemen wie Technik und Normung im Fahrzeugbau, Umweltschutz, Verbrauchersicherheit und Infrastruktur. Die statistischen Informationen und Auswertungen des CIVD gelten als anerkannte Standardwerke in der Caravanning-Industrie.

Die Tochtergesellschaft Caravanning Informations GmbH (CIG) verantwortet die preisgekrönte Marketing- und PR-Arbeit des Verbandes. Durch eine umfassende 360-Grad-Kampagne stärkt sie das positive Image von Caravanning als moderne und attraktive Freizeitform.

Als ideeller Träger des CARAVAN SALON, der weltweit größten Messe für Freizeitfahrzeuge, fungiert der CIVD als Ideengeber und Impulsgeber für die gesamte Caravanningbranche. Der CIVD ist nach DIN EN ISO 9001:2015 zertifiziert.

The CIVD consolidates and promotes the interests of the industrial sector of the caravanning industry. Its members include nearly all European manufacturers of leisure vehicles, as well as suppliers, service providers, institutions and affiliated industry associations.

The association provides vital impulses to political decision-makers and authorities at both the German and European level on key industry topics such as technology and standardisation in vehicle construction, environmental policy, consumer safety and infrastructure. The statistical data and analyses published by the CIVD are recognised as standard references within the caravanning industry.

The subsidiary Caravanning Informations GmbH (CIG) is responsible for the association's award-winning marketing and PR activities. Through a comprehensive 360-degree campaign, it enhances the positive image of caravanning as a modern and appealing leisure activity.

As the conceptual sponsor of CARAVAN SALON, the world's largest trade fair for leisure vehicles, the CIVD acts as a source of ideas and a driving force for the entire caravanning industry. The CIVD is certified according to DIN EN ISO 9001:2015.

Technik, Umwelt & Infrastruktur

Technology, environment & infrastructure

Technik, Umwelt & Infrastruktur

Die vorrangige Aufgabe des CIVD-Referats Technik ist die fachliche und wirtschaftspolitische Vertretung der Caravaningbranche gegenüber der Bundesregierung, ihren Ministerien, Behörden und anderen Institutionen. Zentral sind die Themen Technik, Sicherheit, Normung, Nachhaltigkeit sowie die Weiterentwicklung der Digitalisierung der Caravaningbranche. Das Aufgabenspektrum erweiterte sich zuletzt um den Ausbildungsberuf „Caravan- und Reisemobiltechnik“, den der CIVD maßgeblich mitgestaltet hat, sowie um die Förderung von reisemobiler Infrastruktur.

Über seinen europäischen Dachverband, European Caravan Federation ECF, ist der CIVD eng an den EU-Gesetzgebungsverfahren beteiligt und nimmt mit seiner Expertise zum Wohl der gesamten europäischen Caravaningbranche direkten Einfluss auf die Vorschriften, z. B. zur EU-Typgenehmigung, zur Altfahrzeugentsorgung oder zum EU-Führerschein.

Das Reisen mit Reisemobil und Caravan liegt seit Jahren absolut im Trend und lässt den Bestand an Freizeitfahrzeugen immer neue Höchststände erreichen. Damit wuchs auch der Bedarf an Fachkräften in den Werken der Hersteller und beim Fachhandel. Die speziellen Anforderungen bei Freizeitfahrzeugherstellern und dem Caravaning-Fachhandel konnte der CIVD im Ausbildungsberuf „Caravan- und Reisemobiltechnik“ verankern.

Neben der steigenden Zahl der Freizeitfahrzeuge erhöht das spezifische Reiseverhalten von Caravaning-Urlaubern die Entwicklungspotenziale gerade auch für Regionen, die bisher weniger im Fokus des touristischen Interesses standen. Der CIVD unterstützt Kommunen und private Investoren dabei, niedrigschwellig touristische Infrastruktur vor Ort aufzubauen. Formate wie der Deutsche Stellplatztag oder der Musterstellplatz auf dem CARAVAN SALON oder die Zusammenarbeit mit Hochschulen haben sich etabliert. Kooperationen, z. B. mit den Nationalen Naturlandschaften und dem Verband Deutscher Naturparke werden laufend ausgebaut.

Caravaning ist nicht nur eine pandemietaugliche, sondern auch eine, wie durch viele Studien belegt wurde, ökologisch verträgliche Art des Reisens.

Technology, environment & infrastructure

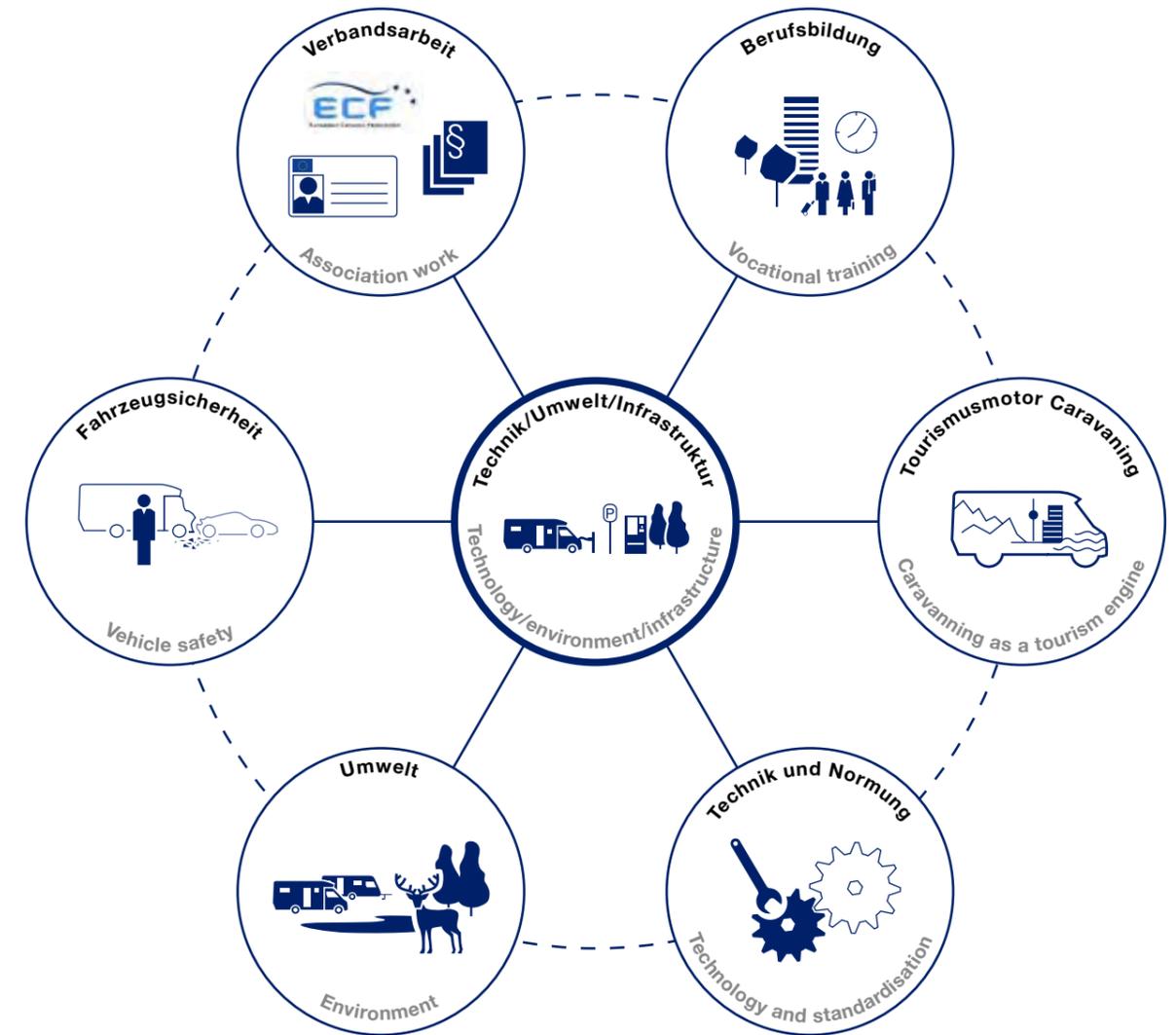
The primary task of the CIVD Technology Department is to represent the caravanning industry in technical and economic policy matters vis-à-vis the Federal Government, its ministries, authorities and other institutions. The main topics are technology, safety, standardisation, sustainability and the future-proof development of digitalisation in the industry. The range of tasks has recently been expanded to include the “Caravan and Motor Caravan Technology” vocational training, which the CIVD played a key role in shaping, as well as the promotion of motor caravan infrastructure.

Through its European umbrella organisation, the European Caravan Federation (ECF), the CIVD is closely involved in the EU legislative process and uses its expertise to directly influence regulations, e.g. on EC type approval, end-of-life vehicle disposal or the EU driving licence, for the benefit of the entire European caravanning industry.

Travelling with motor caravans and caravans has been an absolute trend for years and the number of leisure vehicles is constantly reaching new highs. This has also increased the demand for skilled labour at manufacturers’ factories and specialist dealers. The CIVD was able to anchor the special requirements of leisure vehicle manufacturers and the specialised caravanning trade in the “Caravan and Motor Caravan Technology” vocational training.

In addition to the increasing number of leisure vehicles, the specific travel behaviour of caravanning holidaymakers increases development potential, especially of regions that have previously been less in the focus of tourism interests. The CIVD works with local authorities and private investors to support the development of low-threshold local tourism infrastructure. Formats such as the German Motor caravan pitch day or the motor caravan pitch at the CARAVAN SALON or cooperation with universities have become established. Cooperations, e.g. with the Nationale Naturlandschaften and the Verband Deutscher Naturparke, are constantly being expanded.

Caravaning is not only a pandemic-proof way of travelling, but also an ecologically compatible way of travelling, as proven by many studies.



	Tourismusmotor Caravaning <ul style="list-style-type: none"> ■ Stellplatzberatung ■ Planungshilfe für Reisemobilstellplätze ■ Webinare ■ Hochschulnetzwerk ■ Veranstaltungen: Deutscher Stellplatztag, Musterstellplatz, Arbeitsgemeinschaft Reisemobiltourismus, Reisemobile im ruhenden Verkehr 	Tourism motor caravanning <ul style="list-style-type: none"> ■ Motor caravan pitch ■ Planning aid for motor caravan pitches ■ Webinars ■ University network ■ Events: German motor caravan site day, model motor caravan site, working group motor caravan tourism, motor caravan in stationary traffic
	Technik und Normung <ul style="list-style-type: none"> ■ CI-BUS ■ Freizeitfahrzeugnormung ■ Normungs-Seminare ■ Rechtsworkshops 	Technology and standardisation <ul style="list-style-type: none"> ■ CI-BUS ■ Recreational vehicle standardisation ■ Standardisation seminars ■ Legal workshops
	Umwelt <ul style="list-style-type: none"> ■ Klimaschutzinitiative ■ Klimafreundlicher Reisemobilstellplatz ■ Material Compliance ■ Trinkwasser ■ REACH ■ Altfahrzeugverordnung 	Environment <ul style="list-style-type: none"> ■ Climate protection initiative ■ Climate-friendly motor caravan pitch ■ Material compliance ■ Drinking water ■ REACH ■ End-of-life vehicle regulation
	Fahrzeugsicherheit <ul style="list-style-type: none"> ■ EG-Typgenehmigung ■ Brancheneempfehlungen 	Vehicle safety <ul style="list-style-type: none"> ■ EC type approval ■ Industry recommendations
	Verbandsarbeit <ul style="list-style-type: none"> ■ Führerschein ■ ECF-Generalsekretariat 	Association work <ul style="list-style-type: none"> ■ Driving licence ■ ECF General Secretariat
	Berufsbildung <ul style="list-style-type: none"> ■ Ausbildungsberuf „Caravan- und Reisemobiltechnik“ 	Vocational training <ul style="list-style-type: none"> ■ “Caravan and Motor Caravan Technology” vocational training

Führerschein

Die Vertretung der Interessen der deutschen und europäischen Hersteller von Caravans und Reisemobilen koordiniert ihr europäischer Dachverband, die European Caravan Federation ECF.

Zusammen mit Vertretern der nationalen Mitgliedsverbände engagiert sich die ECF in diversen Ausschüssen und Gremien. Die Hauptaufgabe der ECF ist die Mitgestaltung europäischer Rechtsakte, die für die Freizeitfahrzeugindustrie von Bedeutung sind.

Die EU-Typgenehmigung ist hier an erster Stelle zu nennen, die den gesetzlichen Rahmen für serienmäßig produzierende Hersteller fast komplett bestimmt.

Der Führerschein ist ein weiteres Thema, das zu weiten Teilen in der EU harmonisiert ist. So werden seit dem 19. Januar 2013 Führerscheine nach dem Muster der 3. EU-Führerscheinrichtlinie ausgestellt. Seitdem gelten in der EU insgesamt 16 einheitliche Führerscheinklassen. Bereits die 2. Führerscheinrichtlinie aus dem Jahr 1991 führte in Deutschland zum 1. Januar 1999 den B-Führerschein ein.

Mit der Einführung des B-Führerscheins teilte sich in Deutschland die stetig wachsende Zahl der Reisemobilisten immer mehr in eine Zweiklassengesellschaft: diejenigen, die mit dem alten Führerschein der Klasse 3 noch die Berechtigung für Reisemobile bis zu 7,5 Tonnen haben einerseits, und die Besitzer des B-Führerscheins, die nur noch Reisemobile bis zu 3,5 Tonnen lenken dürfen andererseits.

Der B-Führerschein ist der Kfz-Führerschein, der zur privaten Nutzung gedacht ist. Die Lkw-Führerscheine C1 und C sind vollständig auf die berufliche Nutzung ausgelegt und für den privaten Bereich überdimensioniert. Somit fehlt ein geeigneter Führerschein für privat genutzte Fahrzeuge über 3,5 Tonnen.

Über 3,5 Tonnen fehlt noch der richtige Führerschein für Reisemobile

Alle Reisemobile bis 4,25 Tonnen sollten mit einem B-Führerschein gefahren werden können. Die Abmessungen von Reisemobilen mit 3,5 Tonnen oder 4,25 Tonnen sind in der Regel identisch. Reisemobile von 3,5 Tonnen bis 4,25 Tonnen verfügen in der Regel nur über ein leistungsfähigeres Chassis mit modifiziertem Fahrwerk. Der äußerliche Gesamteindruck von 4,25-Tonnen-Reisemobilen ist identisch mit dem von 3,5-Tonnen-Reisemobilen. Auch das Fahrverhalten von Reisemobilisten hat einen direkten Einfluss auf die Straßenverkehrssicherheit. Reisemobile werden in der Regel am Tag, zu privaten Zwecken und mit „Feriengeschwindigkeit“ bewegt. Die Straßenverkehrssicherheit von Reisemobilen ist hervorragend.

EU legte im März 2023 Vorschlag für die neue Richtlinie vor

Am 1. März 2023 hat die EU-Kommission ihren Entwurf für die 4. Führerscheinrichtlinie veröffentlicht. Der Entwurf beinhaltet unter anderem grundlegende Änderungen für den B-Führerschein und die geltenden Gewichtsgrenzen. So schlägt die Kommission vor, dass der auf 4,25 Tonnen erweiterte B-Führerschein nur für emissionsfreie und -arme Fahrzeuge gelten soll.

Rat und Europäisches Parlament votieren für B-Führerschein für Reisemobile bis 4,25 Tonnen

Der Rat schlug in seiner allgemeinen Ausrichtung vom 4. De-

Driving licence

The representation of the interests of German and European manufacturers of caravans and motor caravans is coordinated by their European umbrella organisation, the European Caravan Federation (ECF). Together with representatives of the national member associations, the ECF is involved in various committees and bodies. The ECF's main task is to help shape European legislation that is important for the

leisure vehicle industry. First and foremost is EU type approval, which almost completely defines the legal framework for manufacturers producing series-produced vehicles. Driving licences are another topic that is largely harmonised in the EU. Since 19 January 2013, driving licences have been issued in accordance with the 3rd EU driving licence directive. Since then, a total of 16 standardised driving licence categories have been in force in the EU. The 2nd driving licence directive, from 1991, already introduced the B driving licence in Germany, on 1 January 1999.

With the introduction of the class B driving licence in 1999, Germany split the constantly increasing number of motor caravan drivers even further into a two-tier society. Those who have the old class 3 driving licence are still allowed to drive motor caravans up to 7.5 tonnes, while holders of the class B licence are only allowed behind the wheel of motor caravans up to 3.5 tonnes.

The class B driving licence is the only motor vehicle driving licence for private use. The C1 and C truck driving licences are designed for professional use only and are over-dimensioned for the private sphere. This means there is no suitable driving licence available for privately used vehicles above 3.5 tonnes.

The class B driving licence is the only motor vehicle driving licence for private use. The C1 and C truck driving licences are designed for professional use only and are over-dimensioned for the private sphere. This means there is no suitable driving licence available for privately used vehicles above 3.5 tonnes.

A suitable driving licence for vehicles over 3.5 tonnes is not offered

An extension of the class B driving licence to at least 4.25 tonnes would be desirable for motor caravans. The dimensions of motor caravans weighing 3.5 tonnes or 4.25 tonnes are generally identical. Motor caravans exceeding 3.5 tonnes usually just have a stronger chassis. The overall appearance of 4.25-tonne motor caravans is identical to that of 3.5-tonne motor caravans. The driving style of motor caravan drivers also has a direct influence on road safety. Motor caravans are generally driven during the day, for private purposes and at "holiday speed". The road safety of motor caravans and car/caravan combinations is excellent.

New Commission driving licence proposal in March 2023

On 1 March 2023, the EU Commission published its draft for the 4th driving licence directive. Among other things, the draft includes fundamental changes for the B driving licence and the applicable weight limits. For example, the Commission proposes that the B driving licence, which has been extended to 4.25 tonnes, should only apply to zero-emission and low-emission vehicles. The extension of the B driving licence to 4.25 tonnes, which has been demanded by the ECF for many years, is to be welcomed. From the point of view of the caravanning industry, the limitation to alternatively fuelled vehicles must be revised.



ECF-Position zum Führerschein.
ECF position on driving licences.

zember 2023 vor, dass der B-Führerschein für alle Reisemobile auf 4,25 Tonnen erweitert werden soll. Auch der Verkehrsausschuss des EU-Parlaments stimmte am 7. Dezember 2023 für die Erweiterung auf 4,25 Tonnen für Reisemobile. Am 28. Februar 2024 bestätigte das Europäische Parlament in seiner Ersten Lesung dieses Votum.

Allerdings sind Rahmenbedingungen, d. h. die Ausgestaltung des erweiterten B-Führerscheins, z. B. Schulung wie bei B96, und Zeitschiene noch unklar. Diese werden im Jahr 2025 im sogenannten Trilog zwischen Kommission, Rat und Parlament, der vor der Verabschiedung der neuen Führerscheinrichtlinie notwendig ist, ausgehandelt.

Der Caravanning Industrie Verband begrüßt die Standpunkte von Rat und EU-Parlament, die insbesondere darauf abzielen, dass mit einem Führerschein der Klasse B ein Reisemobil bis zu 4,25 Tonnen gefahren werden darf, und somit ein Ergebnis der Ersten Lesung zur 3. Führerscheinrichtlinie aus dem Jahr 2005 wieder aufgenommen wird. Einfache, verbraucherfreundliche Regelungen sind notwendig, um den Menschen einen klima- und familienfreundlichen Urlaub zu ermöglichen. Die Beschränkung des B-Führerscheins auf 4,25 Tonnen nur für alternative Antriebe bringt keinen wirklichen Fortschritt in der Frage, wie schnell alternativ betriebene Reisemobile auf den Markt kommen werden. Gewicht ist kein Luxusproblem! Im Gegenteil, die Basisfahrzeuge der Reisemobile sind in den letzten Jahren durch Sicherheitsausrüstung und umweltfreundlichere Technik, die zum größten Teil durch EU-Recht vorgeschrieben sind, schwerer geworden.

Es wird deshalb eine der entscheidenden Aufgaben der kommenden Jahre, die Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass auch Reisemobile im Antrieb elektrifiziert werden können. Dafür bedarf es Anpassungen, wobei die Hersteller sich in großer Abhängigkeit von den Basisfahrzeugherstellern befinden. Die Branche braucht bis zur Marktreife alternativer Antriebe für Reisemobile weiterhin gute Rahmenbedingungen für die bisherigen Produkte und die Menschen, die sie verantwortungsbewusst und sicher nutzen.



Council and European Parliament vote in favour of B driving licence for motor caravans up to 4.25 tonnes

In its general approach of 4 December 2023, the Council proposed that the B driving licence for all motor caravans should be extended to 4.25 tonnes. The EU Parliament's Transport and Tourism Committee also voted in favour of the extension to 4.25 tonnes for motor caravans. On 28 February 2024, the European Parliament confirmed this vote in its first reading.

However, the framework conditions, i.e. the design of the extended B driving licence, e.g. training as for B96 and timeline, are still unclear. These will be negotiated in 2025 in the so-called trilogue between the Commission, Council and Parliament, which is necessary before the new driving licence directive is adopted.

The caravanning industry welcomes the positions of the Council and the EU Parliament, which are aimed in particular at allowing motor caravans up to 4.25 tonnes to be driven with a category B driving licence, thus reinstating a result of the first reading of the 3rd driving licence directive from 2005. Simple, consumer-friendly regulations are necessary to enable people to enjoy climate and family-friendly holidays.

The restriction of the B driving licence to 4.25 tonnes only for alternatively fuelled vehicles does not bring any real progress in the question of how quickly alternatively fuelled motor caravans will come onto the market. On the contrary, the chassis of motor caravans have become much heavier in recent years due to safety equipment and environmentally friendly technology, most of which is prescribed by EU law.

One of the key tasks in the coming years will therefore be to create the conditions for motor caravans to also be electrified. This will require adjustments, whereby leisure vehicle manufacturers are highly dependent chassis manufacturers. Until alternative propulsion systems for motor caravans are ready for the market, the industry still needs good framework conditions for existing products and the people who use them responsibly and safely.



Die Position der Caravaningbranche

1. Caravaning unterstützt die Ziele der Nachhaltigkeit: Naturverbundenes Reisen ist gewollt und sollte daher auf vielfältige Weise möglich sein. Wenn mehr Menschen naturverbunden und nachhaltig mit dem Reisemobil verreisen, trägt dies zur Erreichung der Einsparziele gegenüber dem Flugverkehr bei und unterstützt die Regionen in Europa auf nachhaltige Weise [siehe Studien aus Deutschland, Norwegen und Spanien, die klimafreundliches Reisen mit dem Reisemobil belegen].
2. Gewicht ist kein Luxusproblem: Die Basisfahrzeuge von Reisemobilen sind in den letzten Jahren aufgrund von Sicherheits- und Umweltausrüstungen schwerer geworden (Erhöhung des Basisfahrzeuggewichts um 350 kg in 20 Jahren), was größtenteils durch EU-Recht vorgeschrieben ist. Die moderate Erhöhung auf 4,25 Tonnen ist notwendig, aber nicht wegen der anstehenden Umstellung der Antriebssysteme, sondern für alle Fahrzeuge.
3. Der Urlaub mit dem Reisemobil ist sicher: Einer generellen Anhebung der Gewichtsgrenzen steht aus sicherheitstechnischer Sicht nichts entgegen, denn die Verkehrssicherheit von Reisemobilen ist nachweislich hervorragend. Zwei Studien der BAST (Bundesanstalt für Straßenwesen, Deutschland) kommen zu einem sehr positiven Ergebnis.
4. Reisemobile von 3,5 Tonnen und 4,25 Tonnen haben nahezu identische Abmessungen: Die Unterschiede in den Fahr Anforderungen zwischen 3,5 Tonnen und 4,25 Tonnen sind zu vernachlässigen und rechtfertigen unter keinem Aspekt eine Ungleichbehandlung.
5. Die Umstellung auf alternative Antriebe ist nicht vom Führerschein abhängig: Die Umstellung auf alternativ angetriebene Reisemobile kann nicht durch die Führerscheingesetzgebung erzwungen werden. Die Branche bekennt sich zu den Zielen der EU für den Ausbau alternativer Antriebe, braucht aber auch Unterstützung, um diesen Wandel vollziehen zu können. Die angebotenen Batterielösungen sind aufgrund des sehr ungünstigen Verhältnisses von Gewicht und Reichweite nicht für Reisemobile geeignet. Dies wird zweifellos bis zum nächsten Jahrzehnt so bleiben. Hinzu kommt, dass aufgrund der zu erwartenden Preissteigerung von mindestens 20 Prozent die meisten Reisemobile für Familien und Käufer im Einstiegssegment nicht mehr erschwinglich sein werden.

The position of the caravaning industry

1. Caravaning supports sustainability goals: Holidays with a motor caravan are sustainable, family-friendly and support the political and social desire that more people travel in a climate-friendly, earthbound way. This will help to achieve savings targets compared to air travel and support regions in Europe in a sustainable way. [See studies from Germany, Norway and Spain proving that motor caravan travel is climate-friendly.]
2. Weight is not a luxury issue: The chassis of motor caravans have become heavier in recent years due to safety and environmental equipment (chassis weight increase by 350 kg in 20 years), most of which is required by EU law. Hence, the moderate increase to 4.25 tonnes for all motor caravans is crucial, but not just because of the impending change in propulsion systems, but for all vehicles.
3. Holidaying with motor caravans is safe: There is no safety-related obstacle to a general increase in weight limits as the road safety of motor caravans has been verifiably excellent. Two BAST (Federal Highway Research Institute, Germany) studies confirm a very positive result.
4. Motor caravans of 3.5 tonnes and 4.25 tonnes have almost identical dimensions: Difference in driving requirements between 3.5 tonnes and 4.25 tonnes are negligible and do under no aspect justify unequal treatment.
5. The shift towards alternative propulsion systems does not depend on driving licence: The shift towards alternatively fuelled motor caravans cannot be enforced by driving licence legislation. The battery solutions offered are not suitable for motor caravans due to the very unfavourable ratio of weight and range. This will undoubtedly remain the case until the next decade. On top of this, due to the expected price increase of at least 20 per cent, most motor caravans would no longer be affordable for families and buyers in the entry-level segment.

Strassenverkehrssicherheit

Reisemobile und Pkw-Caravan-Kombinationen stellen keinen Schwerpunkt im Unfallgeschehen dar. Trotz des stark gestiegenen Reisemobil-Bestands in den vergangenen Jahren blieben die Unfälle mit Verletzten und Toten auf einem konstant niedrigen Niveau. Zu diesem Ergebnis kamen bereits zwei Studien der Bundesanstalt für Straßenwesen (BAST).

Mit einem Anteil von 0,4 Prozent stellen Reisemobile keinen Schwerpunkt im Unfallgeschehen dar. Zu diesem Ergebnis gelangt die aktuelle Untersuchung „Unfallbeteiligung von Wohnmobilen 2010 bis 2020“ der Bundesanstalt für Straßenwesen (BAST)*.

Erfreulicherweise liegen die Unfallfolgen bei den Insassen von Reisemobilen sowie Pkw mit Caravan auf einem sehr niedrigen Niveau. Von 2010 bis 2023 wurden im Mittel knapp fünf Personen als Nutzer eines Reisemobils bei Straßenverkehrsunfällen getötet. Bei Pkw-Caravan-Kombinationen ist es eine Person. Die Zahlen sind seit Jahren konstant und schwanken um die Mittelwerte. Diese geringe Anzahl von schweren Unfallfolgen bei den Insassen von Reisemobilen und Pkw-Caravan-Kombinationen beruht u. a. auf der insgesamt seltenen Unfallbeteiligung.

Von 2010 bis 2023 nahm der Bestand an Reisemobilen um 174 Prozent zu, der Bestand an Caravans stieg in diesem Zeitraum um 38 Prozent. Trotz dieses rasanten Bestandswachstums bewegen sich die Unfallfolgen über die Jahre konstant auf einem kaum nachweisbaren Niveau. Natürlich ist jeder Verkehrstote einer zu viel. Bezogen auf den Bestand zeigen Reisemobile eine deutlich geringere Unfallbelastung als Pkw: 142 Beteiligte je 100.000 Reisemobile gegenüber 654 bei Pkw. Von den im Jahr 2023 insgesamt 1.943 tödlich verunglückten Fahrern und Mitfahrern in Kraftfahrzeugen waren vier Reisemobilinsassen. In Pkw-Caravan-Kombinationen kam niemand zu Tode.



QR-Code scannen für den Download des BAST-Berichts „Unfallbeteiligung von Wohnmobilen 2010 bis 2020“.
Scan the QR code to download the BAST report "Unfallbeteiligung von Wohnmobilen 2010 bis 2020" (Accident involvement of motor caravans 2010 to 2020).

Road safety

Motor caravans and car-caravan combinations do not represent a focal point in accident occurrence. Despite the strong increase in the number of motor caravans in the past ten years, the number of accidents with injuries and fatalities remained at a constant, very low level. Two studies by the Federal Highway Research Institute (BAST) have already come to this conclusion.

With a share of 0.4 per cent, motor caravans do not represent a focal point in accident occurrence. This is the conclusion of the current BAST study "Accident involvement of motor caravans 2010 to 2020".*

Fortunately, the accident consequences for the occupants of motor caravans and passenger car-caravan combinations are at a very low level. From 2010 to 2023, an average of just under five persons annually were killed as occupants of a motor caravan in road traffic accidents. In the case of car-caravan combinations, it is one person annually. This low number of serious accident consequences among occupants of motor caravans is based, among other things, on the overall infrequent involvement in accidents.

From 2010 to 2023, the number of motor caravans increased by 174 per cent, while the number of caravans rose by 38 per cent in the same period. Despite this rapid growth in numbers, the number of accidents has remained constant over the years at a barely detectable level. In relation to the number of vehicles, motor caravans have a significantly lower annually accident rate than cars: 142 people involved per 100,000 motor caravans compared to 654 for cars.

Of the 1,943 drivers and passengers killed in motor vehicle accidents in 2023, four were motor caravan occupants. No one died in car-caravan combinations.

As in previous years, these figures are at an extremely low level. Of course, every road death is one too many. Related to

Unfallbeteiligung von Reisemobilen in Bezug auf die Gewichtsklasse, 2023 Accident involvement of motor caravans by weight class, 2023

Gewichtsklasse Weight class	Anzahl Unfälle mit Reisemobil-Beteiligung* Number of accidents involving motor caravans*	Reisemobil-Unfälle mit Personenschaden Motor caravan accidents with personal injuries						
		Dabei Verunglückte Casualties				Darunter im Reisemobil Verunglückte Including people who died in a motor caravan		
		Insgesamt Total	Getötete Deceased	Schwer- verletzte Seriously injured	Leicht- verletzte Slightly injured	Getötete Deceased	Schwer- verletzte Seriously injured	Leicht- verletzte Slightly injured
Bis 3.500 kg	995	1.446	13	192	1.261	2	53	364
3.501-7.500 kg	115	190	5	37	148	1	13	38
>7.500 kg	5	7	0	0	7	0	0	5
Unbekannt Unknown	24	38	0	6	32	0	1	2
Gesamt Total	1.139	1.701	18	235	1.448	3	67	409

Quelle: Bundesanstalt für Straßenwesen (BAST); Kraftfahrt-Bundesamt (KBA)
Source: Federal Highway Research Institute (BAST); Federal Motor Transport Authority (KBA)
*Oben den QR-Code scannen für den Download des BAST-Berichts „Unfallbeteiligung von Wohnmobilen 2010 bis 2020“.
*Scan the QR code above to download the BAST report "Unfallbeteiligung von Wohnmobilen 2010 bis 2020" (Accident involvement of motor caravans 2010 to 2020).

Unfälle mit Reisemobilen stellen demnach in Deutschland sowohl bei der Betrachtung der absoluten Anzahl der Unfälle als auch bei der Betrachtung des fahrleistungsbezogenen Unfallrisikos keinen dringenden Problembereich der Verkehrssicherheit dar.

Das internationale Unfallgeschehen von Reisemobilen lässt sich nur lückenhaft wiedergeben, da nur noch in fünf weiteren Ländern (teilweise lückenhafte) Daten vorliegen. Es zeigt sich ein ähnliches Bild wie in Deutschland. Trotz zum Teil stark steigender Bestände ist das Unfallgeschehen unverändert.

Unfallgeschehen von Reisemobilen nach Gewichtsklassen

Bei der Betrachtung des Unfallgeschehens von Reisemobilen nach Gewichtsklassen (2019 bis 2023) ergibt sich aufgrund der Bestandsverteilung das erwartete Bild. Entsprechend dem Reisemobil-Bestand von 81,2 Prozent in der Gewichtsklasse bis zu 3,5 Tonnen ereignen sich die meisten Unfälle mit Reisemobil-Beteiligung in diesem Segment (87,3 %). Die Reisemobile von über 3,5 Tonnen bis 7,5 Tonnen liegen mit 10 Prozent etwas unter ihrem Bestandswert von 18,1 Prozent.

Bei den Reisemobilen über 7,5 Tonnen decken sich der Anteil am Gesamtbestand sowie die Unfallbeteiligung von ca. 0,5 Prozent. Auffällig ist, dass bei diesen Reisemobilen im Betrachtungszeitraum von fünf Jahren niemand getötet wurde. Zwei Reisemobil-Insassen wurden schwer und acht leicht verletzt. Bei den Unfallbeteiligten wurden mit zwei Schwerverletzten und fünf Leichtverletzten sogar noch geringere Unfallfolgen ermittelt.

Damit wird deutlich, dass insbesondere bei schweren Reisemobilen keine erhöhte Gefahr für andere Verkehrsteilnehmer ausgeht.

the stock, motor caravans show a significantly lower accident rate than passenger cars. 142 involved per 100,000 motor caravans compared to 654 for passenger cars.

Accordingly, accidents involving motor caravans do not represent an urgent problem area of road safety in Germany, either when considering the absolute number of accidents or when looking at the mileage-related accident risk.

The international accident history of motor caravans can only be represented incompletely, as data are available only in five other countries (some of them incomplete). The picture is like that in Germany. Despite some strong increases in the number of vehicles, the accident rate remains unchanged.

Accidents involving motor caravans by weight class

An analysis of motor caravan accidents by weight class (2019 to 2023) shows the expected picture based on the distribution of the vehicle population. According to the motor caravan stock of 81.2 per cent in the weight class up to 3.5 tonnes, most accidents involving motor caravans occur in this segment (87.3 %). At 10 per cent, motor caravans weighing over 3.5 tonnes and up to 7.5 tonnes are slightly below the 18.1 per cent of motor caravan stock in this category.

The share of motor caravans over 7.5 tonnes in the total stock and the accident rate of approx. 0.5 per cent are the same. It is striking that no one was killed in these motor caravans in the five-year period under review. Two motor caravan occupants were seriously injured and eight were slightly injured. The number of people involved in accidents was even lower, with two serious injuries and five minor injuries.

This clearly shows that heavy motor caravans do not pose an increased risk to other road users.



EU-Typgenehmigung

Die Vorschriften zur Typgenehmigung mit der Rahmenverordnung (EU) 2018/858 sind für die deutschen und europäischen Hersteller von Caravans und Reisemobilen von besonderer Bedeutung. Denn es gilt: Einmal EU-typgenehmigt, sind Caravans und Reisemobile ohne weitere Prüfungen innerhalb der EU zulassungsfähig. Im Jahr 2024 fanden 47 Prozent der in Deutschland produzierten Caravans und Reisemobile ihre Käufer im Ausland. Daher nutzen die deutschen Hersteller die EU-Typgenehmigung bereits seit 1999.

Reisemobile und Caravans unterliegen als sogenannte „Fahrzeuge mit besonderer Zweckbestimmung“ zum Teil anderen Vorschriften als Pkw und Anhänger. So gehören z. B. Reisemobile ebenso wie Pkw der Fahrzeugkategorie M1 (Personenbeförderung bis acht Personen plus Fahrer) an, sind aber durch ihre besondere Zweckbestimmung von einigen Vorschriften befreit. Der Wohnaufbau mit seinen kraftfahrzeuguntypischen Ausstattungsmerkmalen wie Küche, Tisch, Sanitär- und Schlafraum macht die durchgehende Anwendung von Pkw-Vorschriften unmöglich. Im Gegensatz zu Pkw steht bei Reisemobilen nicht das Fahren, sondern das Wohnen im Vordergrund. Reisemobile sind „Häuser auf Rädern“. Um die notwendigen Massen realisieren zu können, werden Reisemobile zumeist auf Lkw-Nutzfahrzeugchassis aufgebaut, wodurch die Anwendung von Pkw-M1-Vorschriften, wie z. B. hinsichtlich Emissionen und Crashtests, nicht oder nur modifiziert möglich ist.

Die Verordnung (EU) 2022/2236 legt fest, dass die Vorschriften zur General Safety Regulation 2 (GSR2) für Reisemobile und Caravans zum 7. Juli 2024 für neue Typgenehmigungen und zum 7. Juli 2026 für alle Typgenehmigungen zu erfüllen sind. Aufgrund der besonderen Zweckbestimmung von Freizeitfahrzeugen gewährt der europäische Gesetzgeber zwei Jahre längere Übergangsfristen als bei Pkw.

Neue Crashtests für Reisemobile sind nicht vorgesehen. Für Pkw, SUV und Vans konzipierte Crashtests sind nicht auf Reisemobile anwendbar, da diese Pkw-typischen Unfallsituationen nachempfunden sind. Reisemobile werden auf Nutzfahrzeugchassis aufgebaut und können daher die für Pkw konzipierten Vorschriften nicht erfüllen. Die EU-Typgenehmigung berücksichtigt dies bei der Mehrstufen-Typgenehmigung von Reisemobilen.

Die durch die General Safety Regulation 2 über die Basisfahrzeuge in Reisemobilen eingeführten aktiven Sicherheitssysteme werden das Sicherheitsniveau von Reisemobilen weiter verbessern. Dazu werden alle Reisemobile mit Kamerasystemen ausgestattet. Dies ist bei integrierten Reisemobilen recht aufwendig. Zerstörende Prüfungen von Reisemobilen im Rahmen von Crashtests sind für die weitgehend mittelständisch geprägten Hersteller bei kleinen Stückzahlen nicht zu stemmen. Passive Sicherheitsanforderungen müssen durch die Basisfahrzeuge abgedeckt werden.

EU type approval

The Framework Regulation (EU) 2018/858 on type approval is of particular importance for the German and European manufacturers of caravans and motor caravans. Once they have been EU type approved, caravans and motor caravans can be registered within the EU without undergoing further tests. In 2023, 47 per cent of caravans and motor caravans produced in Germany were purchased by customers abroad. This is why German manufacturers have been using the EC type approval since 1999.

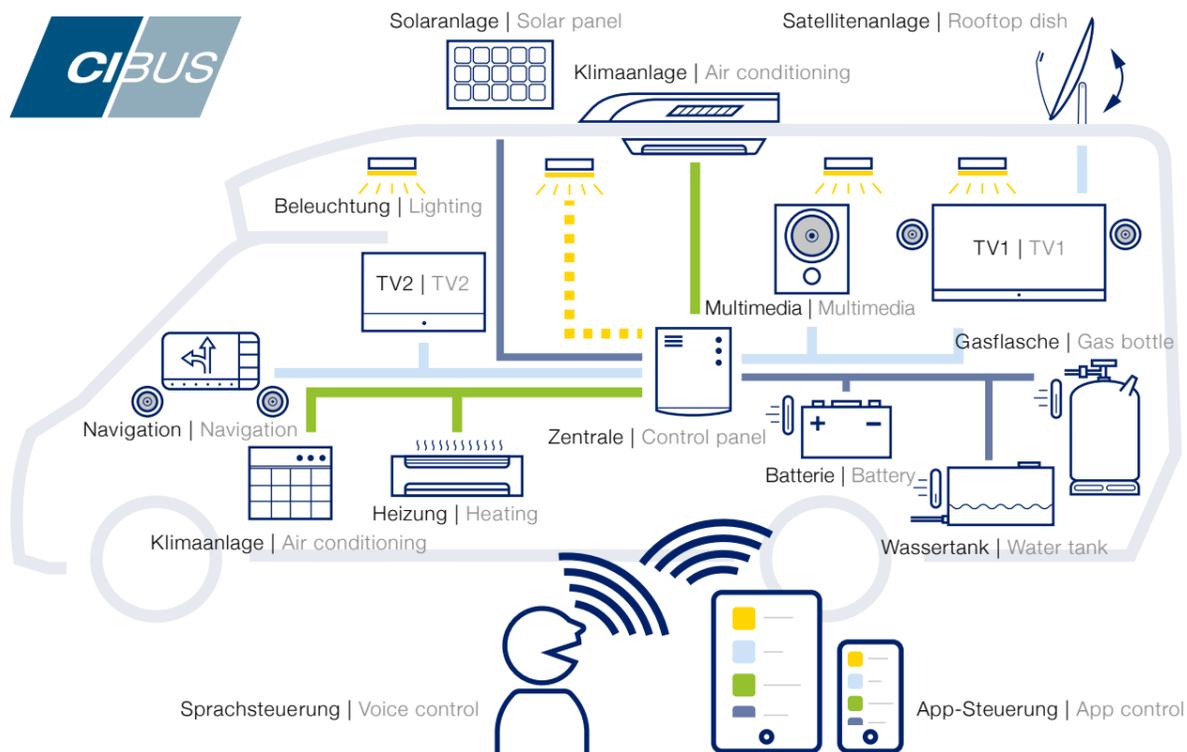
As so-called “special purpose vehicles”, motor caravans and caravans are partially subject to different regulations than cars and trailers. For example, motor caravans are in the M1 category (passenger transport for eight persons plus a driver), like passenger cars, but are exempt from certain regulations due to their special purpose. The living area layout with its equipment features such as kitchen, table, storage compartment and sleeping area, which are not typical of motor vehicles, makes it impossible to use car regulations across the board. In contrast to cars, the emphasis in motor caravans is on living, rather than on driving. Motor caravans are “houses on wheels”. In order to be able to reach the necessary vehicle masses, motor caravans are usually constructed on a commercial vehicle chassis, meaning that the use of car M1 regulations such as the ones pertaining to emissions and crash tests is either impossible or only possible with modifications.

Regulation (EU) 2022/2236 stipulated that the requirements of the General Safety Regulation (GSR2) in November 2022, the rules for motor caravans developed in a Commission working group in 2021 were published and came into effect on 7 July 2024 for new types, on 7 July 2026 for all types of caravans and motor caravans. Due to the special purpose of leisure vehicles, the European legislator is granting transition periods that are two years longer those for passenger cars.

New crash tests for motor caravans are not planned. Crash tests designed for passenger cars, SUVs and vans are not feasible for motor caravans, as these are based on typical passenger car accident situations. The EU type approval takes this into account in the multi-stage type approval of special purpose motor caravans.

The active safety systems introduced by the General Safety Regulation 2 pertaining to chassis in motor caravans will reduce the number of accidents in which motor caravans are involved, and further improve their safety. All motor caravans are equipped with camera systems for this purpose which is quite complex for integrated vehicles. Destructive testing of motor caravans is not achievable for medium-sized manufacturers. Passive safety requirements need to be covered through the chassis.





Die Weiterentwicklung der Digitalisierung in der Caravaningbranche

Die Caravaningbranche hat frühzeitig auf die zunehmende Digitalisierung reagiert und gemeinsam unter dem Dach des CIVD den CI-BUS entwickelt. Dieser Kommunikationsstandard ermöglicht die zentrale Steuerung zahlreicher Geräte und Funktionen verschiedener Zulieferer innerhalb des Bordnetzes von Freizeitfahrzeugen. So können beispielsweise Batteriestatus, Füllstände, Wohnraumbelichtung, Heizungen, Klimaanlage, Kühlschränke und Satellitenantennen komfortabel überwacht und gesteuert werden.

Die Einführung einer gemeinsamen Plattform hat die Entwicklung, Wartung und den Service eines standardisierten Datenbus-Systems erleichtert. Seit seiner Markteinführung im Jahr 2013 hat der CI-BUS eine beeindruckende Verbreitung erfahren: Über 100 Unternehmen sind heute Kooperationspartner und die Zahl der CI-BUS-kompatiblen Geräte sowie entsprechend ausgestatteten Fahrzeuge wächst stetig.

Mit der rasanten Weiterentwicklung der Digitalisierung stoßen traditionelle BUS-Standards jedoch zunehmend an ihre Grenzen. Die wachsende Anzahl an Geräten und Funktionen in modernen Caravans und Reisemobilen erfordert innovative Lösungen. Um dieser Entwicklung gerecht zu werden, arbeiten der CIVD und seine Mitglieder an einem neuen Standard, der auf die Anforderungen der Zukunft zugeschnitten ist. Dieser zukunftssichere Standard wird höhere Datenraten ermöglichen, die steigende Zahl von Geräten bewältigen und die Herausforderungen der E-Mobilität adressieren.

Darüber hinaus wird der neue Standard Funktionen wie Software-Updates und Fernwartung integrieren und dabei höchste Sicherheitsstandards gewährleisten. Ziel ist es, eine zuverlässige, langfristige Lösung zu schaffen, die nicht nur die technischen Herausforderungen meistert, sondern auch die europäische Caravaningbranche nachhaltig stärkt und auf kommende Digitalisierungstrends vorbereitet.

Advancing digitalisation in the Caravaning Industry

The caravaning industry recognised the rise of digitalisation early on and, under the umbrella of the CIVD, developed the CI-BUS. This communication standard enables centralised control of numerous devices and functions from various suppliers within the onboard network of recreational vehicles. For example, battery status, tank levels, interior lighting, heating systems, air conditioning, refrigerators and satellite antennas can be conveniently monitored and controlled.

The introduction of a unified platform has simplified the development, maintenance and servicing of a standardised data bus system. Since its market launch in 2013, the CI-BUS has achieved impressive adoption: over 100 companies are now cooperation partners, and the number of CI-BUS-compatible devices and vehicles equipped with the system continues to grow.

However, with the rapid advancement of digitalisation, traditional bus standards are increasingly reaching their limits. The growing number of devices and functions in modern caravans and motor caravans demands innovative solutions. To address this evolution, the CIVD and its members are developing a new standard designed to meet future requirements. This future-proof standard will support higher data rates, manage the increasing number of devices and address the challenges of e-mobility.

Furthermore, the new standard will integrate features such as software updates and remote maintenance while ensuring the highest security standards. The goal is to create a reliable, long-term solution that not only overcomes technical challenges but also strengthens the European caravaning industry sustainably and prepares it for upcoming digitalisation trends.

Das speziell für Reisemobile und Caravans verfasste Reparaturhandbuch stellt eine wichtige Quelle für Sachverständige, Versicherungen und Werkstätten dar.

Das Reparaturhandbuch ist unabhängig von Hersteller und Typ und wird von einem Expertenausschuss, an welchem sich neben den Spezialisten der CIVD-Mitglieder auch das Allianz Zentrum für Technik (AZT), der Deutsche Caravaning Handelsverband (DCHV) und die DEKRA beteiligen, stets auf dem aktuellen Stand gehalten.

Werkstätten profitieren von den Arbeitsbeschreibungen zu Reparaturtechniken am Aufbau, Hinweisen für die Elektroinstallation, die Flüssiggasanlage und Vorgabezeiten für die Dauer der Arbeiten. Dabei handelt es sich nicht um eine einfache Sammlung von „How-to“-Anleitungen, sondern um Beschreibungen von Verfahren, die als sach- und fachgerechte Reparaturen anerkannt werden. Die Reparaturmethoden sind mit den Aufbauherstellern, die sich am Reparaturhandbuch beteiligen, abgestimmt und zusammen mit dem AZT in Versuchsreihen erprobt. Dabei wird beispielsweise die Klima- und Temperaturbeständigkeit überprüft oder das Verhalten bei UV-Einstrahlung sowie mögliche Farbunterschiede untersucht.

Für Sachverständige und für Versicherungen sind vor allem die umfangreichen Kostenaufstellungen zu Ersatzteilpreisen und Arbeitsaufwand relevant. Besonders informativ ist die ausführliche Betrachtung einzelner Schadensfälle, die aufgrund völlig anderer Materialien als im Pkw-Bereich eine andere Begutachtung und Schadensfeststellung erfordern.

Das früher als CD ausgelieferte Reparaturhandbuch ist im Jahr 2022 auf eine Online-Plattform umgezogen. Während die technische Infrastruktur von der Deutschen Automobil Treuhand GmbH (DAT) bereitgestellt wird, ist der CIVD weiter für den Inhalt des Reparaturhandbuchs sowie für die Verwaltung der Abonnenten verantwortlich. Durch den Umzug auf die Online-Plattform können Nutzer nun jederzeit von überall auf die Inhalte zugreifen, vorausgesetzt, sie haben einen Internetzugang.

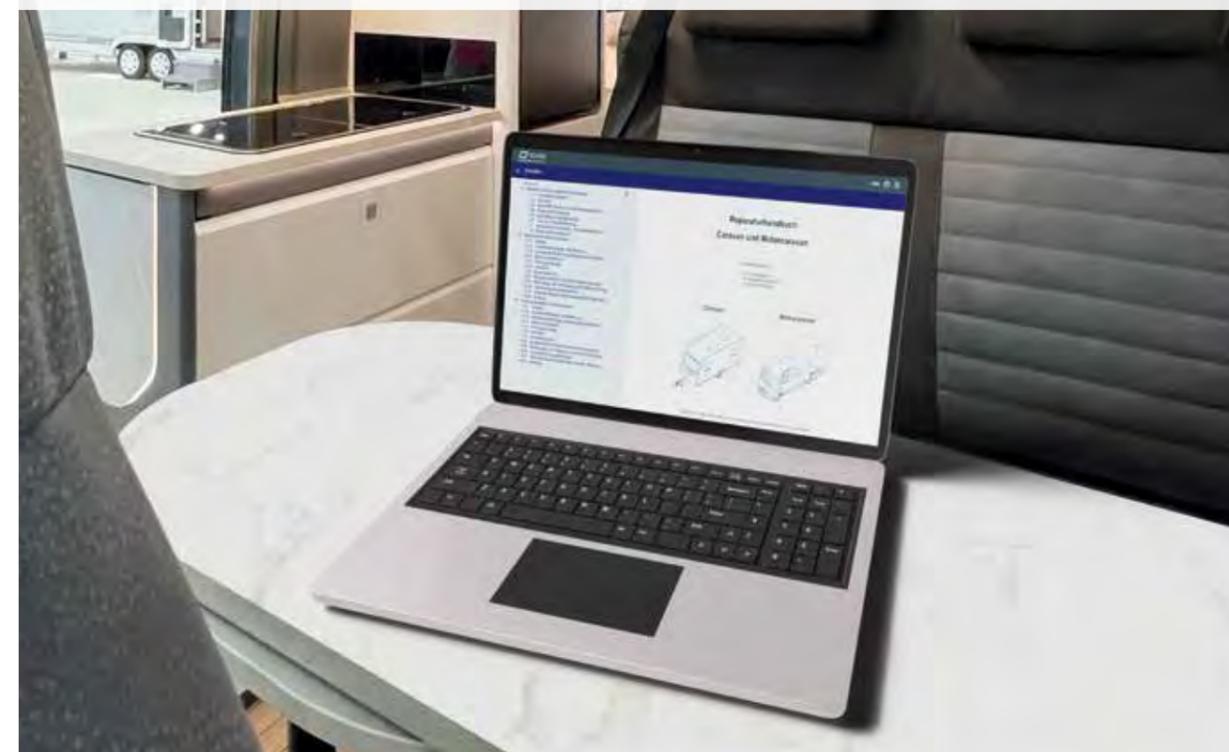
Written specifically for caravans and motor caravans, the repair manual is an important resource for assessors, insurance companies and repair workshops.

The repair manual is independent of manufacturer and type and is always kept up to date by an expert committee of the CIVD, in which, in addition to the specialists of its members, the Allianz Zentrum für Technik (AZT), the Deutsche Caravaning Handels-Verband (DCHV) and DEKRA, among others, participate.

Workshops benefit from the descriptions of repair techniques on the body, instructions for electrical installation, the liquid gas system and specified times for the duration of the work. This is not a simple collection of “how-to” instructions, but rather descriptions of procedures that are recognised as proper and professional repairs. The repair methods are agreed with the body manufacturers who participate in the repair manual and are tested in test series together with the AZT. For example, the climate and temperature resistance is tested or the behaviour under UV radiation and possible colour differences are examined.

Especially relevant for experts and insurance companies are the comprehensive cost breakdowns on spare parts prices and labour time. Particularly informative is the detailed consideration of individual cases of damage, which require a different appraisal and damage assessment due to completely different materials than in the passenger car sector.

The repair manual, previously delivered as a CD, moved to an online platform in 2022. While the technical infrastructure is provided by Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT), the CIVD continues to be responsible for the content of the repair manual as well as for the management of subscribers. By moving to the online platform, users can now access the content from anywhere at any time, provided they have internet access.



Ausbildung: „Caravan- und Reisemobiltechnik“

Mit der Einführung der Fachrichtung „Caravan- und Reisemobiltechnik“ in der Ausbildung Karosserie- und Fahrzeugbaumechanik hat die Caravaningbranche ihren ersten, speziell auf sie zugeschnittenen Ausbildungsberuf geschaffen. Die Auszubildenden legen den Grundstein für eine neue Generation von Fachkräften, die sich auf die Produktion, Instandhaltung und Reparatur von Caravans und Reisemobilen spezialisieren. Der Bestand an Freizeitfahrzeugen wächst seit Jahren kontinuierlich und erreicht immer neue Höchststände. Damit einhergehend steigt der Bedarf an qualifizierten Fachkräften, um die Fahrzeuge zu warten und zu reparieren. Freizeitfahrzeuge weisen jedoch zahlreiche spezifische Unterschiede zu anderen Kraftfahrzeugen auf. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, hat der CIVD intensiv daran gearbeitet, einen Ausbildungsberuf ins Leben zu rufen, der den besonderen Bedürfnissen der Branche entspricht.

Die Technologie in modernen Fahrzeugen entwickelt sich rasant weiter und die Zukunft verspricht weitere Neuerungen. Der Einsatz innovativer Werkstoffe, die Integration vernetzter Systeme, Fahrerassistenzsysteme und Fortschritte in der Elektromobilität erfordern eine stetige Weiterentwicklung von Betrieben und Personal. Mit diesen Herausforderungen wachsen auch die Ansprüche an gut ausgebildete Mitarbeiter. Die neue Fachrichtung „Caravan- und Reisemobiltechnik“ umfasst nicht nur Grundlagen im Fahrzeugbau, sondern auch die Installation und Wartung von elektrischen, elektronischen, hydraulischen und pneumatischen Systemen in Freizeitfahrzeugen. Fertigkeiten wie Kleben und Dichten sind ebenso Bestandteil des Lehrplans wie das Ausrüsten und Warten von Ver- und Entsorgungssystemen. Darüber hinaus gehören die

Vocational training: “Caravan and Motor Caravan Technology”

With the introduction of the specialisation in “Caravan and Motor Caravan Technology” within the vocational education programme for body and vehicle construction mechanics, the caravanning industry has created its first profession specifically tailored to its needs. Trainees are laying the foundation for a new generation of skilled workers specialised in the production, maintenance and repair of caravans and motor caravans.

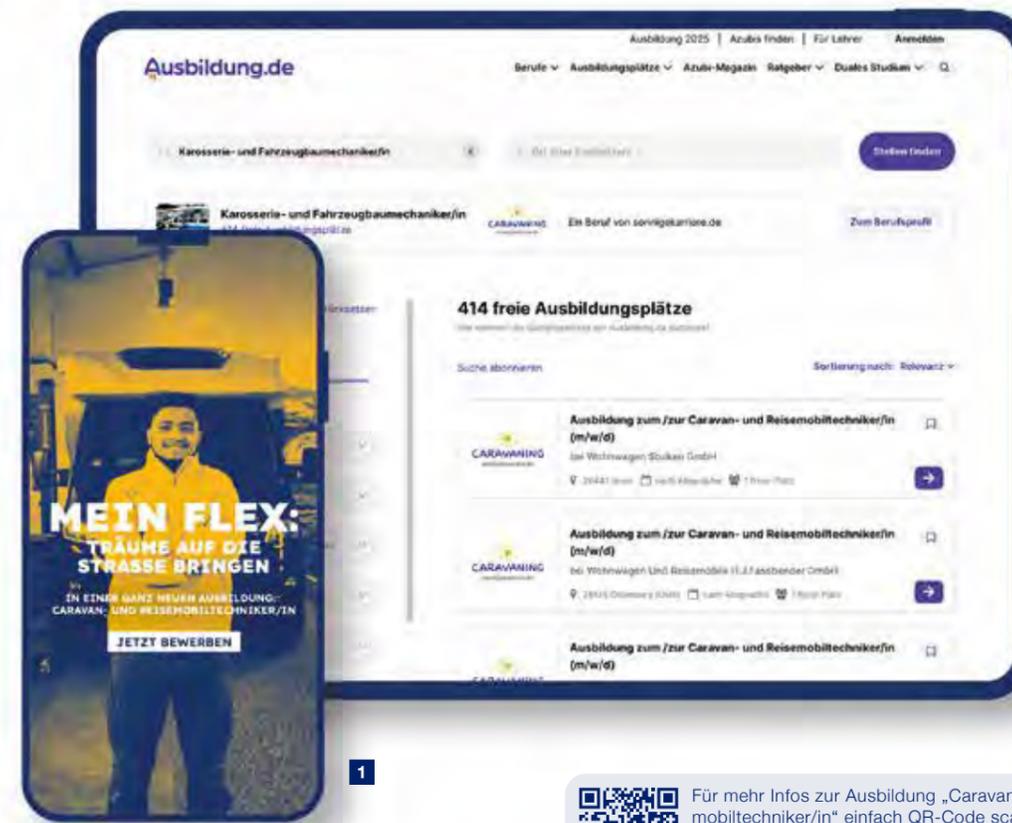
The number of leisure vehicles in stock has been steadily increasing for years, consistently reaching new record highs. The demand for skilled labour in manufacturers’ factories and workshops is correspondingly high. Recreational vehicles, however, exhibit numerous specific differences compared to other motor vehicles. To meet these requirements, the CIVD has worked intensively to establish a vocational education programme that addresses the unique needs of the industry. Technology in modern vehicles is advancing rapidly, and the future promises further innovations. The use of innovative materials, the integration of connected systems, driver assistance systems and advancements in electromobility necessitate continuous development within companies and their workforce. These challenges bring higher demands for well-trained employees.

The new specialisation “Caravan and Motor Caravan Technology” not only covers the fundamentals of vehicle construction but also includes the installation and maintenance of electrical, electronic, hydraulic and pneumatic systems in leisure vehicles. Skills such as bonding and sealing are integral



Bereits seit dem CARAVAN SALON 2022 ist der Azubi-Messestand des CIVD ein gut frequentierter Anlaufpunkt für Interessierte.

Ever since CARAVAN SALON 2022, the CIVD's educational exhibition stand has been a popular point of contact for interested visitors.



1

2



1 Die Social-Media-Maßnahmen erzeugen kontinuierlich Aufmerksamkeit für den Caravaning-Ausbildungsberuf. The social media campaigns continuously generate interest in the caravanning vocational training programme.

2 Ausbildung.de ist die führende Online-Plattform für Schüler, die nach passenden Ausbildungsberufen und -angeboten suchen. Ausbildung.de is the leading online platform for students looking for suitable vocational training occupations and opportunities.

Schadensbegutachtung und Reparatur zu den zentralen Ausbildungsinhalten. Der neue Ausbildungsberuf basiert auf doppelter Rechtsgrundlage und steht sowohl der Industrie als auch dem Handwerk offen. Im ersten Ausbildungsjahr werden die Auszubildenden gemeinsam mit anderen fahrzeugtechnischen Berufen unterrichtet, bevor sie sich in den Fachrichtungen spezialisieren. Mit dieser Initiative wird die Caravaningbranche nicht nur den wachsenden Anforderungen des Marktes gerecht, sondern legt auch den Grundstein für eine zukunftssichere Entwicklung und die nachhaltige Stärkung der Branche. Der CIVD setzt auf verschiedenste Maßnahmen, um über die neue Ausbildung zu informieren und diese aktiv zu bewerben. Bereits ab dem CARAVAN SALON 2022 wurde mit der aktualisierten Website sonnigekarriere.de, einem Imagefilm, Broschüren und PR-Aktivitäten die Grundlage für eine eigene Werbekampagne für den neuen Beruf geschaffen. Die Kampagne richtet sich mittlerweile an drei Zielgruppen: potenzielle Auszubildende, deren Eltern oder Umfeld sowie Multiplikatoren – also Personen und Institutionen, die das Ausbildungsangebot weiterverbreiten. Die eingesetzten Kanäle und Maßnahmen sind zielgruppengerecht gestaltet und konzentrieren sich vor allem auf Online-Formate, insbesondere die sozialen Medien. Zusätzliche Reichweite schaffen u. a. Kooperationen mit ausbildung.de, studyflix.de und auch Mehr Zeit für Kinder e. V. Der Verein spricht mit seiner Bildungsinitiative 10.000 deutsche Schulen und deren Lehrer und Schüler an.

parts of the curriculum, as are equipping and servicing supply and disposal systems. Additionally, damage assessment and repair are central training components. This new vocational education programme is based on a dual legal framework and is open to both the industry and the trades. During the first year of education, apprentices are taught other vehicle technology professions before specialising in their respective fields. With this initiative, the caravanning industry not only meets the growing demands of the market but also establishes the foundation for a future-proof development and the sustainable strengthening of the sector. The CIVD is using a wide range of measures to provide information about the new vocational education and actively promote it. Starting at the CARAVAN SALON 2022, the updated website sonnigekarriere.de, an image film, brochures and PR activities have created the basis for a dedicated advertising campaign for the new profession. The campaign is now aimed at three target groups: potential trainees, their parents or their environment and multipliers – i.e. people and institutions that spread the word about the training on offer. The channels and measures used are designed to suit the target group and focus primarily on online formats, especially social media. Additional reach is created by cooperations with ausbildung.de, studyflix.de and Mehr Zeit für Kinder e. V., among others. The association addresses 10,000 German schools and their teachers and pupils with its educational initiative.

Workshops und Seminare

Spezielle normative, technische Vorschriften, Anforderungen an Materialien und Stoffverbote, aktuelle Gerichtsurteile mit Branchenbezug oder allgemeine Fragen des Vertriebsrechts: Das Spektrum der technischen und rechtlichen Anforderungen an die Freizeitfahrzeughersteller und die Zulieferer wächst ständig. Der CIVD legt daher größten Wert darauf, seinen Mitgliedern zu allen branchenrelevanten Themen Seminare und Informationsveranstaltungen anzubieten, die speziell auf die Belange der Branche zugeschnitten sind. Aufgrund der pandemiebedingten Situation konnten Seminare in den letzten Jahren nur eingeschränkt stattfinden oder als Webinare angeboten werden.

In den Grundlagenseminaren zur Normung werden die normativen Anforderungen an Caravans und Reisemobile vorgestellt und mit Beispielen aus der Praxis eingehend erläutert. Das Normungsseminar für Einsteiger und zur Auffrischung wird als offene Veranstaltung sowie als spezielle Inhouse-Schulung durchgeführt. Erfahrungsgemäß fördern die Gespräche vor Ort und in den Pausen den Austausch und das Networking. Ebenso werden neueste Entwicklungen bei durch den CIVD geführten Projekten, wie zum Beispiel dem CI-BUS, beleuchtet. Informationsveranstaltungen zur EG-Typgenehmigung und Material Compliance runden das Angebotsspektrum ab. Darüber hinaus werden seit über 20 Jahren von einer international tätigen Kanzlei Workshops zur „Vertragsgestaltung, Gewährleistung, Garantie und Produkthaftung“ durchgeführt. In diesen wird mit sehr viel Branchenkenntnis und Praxis-Know-how das System der Sachmängelhaftung auch anhand von aktuellen Fällen erklärt. Das Angebot an Workshops wird fortlaufend erweitert und aktuell angepasst. Der CIVD ist be-

Workshops and seminars

Special normative, technical regulations, requirements for materials and substance bans, current court rulings with industry relevance or general questions of sales law: the spectrum of technical and legal requirements for recreational vehicle manufacturers and suppliers is constantly growing. The CIVD therefore attaches great importance to offering its members seminars and information events on all topics relevant to the industry, which are especially suited to the concerns of the industry.

In the basic seminars on standardisation, the normative requirements for caravans and motor caravans are presented and explained in detail with practical examples. The standardisation seminar for beginners and as a refresher course is held usually in presence. Experience has shown that on-site discussions, especially during the breaks, encourage exchange and networking. Equally, the latest developments in CIVD projects, such as the CI-BUS, will be highlighted. Information events on EC type approval and material compliance round off the range of offerings.

In addition, for over 20 years, an internationally operating law firm has organised workshops on the topic of “Contracts, warranties, guarantees and product liability”. These workshops explain the liability system for material defects with a great deal of industry knowledge and practical know-how, with reference to current cases. The range of workshops is continually expanded and updated. The CIVD intends to include further industry-relevant topics in practical workshops. The workshop “CIVD Legal workshop for Newcomers to the Caravanning Industry” provides basic legal knowledge in the areas of contracts, guarantees, warranties and product

strebt, weitere branchenrelevante Themen in die praxisbezogenen Workshops aufzunehmen.

Im Workshop „Rechtsseminar für Einsteiger in die Caravanningbranche“ wird rechtliches Basiswissen für die Bereiche Vertragsgestaltung, Gewährleistung, Garantie und Produkthaftung vermittelt. Dieser richtet sich an diejenigen, die noch nie einen CIVD-Rechtsworkshop besucht haben oder einfach nur ihr Wissen auffrischen möchten.

liability. This workshop is aimed at people who have never been to a CIVD legal workshop before, or who simply want to refresh their knowledge.

CIVD-Workshops 2024 und 2025 | CIVD workshops 2024 and 2025

27. Februar 2024 27 February 2024	Vorstellung von Berufsschulstandorten zur Fachrichtung „Caravan- und Reisemobiltechnik“ (Webmeeting) Presentation of vocational school locations in the field of “Caravan and Motor Caravan Technology” (webmeeting)
8. und 14. Mai 2024 8 and 14 May 2024	Freizeitfahrzeugnormung Basics in standardisation
4. Juni 2024 4 June 2024	Händlerinsolvenzen – Risiken und Vorsorge (Webinar) Dealer insolvencies – risks and precautions (webinar)
5. Dezember 2024 5 December 2024	Beratung Stellplätze (Webinar) Motor caravan pitch consulting (webinar)
5. Dezember 2024 5 December 2024	Neueste gesetzgeberische Entwicklungen für die Caravanningbranche (Rechtsworkshop für Spezialisten) Latest legislative developments for the caravanning industry (legal workshop for specialists)
10. und 11. Dezember 2024 In-House-Schulung (Hobby) 10 and 11 December 2024 In-house training (Hobby)	Grundlagen der Normung Basics in standardisation
Offene Seminare (Herbst/Winter 2025) In-House-Schulungen (auf Anfrage) Open seminars (autumn/winter 2025) In-house training courses (on request)	Grundlagen der Normung Basics in standardisation
19. März 2025 19 March 2025	Planung von Reisemobilstellplätzen Motor caravan pitch consulting
Juni 2025 June 2025	Rechtsseminar für Einsteiger in die Caravanningbranche Legal workshop for newcomers to the caravanning industry
November 2025 November 2025	Rechtsworkshop für Spezialisten Legal workshop for specialists



Tourismusmotor Caravanning

Die Tendenz zum Reisen mit Reisemobil und Caravan ist weiterhin ungebrochen und behauptet sich im Deutschland-tourismus trotz aktueller wirtschaftlicher und politischer Herausforderungen als ein verlässliches Segment. Vor allem der Rekord von etwa 45 Millionen Übernachtungen auf deutschen Campingplätzen im letzten Jahr zeugt von nachhaltigem Interesse am Caravanning. Das Reisen im eigenen Rhythmus ist also beliebt wie nie zuvor.

Chancen für den Tourismus in den Regionen und Kommunen

Caravanning ist beliebt und macht glücklich. Beste Voraussetzungen für einen langanhaltenden Boom. Gerade touristisch noch wenig erschlossenen Regionen und Kommunen bietet Caravanning gute 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 dem allgemeinen Preis- und Zinsanstieg sowie den klimatischen Kapriolen erfolgreich trotzen konnte. Darüber hinaus ist Caravanning verglichen mit anderen Fortbewegungsmitteln eine ökologisch verträgliche Art des Reisens, die, wie eine GfK-Studie zeigt, umweltbewusste, naturliebende und glückliche Reisende als Gäste in die Destinationen bringt.

Stellplätze bringen Mehrwert in den Regionen

Caravanning als Urlaubsform boomt: Für das abgelaufene Jahr waren allein in Deutschland fast 100.000 Freizeitfahrzeuge neu zugelassen und die Zahl steigt stetig. Doch nicht nur für die Caravanning-Industrie ist der hohe Absatz an hochwertigen Freizeitfahrzeugen eine gute Nachricht. Durch den Bau und Ausbau von Stellplätzen haben auch touristisch weniger entwickelte Regionen in Deutschland beste Möglichkeiten, um am Caravanning-Boom teilzuhaben.

Chancen für Regionen auch durch Reiseverhalten der Caravanning-Urlauber

Neben der steigenden Zahl der Freizeitfahrzeuge erhöht das spezifische Reiseverhalten von Caravanning-Urlauern die Entwicklungspotenziale gerade auch für Regionen, die bisher weniger im Fokus des touristischen Interesses standen. Zwar fahren Reisemobilisten oftmals kürzer in Urlaub, dafür aber häufiger; sie bevorzugen dabei Ziele innerhalb Deutschlands und insbesondere auch Ziele, die abseits der großen touristischen Hotspots liegen. Gerade für Kommunen oder private Investoren in ländlichen und touristisch wenig frequentierten Gebieten sind Reisemobilstellplätze somit eine optimale Möglichkeit, um niedrigschwellig eine touristische Infrastruktur vor Ort aufzubauen.

Stellplätze immer beliebter

Hinzu kommt: Reisemobilstellplätze werden bei Caravanning-Urlauern immer beliebter. 2024 gab es in Deutschland laut den aktuellen Zahlen des dwif etwa 5.500 Stellplätze mit ca. 77.000 Standflächen. Gegenüber 2016 ist das ein Plus von 51 Prozent bei den Stellplätzen und 25 Prozent bei den Standflächen. Im gleichen Zeitraum hat sich die Zahl der Reisemobile verdoppelt (2016: 450.167 – 2023: 907.879). Die Zahlen

Caravanning as a tourism engine

The trend for travelling with motor caravan and caravans continues unabated and is asserting itself as a reliable segment in German tourism despite current economic and political challenges. In particular, the record of around 45 million overnight stays at German campsites last year is evidence of the sustained interest in caravanning. Travelling at your own pace is therefore more popular than ever before.

Opportunities for tourism in the regions and municipalities

Caravanning is popular and makes people happy – the best conditions for a long-lasting boom. Caravanning offers regions and municipalities that are still underdeveloped in terms of tourism in particular good opportunities to build up tourism infrastructure quickly and with little financial outlay and thus participate in tourism value creation. Experience in recent years has also shown that caravanning has successfully defied the general rise in prices and interest rates as well as the capricious climate. Furthermore, compared to other means of transportation, caravanning is an environmentally friendly way of travelling, which, as a GfK study shows, brings environmentally conscious, nature-loving and happy travellers to their destinations.

Motor caravan sites bring added value to regions

Caravanning as a form of holiday is booming: in the past year, almost 100,000 new leisure vehicles were registered in Germany alone and the number is rising steadily. But the high sales of high-quality leisure vehicles are not only good news for the caravanning industry. Thanks to the construction and expansion of pitches, less developed tourist regions in Germany also have the best opportunities to participate in the caravanning boom.

Opportunities for regions also due to the travel behaviour of caravanning holidaymakers

In addition to the increasing number of leisure vehicles, the specific travel behaviour of caravanning holidaymakers also increases the development potential regions that were previously less of a focus of tourist interest. Although caravanners often go on holiday for shorter periods of time, they do so more frequently, preferring destinations within Germany and, in particular, destinations away from the major tourist hotspots. Particularly for local authorities or private investors in rural and less frequented tourist areas, motor caravan sites are therefore an ideal opportunity to establish a low-threshold local tourist infrastructure.

Motor caravan sites are becoming increasingly popular

What's more, motor caravan sites are becoming increasingly popular with caravanning holidaymakers. According to the latest figures from the dwif, there were around 5,500 sites with approx. 77,000 pitches in Germany in 2024. Compared to 2016, this is an increase of 51 per cent in sites and 25 per cent in pitch areas. In the same period, the number of motor caravans doubled (2016: 450,167 – 2023: 907,879). The figures clearly demonstrate the enormous tourism potential

belegen deutlich das enorme touristische Potenzial, das im Ausbau der Stellplatzinfrastruktur in Deutschland noch gehoben werden kann.

Leitfaden „Klimaneutraler Stellplatz“ mit Kriterien-Checkliste

Klimaschutz als eine der zentralen Herausforderungen der Zukunft spielt auch beim Thema Stellplätze eine wichtige Rolle. Der CIVD hat sich hier als Vorreiter positioniert und gemeinsam mit seinem Partner ECOCAMPING e. V. das Pilotprojekt „Klimafreundlicher Reisemobilstellplatz“ erfolgreich umgesetzt. Ziel war es, neue Stellplätze auf der Basis der während der Projektphase gewonnenen Erkenntnisse von Anfang an klimaneutral zu planen und bereits bestehende Stellplätze nach und nach umzugestalten, entweder als Modernisierung oder als Erweiterung einer Anlage. Damit erhalten die Betreiber von Reisemobilstellplätzen Strategien und Werkzeuge für den Weg in eine klimapositive Zukunft. Im Rahmen des Pilotprojekts wurden mehrere Stellplätze besucht und beraten, um Best-Practice-Beispiele zu entwickeln: Die Klimabilanz eines Reisemobilstellplatzes beeinflussen sehr viele Faktoren. Der bisher einzigartige Leitfaden will dabei unterstützen, sie im Blick zu behalten und kontinuierlich daran zu arbeiten. Doch eine gewisse Systematik und langfristige Perspektive sind dabei notwendig, was in der Regel nur ein Managementsystem mit regelmäßigem Monitoring gewährleistet.

Gegenwärtig wartet die Branche gespannt auf den nationalen Umsetzungsvorschlag der Bundesregierung für die von der Europäischen Union geforderten, anspruchsvollen Standards für Auszeichnungen und Zertifizierungen. Bis geklärt sein wird, welche Anforderungen an Zertifizierungsstellen sowie an Auszeichnungen gestellt werden und welche Möglichkeiten zur Umsetzung gegebenenfalls bestehen könnten, hat der CIVD zusammen mit ECOCAMPING schon eine Checkliste erstellt, mit der Betreiber von Reisemobilstellplätzen konkret ihre Klimabilanz verbessern können. Diese Checkliste versteht sich als vorbereitender Schritt für eine Auszeichnung, bis die neue Green Claims Richtlinie der Europäischen Union dies zulässt. Um eine nachhaltige Stellplatzinfrastruktur in den Regionen aufzubauen, bedarf es aber der koordinierten Zusammenarbeit aller, die sich für den Tourismusstandort Deutschland und für gleichwertige Lebensbedingungen in den Regionen einsetzen. Der CIVD lädt die Verantwortlichen in Bund, Ländern

that can still be tapped into by expanding the infrastructure of motor caravan sites in Germany.

“Climate-neutral motor caravan sites” guide with criteria checklist

Climate protection as one of the central challenges of the future also plays an important role when it comes to pitches. The CIVD has positioned itself as a pioneer here and, together with its partner ECOCAMPING e. V., has successfully implemented the pilot project “Climate-friendly motor caravan site”. The aim was to plan new sites in a climate-neutral way from the outset on the basis of knowledge gained during the project phase and to gradually redesign existing sites, whether as a modernisation or extension of a facility. This provides motor caravan sites operators with strategies and tools for a climate-positive future. As part of the pilot project, several sites were visited and advised in order to develop examples of best practice: many factors influence the carbon footprint of a motor caravan stopover. This unique guide aims to help you keep an eye on them and work on them continuously. However, a certain systematic approach and long-term perspective are necessary, which can generally only be guaranteed by a management system with regular monitoring.

The certification industry is currently eagerly awaiting the German government's national implementation proposal for the demanding standards for awards and certifications required by the European Union. Until this proposal has clarified what requirements are placed on certification bodies and awards and what options for implementation might exist, the CIVD, together with ECOCAMPING, has already drawn up a checklist with which operators of motor caravan sites can specifically improve their carbon footprint. This checklist is intended as a preparatory step for an award until the new Green Claim guidelines of the European Union allow this.

In order to develop a sustainable motor caravan site infrastructure in the regions, however, coordinated cooperation is needed between all those who are committed to Germany as a tourist destination and to equal living conditions in the regions. The CIVD invites those responsible at the federal, state and local level to work together to develop a supra-regional motor caravan sites strategy that promotes and supports sustainable projects in particular.

Tourismus- und Wirtschaftsfaktor Caravanning – die Umsätze durch Ausgaben der Caravanning-Urlauber im Zielgebiet Caravanning as tourism and economic factors – the turnover through expenditure of caravanning holidaymakers in the target area



Quelle: dwif 2023
 Source: dwif 2023

und Kommunen zur Zusammenarbeit ein, um gemeinsam eine überregionale Stellplatzstrategie zu entwickeln, die nachhaltige Projekte in besonderem Maße fördert und unterstützt.

Nachhaltiger und klimafreundlicher Caravanning-Tourismus in den nationalen Naturlandschaften

Laut einer GfK-Studie spielen die Nähe zur Natur und Nachhaltigkeit für viele Reisende sowohl im Alltag als auch im Urlaub eine wichtige Rolle. Die nationalen Naturlandschaften – 104 Naturparks, 16 Nationalparks, 18 Biosphärenreservate und drei Wildnisgebiete auf einem Drittel der Fläche Deutschlands – sind daher ein beliebtes Ziel für Caravanning-Gäste. In den kommenden

Sustainable and climate-friendly caravanning tourism in National Natural Landscapes

According to a GfK study, proximity to nature and sustainability play an important role for many travellers, both in everyday life and on holiday. The National Natural Landscapes – 104 nature parks, 16 national parks, 18 biosphere reserves and three wilderness areas covering one third of Germany – are therefore popular destinations for caravanning guests. Over the next two years, these associations will be supporting several pilot projects in the National Natural Landscapes across Germany in order to test and multiply practical concepts and solutions for sustainable,



V.l.n.r.: CIVD-Präsident Bernd Löher, Jan Wildefeld, Geschäftsführer Nationale Naturlandschaften e. V., CIVD-Geschäftsführer Daniel Onggowinarso und Ulrich Köster, Geschäftsführer Verband Deutscher Naturparke e. V., bei der Unterzeichnung der Kooperationsvereinbarung.
From left to right: CIVD President Bernd Löher, Jan Wildefeld, Managing Director of Nationale Naturlandschaften e. V., CIVD Managing Director Daniel Onggowinarso and Ulrich Köster, Managing Director of Verband Deutscher Naturparke e. V., at the signing of the cooperation agreement.

zwei Jahren begleiten CIVD, Nationale Naturlandschaften e. V. und Verband Deutscher Naturparke e. V. bundesweit mehrere Pilotprojekte in nationalen Naturlandschaften, um praxistaugliche Konzepte und Lösungen für einen nachhaltigen, klima- und naturverträglichen Caravanning-Tourismus zu erproben und zu multiplizieren. Kurzfristiges Ziel der verbandsübergreifenden Kooperation ist es, dass sich das Angebot an Park- und Übernachtungsmöglichkeiten für Caravanning-Urlauber so weiterentwickelt, dass die biologische Vielfalt erhalten bleibt, dass attraktive Möglichkeiten für das Naturerleben entstehen und die regionale nachhaltige Wertschöpfung gestärkt wird. Das langfristige Ziel von NNL e. V., VDN e. V. und CIVD besteht darin, dass eine attraktive und nachhaltige Caravanning-Infrastruktur geschaffen wird und Mobilreisende mithilfe digitaler Technologien informiert und gelenkt werden können. Die gemeinsame Vision: Caravanning in Deutschlands schönsten Naturlandschaften im Einklang mit Naturschutz und nachhaltiger Regionalentwicklung. Im Rahmen von Pilotprojekten sollen als Erstes in den Biosphärenreservaten Schaalsee und Flusslandschaft Elbe Mecklenburg-Vorpommern Potenziale für attraktive, dezentrale Stellplätze aufgezeigt werden, die festgelegten Nachhaltigkeitskriterien entsprechen. Gemeinsam mit den Ämtern der Regionen werden in einem nächsten Schritt die Gemeinden bei der Umsetzung beispielhafter Stellplätze unterstützt.

Wie sieht der ideale Stellplatz aus?

Die Nachfrage nach Stellplätzen ist unumstritten groß, doch wie sieht ein geeigneter Stellplatz aus? Auf dem CARAVAN SALON in Düsseldorf machte der CIVD in seiner Ausstellung

climate- and nature-friendly caravanning tourism. The short-term goal of the cross-association cooperation is to further develop the range of short term stays and accommodation options for caravanning holidaymakers in such a way that

Nationale Naturlandschaften



biodiversity is preserved, attractive opportunities for caravanning holidaymakers to experience nature are created and regional sustainable value creation is strengthened. The long-term goal of NNL e. V., VDN e. V. and CIVD is to create an attractive and sustainable caravanning infrastructure and to inform and guide mobile travellers with the help of digital technologies. The joint vision: caravanning in Germany's most beautiful natural landscapes in harmony with nature conservation and sustainable regional development. Pilot projects in the Schaalsee and Elbe River Landscape Biosphere Reserve in Mecklenburg-Western Pomerania will be the first to demonstrate the potential for attractive, decentralised motor caravan sites that meet defined sustainability criteria. In a next step, the municipalities will be supported in the implementation of exemplary motor caravan sites together with the authorities in the region.

What does the ideal motor caravan Site look like?

The demand for motor caravan sites is undisputedly high, but what does a suitable motor caravan site look like? At the CARAVAN SALON in Düsseldorf, the CIVD brought the topic to life for interested parties in its exhibition on the open-air

auf dem Freigelände mit einem Musterstellplatz das Thema für Interessierte erlebbar. Zusätzlich präsentierten Experten die technische Infrastruktur wie Stromsäulen, Entsorgungssäulen, Parkscheinautomaten, digitale Reservierungs- und Bezahlssysteme oder Stellplatzsuchportale. Auch nachhaltige Energiesysteme, Brennstoffzelle und Wasserstoff wurden anschaulich erläutert. Interessierte nutzten die vom CIVD vor Ort angebotenen Beratungsleistungen, um ausführlicher in die Thematik einzutauchen. Anlässlich der Eröffnung informierten sich Düsseldorfs Oberbürgermeister Dr. Stephan Keller, Dieter Janecek, Koordinator der Bundesregierung für die Maritime Wirtschaft und Tourismus, Messe-Chef Marius Berlemann sowie CIVD-Präsident Bernd Löher persönlich bei den Ausstellern des Musterstellplatzes über Entwicklungen zur nachhaltigen Caravanning-Infrastruktur. Das erfolgreiche Konzept wird auf dem 64. CARAVAN SALON fortgeführt.

Deutscher Stellplatztag

Die erfreuliche Entwicklung des Caravanning bietet Regionen abseits stark frequentierter Destinationen die Chance, am Caravanning-Boom teilzuhaben. In diesem Zusammenhang luden CIVD und seine Partner ADAC und Deutscher Tourismusverband (DTV) unter dem Motto „Gut geplant und dann? Ein Wegweiser durch den Planungsdschungel“ Vertreterinnen und Vertreter von Kommunen und aus dem Tourismus sowie private Investoren am 1. September 2024 zum 4. Deutschen Stellplatztag auf den CARAVAN SALON in Düsseldorf ein. Das Veranstaltungsprogramm mit langjährigen Branchenexperten bot den 120 Teilnehmern spannende Einblicke in das Planungs- und Baurecht mit konkretem Bezug auf Reisemobilstellplätze. Anhand von praktischen Beispielen erläuterten die Experten, wie man Vorhaben effizient planen und bürokratische Hemmnisse möglichst schon im Vorfeld vermeiden kann.

Weingut und Reisemobilstellplatz: eine CIVD-Initiative zur Kapazitätserweiterung

Caravanning-Urlauber sind erlebnisorientierte Reisende. Sie suchen Ruhe im naturnahen Raum und Erlebnis der City gleichermaßen, je nachdem, wo sie sind. Besonders wichtig ist ihnen der Genuss beim Essen und Trinken und eine schöne Aussicht vom Stellplatz aus. Für den Winzer sind Reisemobilfahrer eine interessante neue Zielgruppe, die als genussfreudige Gäste gerne regionale Produkte konsumieren und zudem kaufkräftig sind. Da die Gäste zum Weinbauern kommen, bieten sie den Winzern eine ideale Form des Direktvertriebs, in vielen Fällen sind Caravanning-gerechte Areale ohnehin vorhanden. Daher hat der CIVD seit 2022 den Austausch mit den Winzern über Messeauftritte und Workshops intensiviert. Als Grundlage dafür dient der aktuelle CIVD-Leitfaden „Weingut und Reisemobilstellplatz“, der die Interessierten leicht verständlich ins Thema bringt und die wirtschaftliche Relevanz für Winzer verdeutlicht.

Campingplätze und Reisemobilstellplätze sollten unterschiedlich reguliert werden

Reisemobilstellplätze sind keine Weiterentwicklung von Campingplätzen, sondern ein alternatives Übernachtungskonzept, an das die Reisenden niedrigere Ansprüche stellen als an Campingplätze. Daher sollten sie losgelöst von klassischen Campingplätzen betrachtet werden. In der Regel sind Reisemobilstellplätze wesentlich kleinere und weniger komplexe, eher parkplatzähnliche Anlagen. Dementsprechend ist der Planungsaufwand geringer als bei Campingplätzen. Der CIVD meint, dass eine „Campingplatz-Verordnung“ kaum einem

setting with a model motor caravan site. In addition, experts presented technical infrastructure such as power columns, waste disposal columns, parking ticket machines, digital reservation and payment systems or search portals for motor caravan sites. Sustainable energy systems, fuel cells and hydrogen were also clearly explained. Interested visitors took advantage of the consulting services offered by the CIVD on site to delve deeper into the topic. On the occasion of the opening, Düsseldorf's Lord Mayor Dr. Stephan Keller, Dieter Janecek, Federal Government Coordinator for the Maritime Economy and Tourism, Exhibition Director Marius Berlemann and CIVD President Bernd Löher personally visited the exhibitors at the show site to find out about developments in sustainable caravanning infrastructure. The successful concept will be continued at the 64th CARAVAN SALON.

German Motor Caravan Site Day

The pleasing development of caravanning offers regions away from highly frequented destinations the opportunity to participate in the caravanning boom. In this context, the CIVD and its partners ADAC and the German Tourism Association (DTV) invited representatives of the caravanning industry to the German motor caravan site day with the motto “Well planned – and then? A guide through the planning jungle”, representatives from local authorities and the tourism industry as well as private investors invited to the 4th German motor caravan site day at CARAVAN SALON in Düsseldorf on 1 September 2024. The events programme with long-standing industry experts offered the 120 participants exciting insights into planning and building law with specific reference to motor caravan sites. Using practical examples, the experts explained how to plan projects efficiently and avoid bureaucratic obstacles as far as possible in advance.

Winery and motor caravan site: a CIVD initiative to increase capacity

Caravanning holidaymakers are adventure-oriented travellers. They are looking for peace and quiet in natural surroundings and city experiences in equal measure, depending on where they are. What is particularly important to them is the pleasure of eating and drinking and a beautiful view from the site. For winegrowers, motor caravan drivers are an interesting new target group who, as pleasure-loving guests, like to consume regional products and also have purchasing power. As the guests come to the winegrowers, they offer the winegrowers an ideal form of direct sales, and in many cases areas suitable for caravanning are available anyway. For this reason, the CIVD has intensified the exchange with winegrowers through trade fair appearances and workshops since 2022. The current CIVD guide “Wineries and motor caravan sites” serves as the basis for this, providing interested parties with an easy-to-understand introduction to the topic and illustrating the economic relevance for winegrowers.

Campsites and motor caravan sites should be regulated differently

Motor caravan sites are not a further development of campsites, but an alternative accommodation concept for which travellers have lower expectations than for campsites. They should therefore be considered separately from traditional campsites. As a rule, motor caravan sites are much smaller and less complex, more like parking lots. Accordingly, the planning effort is less than for campsites. The CIVD believes

Campingplatz und einem Reisemobilstellplatz zugleich gerecht werden kann. Wünschenswert wäre eine modifizierte Camping- und Stellplatzverordnung, die die Art und Typisierung der Stellplätze nach Basic, Standard und Premium berücksichtigt. Mit dem Positionspapier „Für eine zeitgemäße Anpassung der Campingplatz-Verordnungen zur Stärkung des Caravaning-Tourismus in den Regionen“ bietet der Verband der Politik konkrete Vorschläge, welche Stellplatztypen und welche Stellplatzdimensionierungen sich alternativ ohne eine Campingplatz-Verordnung regulieren ließen. In einem zweiten Schritt soll das Positionspapier mit den relevanten Verbänden weiterentwickelt werden und als Vorlage für künftige Campingplatz-Novellierungen dienen.

Digitale Veranstaltungsformate

Mit dem digitalen Veranstaltungsformat „CaravaningFuture“, einer Webinarreihe zur Lunch-Time, hat der CIVD begonnen, Trends und Zukunftsthemen der Caravaning-Industrie auf digitalem Weg zu beleuchten. Auf vielfache Nachfrage wurde das Thema des Deutschen Stellplatztages „Gut geplant und dann? Ein Wegweiser durch den Planungsdschungel“ in einem Webinar mit über 50 Teilnehmern aufbereitet. Auch das 2023 begonnene, gemeinsame Webinar von Deutschem Weininstitut (DWI) und CIVD zum Thema Reisemobilstellplätze bei Winzern wurde mit den jeweiligen Weinbauregionen erfolgreich fortgeführt.

Ausbau eines Hochschulnetzwerks

Seit 2021 hat der CIVD ein Hochschulnetzwerk zum Thema Caravaning ausgebaut. Ziel ist es, das Thema Caravaning als Teildisziplin des Tourismussegments bewusst zu machen, über die wirtschaftliche Bedeutung des Caravanings im Gesamt-tourismus zu informieren und praxisnahe Studienarbeiten zu lancieren. Nebenbei soll bei den Studierenden auch Begeisterung für die mobile Freizeit geweckt werden. Drei Hochschulen beteiligen sich aktiv an aktuellen Themen der Branche. An der Hochschule für Tourismusmanagement in München wie auch an der Hochschule Geisenheim University werden praxisrelevante Bachelor- sowie Masterarbeiten aus der Caravaningbranche erstellt. An der Hochschule Heilbronn werden in Kooperation mit dem CIVD Studien zum Thema „Reisemobilfreundliche Regionen“ ausgearbeitet, die auf künftigen Deutschen Stellplatztagen vorgestellt werden sollen.

that a "campsite regulation" can hardly do justice to both a campsite and a motor caravan site. It would be desirable to have a modified camping and motor caravan site ordinance that takes into account the type and typology of motor caravan sites divided into the categories of basic, standard and premium. With the position paper "For a contemporary adaptation of campsite regulations to strengthen caravanning tourism in regions", the association offers politicians concrete proposals as to which types of motor caravan sites and which site dimensions could alternatively be regulated without a campsite regulation. In a second step, the position paper will be further developed with the relevant associations and serve as a template for future amendments to campsite regulations.

Digital event formats

With the digital event format "CaravaningFuture", a series of webinars at lunchtime, the CIVD has started to shed light on trends and future topics in the caravanning industry digitally. In response to popular demand, the topic of the German motor caravan site day "Well planned – and then? A guide through the planning jungle" was presented in a webinar with over 50 participants. The joint webinar started in 2023 by the German Wine Institute (DWI) and the CIVD on the topic of motor caravan sites at winegrowers was also successfully continued with the respective winegrowing regions.

Expansion of a university network

Since 2021, the CIVD has expanded a university network on the topic of caravanning. The aim is to raise awareness of caravanning as a sub-discipline of the tourism segment, provide information about the economic importance of caravanning in tourism as a whole and launch practical student research projects. The aim is also to awaken students' enthusiasm for mobile leisure. Three universities are actively involved in current topics in the industry. At the University of Applied Sciences for Tourism Management in Munich and at Hochschule Geisenheim University, practice-relevant bachelor's and master's theses from the caravanning industry have been completed. In cooperation with the CIVD, Heilbronn University is working on studies on the topic of "motor caravan-friendly regions", which will be presented at future German motor caravan site day.



Technik/Umwelt/Infrastruktur → Umwelt
Technology/environment/infrastructure → Environment

Nachhaltigkeit

Caravaning ist eine ökologisch verträgliche Art des Reisens. Denn: Der Urlaub im Caravan oder Reisemobil ist untrennbar mit Naturerlebnissen verbunden. Ressourcenschonende Produktion, schadstoffarme Fahrzeuge nach den neuesten umwelttechnischen Standards sowie die umweltfreundliche Reiseform Caravaning bilden das Gerüst für das nachhaltige Engagement der gesamten Lieferkette.

Umweltschutz und Nachhaltigkeit als Antreiber

Bereits in den Jahren 2007 und 2013 bilanzierte der Öko-Institut e. V., dass Reisen mit Reisemobilen im Vergleich zu anderen Reiseformen ökologisch günstig abschneiden. Im Jahr 2020 stellte eine Studie des Instituts für Energie- und Umweltforschung Heidelberg (ifeu) fest, dass der Aufenthalt auf Camping- oder Reisemobilstellplätzen pro Person bis zu zehnmal weniger CO₂-Äquivalente freisetzt als der in Hotels. Demnach werden beim Urlaub mit Reisemobil oder Caravan vor allem gegenüber Flugreisen und Hotelübernachtungen weniger klimaschädliche Emissionen freigesetzt. Selbst Reisen mit der Bahn haben nicht zwangsläufig eine wesentlich bessere Klimabilanz. Diese Vorteile will die Caravaning-Industrie ausbauen und damit helfen, den Schutz des Klimas und unserer natürlichen Ressourcen voranzutreiben.

Pilotprojekt „Klimafreundlicher Reisemobilstellplatz“

Klimaschutz als eine der zentralen Herausforderungen der Zukunft spielt auch auf Stellplätzen eine wichtige Rolle. Der CIVD hat sich hier als Vorreiter positioniert und gemeinsam mit seinem Partner ECOCAMPING e. V. das Pilotprojekt „Klimafreundlicher Reisemobilstellplatz“ initiiert. Ziel ist es, neue Stellplätze von Anfang an klimafreundlicher zu planen und bereits bestehende Stellplätze nach und nach umzugestalten.

Klimaschutzinitiative der Caravaning-Industrie

Die nachhaltige Ausrichtung der Unternehmen der Caravaningbranche ist von zentraler Bedeutung. Angelehnt an das bereits bewährte Zertifizierungssystem der Deutschen Holzindustrie legt das Konzept für Nachhaltigkeit und Klimaschutz den Grundstein für eine klimaneutrale Branche. Um an der Initiative teilnehmen zu können, ist die systematische Erstellung einer CO₂e-Bilanz einmal jährlich verpflichtend. Neben der CO₂e-Bilanzierung verpflichten sich die Unternehmen, konkrete Maßnahmen zur Reduktion der CO₂e-Emissionen einzuleiten. Die geplanten und umgesetzten Maßnahmen werden durch die Klimaschutzinitiative des CIVD abgefragt und dokumentiert. Die zugrunde gelegten Berechnungsstandards sind der Corporate Accounting and Reporting Standard (CARS) des GHGP. Unternehmen berechnen ihre CO₂e-Emissionen in den Bereichen Scope 1 und 2 und in relevanten Bereichen von Scope 3 zu 100 %. Diese umfassen die Nutzungsemissionen der Fahrzeuge sowie die eingekauften Waren und Dienstleistungen. Als Vorstufe für den Nachhaltigkeitsbericht bietet die Klimaschutzinitiative den Unternehmen die standardisierte und transparente Darstellung klimarelevanter Kennzahlen in Form eines Dashboards an. Neben konkreten Kennzahlen liefert der CO₂-Pass eine Übersicht der ergriffenen Maßnahmen zum Klimaschutz und stellt die Fortschritte des Unternehmens anschaulich dar.

Sustainability

Caravanning is an ecologically compatible one. After all, a holiday in a caravan or motor caravan is inseparably linked with experiencing nature. Resource-saving production, low-emission vehicles that meet the latest environmental standards, and the environmentally friendly holiday form of caravanning form the framework for the sustainable commitment of the entire supply chain.

Environmental protection and sustainability as drivers

As early as 2007 and 2013, the Ökoinstitut e. V. reported that travel with motor caravans was ecologically favourable compared to other forms of travel. In 2020, a study by the Heidelberg Institute for Energy and Environmental Research (ifeu) found that staying at camping or motor caravan pitches releases up to ten times less CO₂ equivalents per person than staying in hotels. According to this, holidays with a motor caravan or caravan release fewer climate-damaging emissions, especially compared to air travel and overnight stays in hotels. Even travelling by train does not necessarily have a significantly better climate balance. The caravanning industry wants to expand these advantages and thus help to promote the protection of the climate and our natural resources.

“Climate-friendly motor caravan pitch” pilot project

Climate protection as one of the central challenges of the future also plays an important role in the topic of campsites or motor caravan pitches. The CIVD has positioned itself as a pioneer here and, together with its partner Ecocamping e. V., has launched the pilot project “Climate-friendly motor caravan site”. The aim is to plan new pitches on a climate-friendly basis from the outset based on the knowledge gained during the project phase and to gradually redesign existing pitches.

Climate protection initiative of the caravanning industry

The sustainable orientation of companies in the caravanning industry is a central issue. Based on the already proven certification system of the German timber industry, the concept for sustainability and climate protection lays the foundation for a climate-neutral industry. To participate in the initiative, the systematic preparation of a CO₂e balance sheet once a year is mandatory. In addition to the CO₂e balance sheet, the companies undertake to introduce concrete measures to reduce CO₂e emissions. The planned and implemented measures are surveyed and documented by the CIVD's climate protection initiative. The underlying calculation standards are the Corporate Accounting and Reporting Standard (CARS) of the GHGP. Companies calculate their CO₂e emissions in the areas of Scope 1 and 2 and in relevant areas of Scope 3 at 100 per cent. These include emissions from vehicle use and purchased goods and services. As a preliminary stage for the sustainability report, the climate initiative offers companies a standardised and transparent presentation of climate-relevant key figures in the form of a dashboard. In addition to specific key figures, the CO₂ passport provides an overview of the climate protection measures taken and clearly illustrates the company's progress.

Internationaler CARAVAN SALON

International CARAVAN SALON

Der CARAVAN SALON ist die internationale Leitmesse der Caravaningbranche und das Messehighlight jedes Jahres. Als ideeller Träger übernimmt der CIVD eine Schlüsselrolle bei der erfolgreichen Organisation, Planung und Durchführung

The CARAVAN SALON is the leading international trade fair for the caravanning industry and the highlight of every caravanning year. In its role as conceptual sponsor, the CIVD plays a key part in the successful organisation, planning and



Größter CARAVAN SALON aller Zeiten: Mit einer **Rekordbeteiligung von 783 Ausstellern** setzte die 63. Ausgabe der Weltleitmesse in Düsseldorf erneut Maßstäbe in Bezug auf Qualität und Vielfalt von Fahrzeugen, Zubehör und Dienstleistungen.

The largest CARAVAN SALON of all time: With a **record attendance of 783 exhibitors**, the 63rd edition of the world's leading trade fair in Düsseldorf once again set new standards in terms of quality and variety of vehicles, accessories and services.

der weltweit größten Messe für Freizeitfahrzeuge. Mit mehr als 255.000 Besuchern aus 71 Ländern und einer Rekordbeteiligung von 783 Ausstellern unterstrich die Messe auch im Jahr 2024 eindrucksvoll ihre herausragende Bedeutung und einzigartige Stellung als globale Leitmesse der Branche.

staging of the world's largest trade fair for leisure vehicles. With more than 255,000 visitors from 71 countries and a record number of 783 exhibitors, the trade fair once again impressively emphasised its outstanding importance and unique position as the industry's leading global trade fair.

Konferenzprogramm treibt branchenübergreifenden Dialog voran

Das vielseitige Konferenzprogramm des CARAVAN SALON wurde in diesem Jahr um innovative Formate wie die Innovation Stage und den Camping Destination Day erweitert, wodurch die Messe ihre Position als zentrale Plattform für tourismopolitische und branchenspezifische Diskussionen weiter stärken konnte. In diesem Zusammenhang spielten auch etablierte CIVD-Veranstaltungen wie der „Deutsche Stellplatztag“ und das Symposium „Natur.Tourismus.Zukunft“ wieder eine zentrale Rolle. Der „Deutsche Stellplatztag“ fand bereits zum vierten Mal statt und stand 2024 unter dem Motto „Gut geplant und dann? Ein Wegweiser durch den Planungsdschungel“. CIVD, ADAC und DTV luden Vertreterinnen und Vertreter aus Kommunen, dem Tourismussektor sowie private Investoren ein, um wertvolle Praxiserfahrungen auszutauschen. Stellplatzbetreiber, Architekten und Planungsexperten aus ganz Deutschland berichteten über die Umsetzung ihrer Projekte und diskutierten die bürokratischen Hürden und Herausforderungen bei der Gestaltung neuer Stellplätze. Im Fokus des

Conference programme promotes cross-industry dialogue

The diverse conference programme of CARAVAN SALON was expanded this year with innovative formats such as the Innovation Stage and Camping Destination Day, further strengthening the trade fair's position as a key platform for tourism policy and industry-specific discussions. In this context, established CIVD events such as the German Motor Caravan Site Day and the symposium "Nature.Tourism.Future" once again played a central role. The German Motor Caravan Site Day took place for the fourth time in 2024 under the theme "Well planned – and then? A guide through the planning jungle". The CIVD, ADAC and DTV invited representatives from municipalities, the tourism sector and private investors to exchange valuable practical experiences. Site operators, architects and planning experts from across Germany shared insights into the implementation of their projects and discussed bureaucratic hurdles and challenges in designing new motor caravan sites. The third "Nature.Tourism.Future" symposium focused on sustainable outdoor tourism and digitalisation.

dritten Symposiums „Natur.Tourismus.Zukunft“ standen die Themen nachhaltiger Outdoor-Tourismus und Digitalisierung. Unter dem Leitthema „Nachhaltig, smart, unbegrenzt? Die Zukunft des nachhaltigen Outdoor-Tourismus – Herausforderungen für Destinationen und Leistungserbringer“ tauschten sich Branchenvertreter, Wissenschaftler und politische Entscheidungsträger über zukunftsfähige Strategien und die Chancen der Digitalisierung aus. Staatssekretärin Silke Krebs vom Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen eröffnete die Veranstaltung und erläuterte in einer anschließenden Diskussionsrunde die Anforderungen an eine nachhaltige Tourismuspolitik.

Under the key theme "Sustainable, smart, limitless? The future of sustainable outdoor tourism – challenges for destinations and service providers", industry representatives, researchers and policymakers discussed future-proof strategies and the opportunities of digitalisation. State Secretary Silke Krebs from the Ministry of Economic Affairs, Industry, Climate Protection and Energy of North Rhine-Westphalia opened the event and, in a subsequent panel discussion, outlined the requirements for a sustainable tourism policy.

Im Austausch mit der Politik

Zum Auftakt der weltweit größten und wichtigsten Caravaning-Messe folgte auch Dieter Janecek, Koordinator der Bundesregierung für die Maritime Wirtschaft und Tourismus, einer Einladung des CIVD und reiste nach Düsseldorf. Gemeinsam mit Düsseldorfs Oberbürgermeister Dr. Stephan Keller erhielt er spannende Einblicke vom CIVD-Team in die aktuellen Entwicklungen und Herausforderungen der Branche. Neben dem Besuch verschiedener Aussteller führte der Messerundgang auch zum CIVD-Musterstellplatz, wo das CIVD-Team mit den Ehrengästen über die neuesten Trends und Chancen im Bereich der Stellplatzinfrastruktur diskutierte.

In dialogue with policymakers

At the start of the world's largest and most important caravanning trade fair, Dieter Janecek, Federal Government Coordinator for the Maritime Economy and Tourism, also accepted an invitation from the CIVD and travelled to Düsseldorf. Together with Düsseldorf's Mayor Dr Stephan Keller, he received exciting insights from the CIVD team into the current developments and challenges facing the industry. In addition to visiting various exhibitors, the tour of the trade fair also led to the CIVD model motor caravan site, where the CIVD team discussed the latest trends and opportunities in the area of caravanning infrastructure with the guests of honour.



Links unten: Mehr als 255.000 Menschen aus 71 Ländern besuchten 2024 die weltweit größte und wichtigste Caravaning-Messe in Düsseldorf.
Left: More than 255,000 people from 71 countries visited the world's largest and most important caravanning trade fair, in Düsseldorf, in 2024.

Mitte unten: Auf dem CIVD-Musterstellplatz tauschte sich das Verbandsteam mit Dieter Janecek, Koordinator der Bundesregierung für die Maritime Wirtschaft und Tourismus, und dem Oberbürgermeister der Stadt Düsseldorf, Dr. Stephan Keller, über Entwicklungen und Chancen im Bereich Stellplatzinfrastruktur aus.

Middle: At the CIVD model motor caravan site, the association team discussed developments and opportunities in the area of caravanning infrastructure with Dieter Janecek, Federal Government Coordinator for the Maritime Economy and Tourism, and the Mayor of the City of Düsseldorf, Dr Stephan Keller.

Rechts oben: Beim 4. Deutschen Stellplatztag standen die vielfältigen Herausforderungen und Möglichkeiten beim Ausbau der Stellplatzinfrastruktur im Vordergrund.

Right top: The 4th German Motor Caravan Site Day focused on the many challenges and opportunities involved in expanding the caravanning infrastructure.

Rechts Mitte: Silke Krebs, Staatssekretärin im Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen, eröffnete mit einem Grußwort das 3. Symposium „Natur.Tourismus.Zukunft“.

Right centre: Silke Krebs, State Secretary in the Ministry of Economic Affairs, Industry, Climate Protection and Energy of the State of North Rhine-Westphalia, delivered the opening address at the 3rd "Nature.Tourism.Future" symposium.

Rechts unten: Premiere auf dem CARAVAN SALON: Erstmals wurde im Rahmen der Messe ein offizielles Tischtennis-Turnier der Branche ausgetragen, organisiert vom CIVD. Caravaning-Botschafter und Tischtennis-Star Timo Boll war als Schirmherr vor Ort und feuerte die Teilnehmer an.

Right bottom: A premiere at CARAVAN SALON: For the first time, an official table tennis tournament for the industry was held at the trade fair, organised by the CIVD. Caravanning ambassador and table tennis star Timo Boll was on site as patron and cheered on the participants.



Caravaning- und Touristikmessen in Deutschland

Caravanning and tourism trade fairs in Germany

Die deutsche Messebranche litt in den vergangenen Jahren erheblich unter den Folgen der Pandemie. Besonders betroffen waren zahlreiche nationale Caravaning-Messen, die während der Hochphase der Pandemie aufgrund der herausfordernden Rahmenbedingungen abgesagt werden mussten. Doch bereits 2023 hatte die Branche die Folgen der Pandemie weitgehend überwunden und konnte auch 2024 wieder wie geplant ihre Messen veranstalten. Die „Reise+Camping“ in Essen und die „Touristik & Caravaning“ in Leipzig verzeichneten dabei sogar höhere Besucherzahlen als im Vorjahr. Ein besonders starkes Signal setzte der CARAVAN SALON in Düsseldorf, der als Weltleitmesse und Aushängeschild der Branche erneut beeindruckende Zahlen erreichte: Mit über 255.000 Besuchern und einem neuen Rekordwert von mehr als 780 Ausstellern unterstrich er 2024 eindrucksvoll die ungebrochene Attraktivität der Caravaningbranche.

Positiver Start in das Messejahr 2025

Die CMT in Stuttgart markiert traditionell den Auftakt des Messejahres und gilt als einer der ersten Indikatoren für die Kundenstimmung im neuen Jahr. Sowohl die Veranstalter als auch die Aussteller zogen im Januar eine positive Bilanz: Mit über 260.000 Besucherinnen und Besuchern wurde das Vorjahresergebnis übertroffen. Die große Auswahl an Reisemobilen und Caravans kam beim Publikum sehr gut an und bestätigte das anhaltend große Interesse am mobilen Urlaub.

The German trade fair industry has suffered considerably from the consequences of the pandemic in recent years. Numerous national caravanning trade fairs were particularly affected and had to be cancelled during the peak phase of the pandemic due to the challenging conditions. However, the industry had already largely overcome the consequences of the pandemic by 2023 and was able to organise its trade fairs again as planned in 2024. Reise+Camping in Essen and Touristik & Caravaning in Leipzig even recorded higher visitor numbers than in the previous year. The CARAVAN SALON in Düsseldorf sent out a particularly strong signal, once again achieving impressive figures as the world's leading trade fair and flagship of the industry: with over 255,000 visitors and a new record of more than 780 exhibitors, it impressively underlined the unbroken appeal of the caravanning industry in 2024.

Positive start to the 2025 trade fair year

The CMT in Stuttgart traditionally marks the start of the trade fair year and is considered one of the first indicators of customer sentiment in the new year. Both the organisers and exhibitors drew a positive conclusion in January: with over 260,000 visitors, the previous year's result was exceeded. The large selection of motor caravans and caravans was very well received by the public and confirmed the continuing high level of interest in mobile holidays.

Caravaning- und Touristikmessen in Deutschland 2023/2024/2025

Caravanning and tourism trade fairs in Germany 2023/2024/2025

Monat Month	Messe Trade fair	Ausstellungsfläche in qm (netto) Exhibition space in sqm (net)			Anzahl der Aussteller Number of exhibitors			Besucher Visitors			Anteil der Caravaning-interessierten Besucher (CIVD-Schätzung) Proportion of visitors interested in caravanning (CIVD estimate)		
		2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Januar January	CMT, Stuttgart 13.-21.01.2024 18.-26.01.2025	79.196	80.431	71.290	1.543	1.549	1.570	264.930	233.931	260.000	108.621	95.912	140.400
Februar February	REISEN & CARAVANING, Hamburg 07.-11.02.2024 06.-09.02.2025	21.895	21.699	20.879	383	429	427	101.286	68.929	65.000	66.849	45.493	42.900
	abf/B.I.G., Hannover 31.01.-04.02.2024 12.-16.02.2025	36.848	43.891	47.068	421	529	540	90.285	84.029	77.208	26.183	24.368	22.390
	f.re.e, München 14.-18.02.2024 19.-23.02.2025	31.039	35.384	36.560	872	1.015	961	163.055	147.243	124.592	55.439	50.063	42.361
	Reise+Camping, Essen 28.02.-03.03.2024 19.-23.02.2025	30.876	36.405		749	798		84.748	85.687		33.052	33.418	
März March	Freizeit, Touristik + Garten, Nürnberg 21.-25.03.2024 12.-16.03.2025	24.586	22.563		642	457		79.375	67.962		30.163	25.826	
August August	CARAVAN SALON, Düsseldorf 30.08.-08.09.2024 29.08.-07.09.2025	132.084	134.536		771	783		256.326	255.211		256.326	255.211	
November November	Touristik & Caravaning, Leipzig 20.-24.11.2024 19.-23.11.2025	29.734	27.500		445	450		54.853	56.900		20.844	21.622	

FKM-geprüft, nach Messeangaben | Verified by the FKM, according to fair information
Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen (FKM) | Society for the Voluntary Control of Fair and Exhibition Statistics
Redaktionsschluss: 14.03.2025 | Editorial deadline 14 March 2025

Internationale Caravaning- und Touristikmessen

International caravanning and tourism trade fairs

Traditionell läutet der CARAVAN SALON in Düsseldorf die europäische Messesaison ein und bestätigte mit einem starken Besucherergebnis sowie einer Rekordbeteiligung auf Ausstellerseite seine Position als Weltleitmesse. Diese positive Entwicklung setzte sich im September fort: Die Messe in Jönköping verzeichnete 34.000 Besucher, während in Parma 104.000 Gäste gezählt wurden. Auch die „Kampeer & Caravan“ in Utrecht konnte mit 41.000 Besuchern ihr Vorjahresergebnis übertreffen. In Asien erzielten sowohl die „All in CARAVANING“ in Peking mit 12.000 Besuchern als auch die „Korea Camping Car Show“ in Busan mit 40.000 Besuchern einen Besucherzuwachs im Vergleich zu 2023.

The CARAVAN SALON in Düsseldorf traditionally heralds the start of the European trade fair season and confirmed its position as the world's leading trade fair with strong visitor numbers and a record number of exhibitors. This positive trend continued in September: the trade fairs in Jönköping recorded 34,000 visitors, while 104,000 guests were counted in Parma. The Kampeer & Caravan in Utrecht also surpassed its previous year's result with 41,000 visitors. In Asia, both the All in CARAVANING in Beijing with 12,000 visitors and the Korea Camping Car Show in Busan with 40,000 visitors achieved an increase in visitor numbers compared to 2023.



Internationale Caravaning- und Touristikmessen 2023/2024/2025

International caravanning and tourism trade fairs 2023/2024/2025

Monat Month	Messestandort Trade fair location	Messe Trade fair	Ausstellungsfläche in qm (netto) Exhibition space in sqm (net)			Anzahl der Aussteller Number of exhibitors			Besucher Visitors		
			2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Januar January	Tokio 31.01.-03.02.2025	Japan Camping Car Show	15.456	33.750*		79	171		51.231	46.459	
Mai May	Peking 09.-11.05.2025	All in CARAVANING	22.000*	27.000		98	95		8.300	12.075	
Juni June	Busan 06.2025	Korea Camping Car Show	8.836	8.352		64	55		30.000	40.000	
August August	Düsseldorf 29.08.-07.09.2025	CARAVAN SALON	132.084	134.536		771	783		256.326	255.211	
September September	Jönköping 10.-14.09.2025	Scandinavian Caravan Show	30.500	30.000		152	140		31.130	34.100	
	Parma 13.-21.09.2025	Il Salone del Camper	45.190	43.836		238	239		101.922	104.828	
	Paris 27.09.-05.10.2025	Salon des Véhicules de Loisirs	58.000	52.000		160	160		94.000	85.000	
Oktober October	Utrecht 01.-05.10.2025	Kampeer & Caravan	24.325	22.671		238	218		40.176	41.772	
	Barcelona alle 2 Jahre every 2 years 11.-19.10.2025	Salón Caravanning	38.351	-		152	-		72.206	-	
	Birmingham 14.-19.10.2025	The Motorhome & Caravan Show	56.538	55.581		291	282		106.131	95.253	
	Wels 15.-19.10.2025	Caravan Salon Austria	28.000	28.000		218	230		45.900	45.000	
Dezember December	Bern 23.-27.10.2025	Suisse Caravan Salon	32.000	30.000		370	380		59.000	57.000	
	Istanbul 12.2025	Karavanist	n. a.	23.112		n. a.	204		n. a.	71.437	

Auswahl relevanter Caravaning- und Touristikmessen | Selection of relevant caravanning and tourism trade fairs
*Brutto nach Messeangaben | *Gross according to fair information
Redaktionsschluss: 14.03.2025 | Editorial deadline 14 March 2025

Marketingkommunikation Marketing communication



2024 setzte sich die Imagekampagne des Verbandes beim DPOK durch, dem größten Digital-Award im deutschsprachigen Raum. In 2024, the association's image campaign won the dpok, the largest digital award in the German-speaking world.

Die Caravaning Informations GmbH (CIG), die Marketinggesellschaft des Branchenverbands, setzt sich seit Jahren mit großem Engagement dafür ein, Caravaning als attraktive Urlaubsform zu positionieren und Menschen für Reisen mit Caravan und Reisemobil zu begeistern. Mit ihrer mehrfach ausgezeichneten Imagekampagne nutzt sie die gesamte Bandbreite moderner Marketing- und PR-Instrumente, um Caravaning emotional und authentisch darzustellen – ohne dabei einzelne Hersteller oder Marken in den Fokus zu rücken. Diese Initiative des CIVD ist in ihrer Reichweite und Ausgestaltung einzigartig und zeugt von einer bemerkenswerten Geschlossenheit innerhalb der Caravaningbranche. Und diese Einheit trägt Früchte: Studien zeigen, dass die Kampagne das Image und die Attraktivität von Caravaning nachhaltig verbessert. Auch der Handel bestätigt, dass durch die Maßnahmen neue Zielgruppen angesprochen werden. Nicht zuletzt hat sich der deutsche Caravaningmarkt seit Beginn der Kampagne stärker entwickelt als jeder andere in Europa – ein Erfolg, zu dem die Verbandsinitiative zweifellos maßgeblich beigetragen hat.

Caravaning Informations GmbH (CIG), the marketing company of the industry association, has been working with great commitment for years to position caravanning as an attractive form of holiday and to inspire people to travel with caravans and motor caravans. With its multi-award-winning image campaign, it uses the entire range of modern marketing and PR tools to present caravanning in an emotional and authentic way – without focussing on individual manufacturers or brands. This CIVD initiative is unique in its scope and design and demonstrates remarkable unity within the caravanning industry. And this unity is bearing fruit: studies show that the campaign sustainably improves the image and attractiveness of caravanning. The trade also confirms that new target groups are being addressed by the measures. Last but not least, the German caravanning market has developed more strongly than any other in Europe since the start of the campaign – a success to which the association initiative has undoubtedly made a significant contribution.

Marketingkommunikation → 360-Grad-Kampagne
Marketing communication → 360-degree image campaign

360-Grad-Kampagne

TV-Werbung bleibt das zentrale Element der umfassenden, crossmedialen Marketingstrategie des Verbandes, auch wenn die Kampagne alle relevanten Kommunikationskanäle einsetzt. In Deutschland ist das Fernsehen nach wie vor der reichweitenstärkste Kanal, der potenzielle Interessenten gezielt auf die Website caravaning.info führt. Diese fungiert als Absender der Kampagne, ist zentrale Informations- und Inspirationsquelle und hat sich als effektives Instrument etabliert, um aus initialem Interesse eine nachhaltige Begeisterung für Caravaning als Urlaubsform zu entwickeln. Darüber hinaus dient die Website als Hub für viele weitere Maßnahmen, die speziell darauf abzielen, Zielgruppen zu erreichen, die über klassische TV-Kanäle nicht mehr in ausreichendem Maße adressiert werden können. So ist eine 360-Grad-Kampagne entstanden, die in ihrer Umsetzung kontinuierlich optimiert und ausgebaut wird. Durch diesen Ansatz gelingt es der Imagekampagne, die Positionierung von Caravaning als moderne und vielseitige Urlaubsform nachhaltig zu stärken und sowohl bestehende Zielgruppen zu binden als auch neue zu erschließen.

360-degree image campaign

TV advertising remains the central element of the association's comprehensive, cross-media marketing strategy, even though the campaign utilises all relevant communication channels. In Germany, television is still the channel with the widest reach, leading potential customers directly to the caravaning.info website. This acts as the initiator of the campaign, is a central source of information and inspiration and has established itself as an effective tool for turning initial interest into lasting enthusiasm for caravanning as a form of holiday. In addition, the website serves as a hub for many other measures aimed specifically at reaching target groups that can no longer be adequately addressed via traditional TV channels. The result is a 360-degree campaign that is continuously optimised and expanded in its implementation. This approach enables the image campaign to sustainably strengthen the positioning of caravanning as a modern and versatile form of holiday and to both retain existing target groups and attract new ones.



TV-Werbung

Die Fernsehwerbung bringt die Essenz des Caravaning-Urlaubs auf den Punkt: die Freiheit, die Freizeit unabhängig und individuell zu gestalten. Dieser einzigartige Mehrwert wird durch authentische Szenen mit einer echten Familie und zwei realen Paaren in beeindruckenden Kulissen vermittelt. Sie erleben unvergessliche Momente, die exemplarisch für die Besonderheiten des Urlaubs mit Caravan oder Reisemobil stehen. Die Kampagne umfasst verschiedene TV-Spots, die gezielt auf unterschiedliche Zielgruppen ausgerichtet sind und die Vielseitigkeit dieser Urlaubsform betonen. Ein Familienvater hebt die Bedeutung von Gemeinschaft und Familienzeit hervor, während die Best Ager ihre Suche nach neuen Abenteuern erfolgreich umsetzen. Junge, aktive Urlauber wiederum schildern das Gefühl von Freiheit, das Caravaning ihnen bietet. Diese maßgeschneiderte Ansprache sorgt dafür, dass die Botschaft präzise und emotional bei den jeweiligen Zielgruppen ankommt.

TV campaign

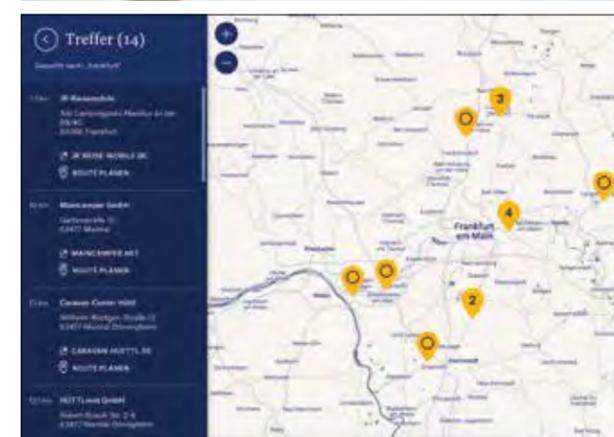
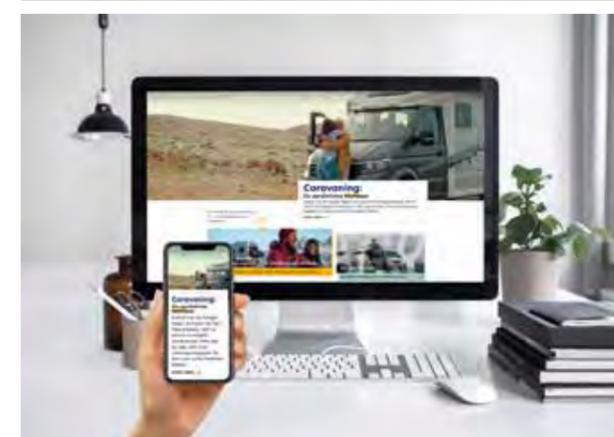
The TV advert sums up the essence of a caravanning holiday: the freedom to organise your leisure time independently and individually. This unique added value is conveyed through authentic scenes with a real family and two real couples in impressive settings. They experience unforgettable moments that exemplify the special features of a holiday with a caravan or motor caravan. The campaign comprises various TV commercials that are specifically aimed at different target groups and emphasise the versatility of this type of holiday. A family man emphasises the importance of community and family time, while the best agers successfully search for new adventures. Young, active holidaymakers, on the other hand, describe the feeling of freedom that caravanning offers them. This customised approach ensures that the message resonates precisely and emotionally with the respective target groups.



Drei zielgruppenspezifische TV-Spots werben in vier Flights pro Jahr für die Urlaubsform Caravaning. Ergänzend vermitteln kurze Spot-Varianten saisonale Themen wie den CARAVAN SALON oder animieren zur Fahrzeugmiete – dem idealen Einstieg in diese Freizeitform. Die Spots lassen sich per QR-Code abrufen. Three target group-specific TV adverts promote caravanning as a form of holiday in four flights per year. In addition, short adverts communicate seasonal themes, such as the CARAVAN SALON, or encourage people to rent a vehicle – the ideal introduction to this form of leisure. The adverts can be accessed via QR code.



caravanning.info



Für erfahrene Caravaning-Fans ist die Vielfalt der Urlaubsform Teil ihrer Faszination – für Neulinge hingegen kann sie anfangs eine gewisse Herausforderung darstellen. Der Urlaub mit Caravan oder Reisemobil bringt im Vergleich zu anderen Reisearten viele Details mit sich, die gut erklärt sein wollen. Genau hier setzt das Verbraucherportal **caravanning.info** an: Es begeistert nicht nur für das Thema, sondern unterstützt vor allem Einsteiger auf dem Weg zu ihrem ersten erfolgreichen Caravaning-Abenteuer. Die Website liefert umfassende Informationen zur Auswahl des passenden Fahrzeugs für die individuellen Bedürfnisse. Häufige Fragen, von Führerscheinregelungen bis hin zur richtigen Beladung, werden klar und verständlich beantwortet. Für diejenigen, die Inspiration für ihre Reise suchen, bietet die Plattform Erfahrungsberichte sowie Empfehlungen für Camping- und Stellplätze. Eine integrierte Händler- und Vermietersuche erleichtert es Nutzern, den passenden Fachbetrieb in ihrer Nähe zu finden. Praktische Check- und Packlisten sorgen dafür, dass bei der Vorbereitung nichts vergessen wird. Zudem wird der Ratgeberbereich für unterwegs stetig erweitert, um auch während der Reise hilfreiche Unterstützung zu bieten. So stellt das Portal sicher, dass der erste Caravaning-Urlaub nicht nur stressfrei, sondern auch unvergesslich schön wird.

caravanning.info

For experienced caravanning fans, the variety of this type of holiday is part of its fascination – for newcomers, however, it can be a bit of a challenge at first. Compared to other types of travel, holidays with a caravan or motor caravan involve many details that need to be well explained. This is exactly where the consumer portal **caravanning.info** comes in: it not only inspires enthusiasm for the topic, but above all supports newcomers on the way to their first successful caravanning adventure. The website provides comprehensive information on choosing the right vehicle for individual needs. Frequently asked questions, from driving licence regulations to the right load, are answered clearly and comprehensibly. For those looking for inspiration for their trip, the platform offers experience reports and recommendations for camping and caravan sites. An integrated dealer and hire company search makes it easier for users to find the right specialist company in their area. Practical checklists and packing lists ensure that nothing is forgotten during preparation. In addition, the advice section for travelling is constantly being expanded to provide helpful support during the trip. In this way, the portal ensures that your first caravanning holiday is not only stress-free, but also unforgettably beautiful.

Das Verbraucherportal **caravanning.info** bildet das Zentrum der Imagekampagne. Der Bereich für Einsteiger unterstützt sowohl in der Phase der Reiseplanung als auch während der Reise selbst. Die Händler- und Vermietersuche führt zu den nächstgelegenen Händlerbetrieben. The consumer portal **caravanning.info** forms the centre of the image campaign. The section for beginners provides support both during the trip's planning phase and during the trip itself. The dealer and hire company search leads to the nearest dealerships.

Social Media

Die sozialen Medien spielen eine zentrale Rolle in der Kommunikationsstrategie des Verbandes. Unter dem Accountnamen @caravanninginfo erreichen wir gezielt Menschen, die klassische Medien seltener nutzen. Auf den Plattformen Facebook, Instagram und YouTube bieten wir Caravanning-Interessierten und -Fans eine Mischung aus inspirierenden und informativen Inhalten. Diese reichen von Reisevorschlägen und Empfehlungen für Camping- und Stellplätze über beeindruckende Landschaftsaufnahmen bis hin zu interaktiven Gewinnspielen. Kurzweilige Texte, ansprechende Bilder und Videos sorgen dafür, dass die Inhalte einfach und unterhaltsam konsumiert werden können.

Social media

Social media plays a central role in the association's communication strategy. Under the account name @caravanninginfo, we specifically reach people who rarely use traditional media. On the Facebook, Instagram and YouTube platforms, we offer caravanning enthusiasts and fans a mix of inspiring and informative content. This ranges from travel suggestions and recommendations for campsites and pitches to impressive landscape shots and interactive competitions. Entertaining texts, appealing images and videos ensure that the content is easy and entertaining to consume.



Social Media ermöglichen kontinuierlichen Kontakt und Interaktion mit der Zielgruppe. Scannen Sie die QR-Codes, um zu den Kanälen von **caravanning.info** zu gelangen.
 The social media create a constant connection and enable a direct exchange with the target group. You can easily access the social media channels of **caravanning.info** via the QR codes.



Timo Boll war Schirmherr des ersten Tischtennis-Turniers der Caravanningbranche im Jahr 2024, das im Rahmen des CARAVAN SALON stattfand. In den Pausen nutzte er die Gelegenheit zu einem Rundgang über die Messe.
 Timo Boll was the patron of the caravanning industry's first table tennis tournament, in 2024, which took place as part of CARAVAN SALON. During the breaks, he took the opportunity to tour the trade fair.



QR-Code scannen, um mehr über Timo Boll & Caravanning zu erfahren.
 Scan the QR code to find out more about Timo Boll & caravanning.



Unterwegs mit Timo Boll

Empfehlungen und authentische Meinungen vertrauenswürdiger Persönlichkeiten wirken oft überzeugender als direkte Botschaften einer Marke. Aus diesem Grund setzt der CIVD auf Markenbotschafter und Influencer, wobei deren Glaubwürdigkeit stets im Mittelpunkt steht. Eine besondere Rolle nimmt dabei Tischtennisstar Timo Boll ein, der als prominenter Caravanning-Botschafter die Reiseform glaubwürdig repräsentiert. Sein erklärtes Ziel ist es dabei, noch mehr Menschen für Caravanning zu begeistern. Ein wichtiger Baustein der Kooperation ist eine Web-Dokumentation, die Timo Boll auf seinen Reisemobil-Reisen begleitet, ob zu Turnieren, privaten Ausflügen mit Freunden oder bei kurzen Auszeiten für sich selbst.

„Caravanning ist eine meiner großen Leidenschaften.“ Timo Boll über Caravanning
 „Caravanning is one of my greatest passions.“
 Timo Boll about caravanning

Ein weiteres Highlight ist die Zusammenarbeit mit dem Sportsender DYN, der mit „Timo Boll – der letzte Aufschlag“ eine TV-Serie auflegt, die unseren Markenbotschafter während der letzten sechs Monate bis zum Karriereende begleitet. Immer mit Caravanning-Bezug und präsentiert von **caravanning.info**.

On the road with Timo Boll

Recommendations and authentic opinions from trustworthy personalities are often more convincing than direct messages from a brand. For this reason, the CIVD relies on brand ambassadors and influencers, with their credibility always taking centre stage. Table tennis star Timo Boll plays a special role here as a prominent caravanning ambassador who credibly represents this form of travel. His declared aim is to get even more people interested in caravanning. An important component of the cooperation is a web documentary that accompanies Timo Boll on his motor caravan trips, whether to tournaments, private excursions with friends or short breaks for himself. Another highlight is the collaboration with the sports channel DYN, which is producing “Timo Boll – the last serve”, a TV series that accompanies our brand ambassador during the last six months until the end of his career. Always caravanning-related and presented by **caravanning.info**.

Über alle Berge – mit Gela & Andi

Die vielseitigen Sportler Gela Allmann und Andi Wittmann sind seit vielen Jahren verlässliche Partner des Verbandes. Gemeinsam mit ihren Kindern Felix und Lilly erkunden sie die Welt – mal mit dem Caravan, mal mit dem Reisemobil – und begeistern dabei vor allem junge Familien und Sportliebhaber für das mobile Reisen. Mit einer treuen Community von über 160.000 Fans und Followern in den sozialen Medien entwickeln Gela und Andi zudem familien- und sportorientierte Inhalte für die Online-Kanäle des CIVD. Darüber hinaus stehen sie im Mittelpunkt der Einsteiger-Tutorials auf caravaning.info, die speziell Neulingen wertvolle Tipps und Inspiration bieten.



“Over every mountain” – with Gela & Andi

The versatile athletes Gela Allmann and Andi Wittmann have been reliable partners of the association for many years. Together with their children Felix and Lilly, they explore the world – sometimes in a caravan, sometimes in a motor caravan – and inspire young families and sports enthusiasts in particular to embrace this form of travel. With a loyal community of over 160,000 fans and followers on social media, Gela and Andi also develop family and sports-orientated content for the CIVD's online channels. They are also at the centre of the beginners' tutorials on caravaning.info, which offer valuable tips and inspiration to newcomers in particular.



Die Reisen von Influencern wie @ibdansch faszinieren nicht nur seine Community, sondern fanden auch Eingang in das Verbandsmagazin CARAVANING WELT, wo sie mehrfach als Reiseberichte veröffentlicht wurden. The journeys of influencers like @ibdansch not only fascinate his community, but have also found their way into the association magazine CARAVANING WELT, where they have been published several times as travel reports.

Bildgewaltig

Mit Unterstützung des CIVD reisen ausgewählte Influencer regelmäßig quer durch Europa mit Caravan und Reisemobil und setzen unsere Urlaubsform dabei visuell eindrucksvoll in Szene. Ihre Fotos und Videos wecken nicht nur Begeisterung, sondern schaffen bei ihren Followern oft auch den Wunsch, Ähnliches zu erleben.

Visually stunning

With the support of the CIVD, selected influencers regularly travel across Europe with caravans and motor caravans and present our form of holiday in a visually impressive way. Their photos and videos not only arouse enthusiasm, but often make their followers want to experience something similar.



Marketingkommunikation → 360-Grad-Kampagne → Sportförderung
Marketing communication → 360-degree image campaign → Sport promotion

Sporthilfe – Our House

Die Marke „Our House“ der Deutschen Sporthilfe fördert unabhängig agierende Actionsportler. Diese Sportler, die fernab fester Verbandsstrukturen leben und trainieren, passen ideal zur mobilen Freiheit, die das Reisen mit dem Reisemobil bietet. Deshalb unterstützt der CIVD die Initiative seit 2022. Ganzjährig sind wechselnde Athleten mit einem Campervan unterwegs, den die Stiftung bereitstellt, und teilen ihre Erlebnisse in reichweitenstarken Social-Media-Posts. Ein Highlight der Initiative sind zwei jährliche Roadtrips: Die Sportler reisen auf individuellen Routen quer durch Europa zu einem gemeinsamen Ziel und berichten dabei fortlaufend über ihre Abenteuer. Allein mit diesen Roadtrips erzielt die Initiative eine beeindruckende Reichweite in Millionenhöhe innerhalb der jungen Zielgruppe.



Sporthilfe – Our House

The “Our House” brand from Deutsche Sporthilfe supports independent action sports athletes. These athletes, who live and train far away from fixed association structures, are ideally suited to the mobile freedom offered by travelling in a campervan. This is why the CIVD has been supporting the initiative since 2022. Throughout the year, different athletes are on the road in a campervan provided by the foundation and share their experiences in high-reach social media posts. Two annual road trips are a highlight of the initiative: the athletes travel on individual routes across Europe to a common destination and report on their adventures on an ongoing basis. With these road trips alone, the initiative achieves an impressive reach in the millions within the young target group.



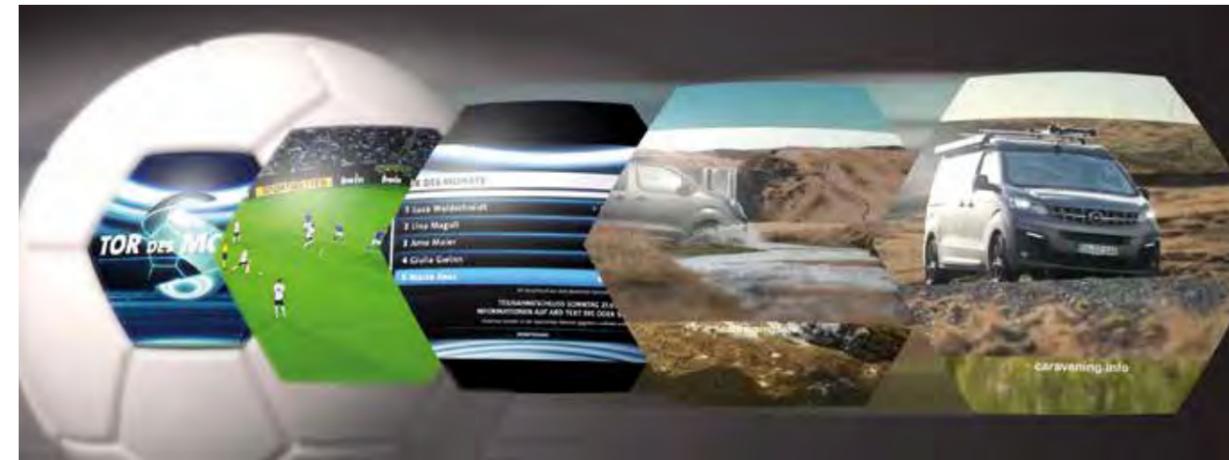
Die geförderten Sportler sind international führend in den Actionsportarten Wakeboarding, Parkour, Freeskiing und Snowboarding, BMX und Skateboard. QR-Code scannen für mehr Informationen. The athletes supported are international leaders in the action sports of wakeboarding, parkour, free skiing and snowboarding, BMX and skateboarding. Scan the QR code for more information.

Content-Marketing

Content-Marketing hat das Ziel, durch relevante Inhalte und packende Geschichten echten Mehrwert zu schaffen, der das Interesse der Verbraucher weckt. Caravanning bietet dafür ideale Voraussetzungen: Als emotionale Freizeit- und Urlaubsform lässt es sich hervorragend in inspirierende und informative Geschichten einbinden. Die Zusammenarbeit des CIVD mit führenden deutschen Medienhäusern zeigt eindrucksvoll, wie erfolgreich Content-Marketing umgesetzt werden kann. So begleiteten zuletzt die Leser von FAZ und faz.net in einem Zweiteiler zwei Redakteure auf einer Reisemobil-Reise durch die Weinregionen Rheingau, Rheinhessen und Pfalz, inkl. Übernachtungen auf Stellplätzen beim Winzer. Leser des Bordmagazins Eurowings erhalten auf zwei Seiten Empfehlungen für Caravanning-Trips. Und die Leser der Apotheken Umschau, die in Deutschland mit einer monatlichen Auflage von fast 7 Millionen und 17 Millionen Lesern unangefochtener Reichweitenführer ist, erleben mit mehrstufigen Maßnahmen ausführlich die Faszination Caravanning. Die Ergebnisse sprechen für sich: Leistungsindikatoren wie Zugriffe und Verweildauer lagen bei diesen Kampagnen deutlich über dem Durchschnitt. Dies unterstreicht nicht nur die gelungene Umsetzung, sondern auch die starke Anziehungskraft, die das Thema Caravanning auf unterschiedlichste Zielgruppen ausübt.

Content marketing

The aim of content marketing is to create real added value through relevant content and gripping stories that arouse the interest of consumers. Caravanning offers ideal conditions for this: as an emotional form of leisure and holiday, it can be perfectly integrated into inspiring and informative stories. The cooperation between the CIVD and leading German media companies is an impressive example of how successfully content marketing can be implemented. For example, readers of the "FAZ" and faz.net recently accompanied two editors on a motor caravan trip through the Rheingau, Rhine Hesse and Palatinate wine regions, including overnight stays on pitches at winegrowers. Readers of the "Eurowings" in-flight magazine receive two pages of recommendations for caravanning trips. And the readers of "Apotheken Umschau", the undisputed leader in Germany with a monthly circulation of almost 7 million and 17 million readers, experience the fascination of caravanning in detail with multi-stage measures. The results speak for themselves: performance indicators such as hits and dwell time were well above average for these campaigns. This not only emphasises the successful implementation, but also the strong appeal that the topic of caravanning exerts on a wide variety of target groups.



1. Vorstellung der schönsten Tore, 2. Aufruf zur Abstimmung, 3. Vorstellung des Gewinns, 4. **caravanning.info** wünscht Glück
 1. Presentation of the most spectacular goals, 2. Call for voting, 3. Presentation of the winner, 4. **caravanning.info** wishes you good luck

4-10 Ausstrahlungen

Pro Monat gibt es mindestens vier Ausstrahlungen, in der Spitze waren es zehn, im Schnitt etwa sieben.

25 Sekunden

Jedes Fahrzeug wird im Rahmen eines 25-sekündigen Videos vorgestellt. Dabei werden Marke, Modell, Wert und Ausstattungshighlights genannt.

896+ Mio. Zuschauer

Seit Beginn der Kooperation wurden über 896 Millionen Zuschauer erreicht.

4-10 broadcasts

There are at least four broadcasts per month, with a peak of ten and an average of seven.

25 seconds

Each vehicle is presented in a 25-second video. The brand, model, value and equipment highlights are mentioned.

896+ million viewers

Over 896 million viewers have been reached since the start of the cooperation.

Kooperation „Tor des Monats“

Die Kooperation zwischen ARD und CIVD im Rahmen des „Tors des Monats“ ist ein echter Volltreffer. Sie bietet dem Verband ein herausragendes Kosten-Nutzen-Verhältnis und ermöglicht teilnehmenden Mitgliedern, ihre Produkte als attraktive Preise im Gewinnspiel zu präsentieren – eingebettet in ein hochwertiges redaktionelles Umfeld. Diese Zusammenarbeit ist nicht einfach käuflich, sondern beruht auf einer bewussten Entscheidung der unabhängigen Sportschau-Redaktion. Ihre langjährige Fortsetzung unterstreicht die Strahlkraft des Caravanings als Freizeitform.

Jeden Monat ein Treffer

In der Sportschau wählen Zuschauer alle vier Wochen ihr „Tor des Monats“. Jährlich im Januar folgt die Wahl zum „Tor des Jahres“. Alle Gewinnspielteilnehmer haben die Chance, ein Reisemobil als Hauptpreis zu gewinnen. Das Fahrzeug wird in mehreren Sendungen präsentiert, die jeweils ein Publikum von bis zu 6 Millionen Zuschauer erreichen.

Caravanning im Fokus

Seit über 50 Jahren ist das „Tor des Monats“ fester Bestandteil der deutschen Fußballkultur. Die Wahl findet nicht im Werbeblock statt, sondern als Teil des Programms, was für gesteigerte Aufmerksamkeit sorgt. Die Caravanning-Einspieler sind direkt in die Sendung integriert und dürfen auch an werbefreien Sonn- und Feiertagen ausgestrahlt werden. Für Verbandsmitglieder bietet die Kooperation eine reichweitenstarke Plattform zur Präsentation ihrer Produkte.

„Goal of the month“ cooperation

The cooperation between ARD and the CIVD as part of the “Goal of the Month” is a win-win. It offers the CIVD an outstanding cost-benefit ratio and enables participating members to present their products as attractive prizes in the competition – embedded in a high-quality editorial environment. This cooperation is not simply for sale, but is based on a conscious decision by the independent “sportschau” editorial team. Its continuation over many years underlines the appeal of caravanning as a form of leisure.

A strike every month

Viewers vote for their “Goal of the Month” every four weeks in the “sportschau” programme. The vote for “Goal of the Year” follows every January. All participants in the competition have the chance to win a motor caravan as the main prize. The vehicle is presented in several programmes, each of which reaches an audience of up to six million viewers.

A focus on caravanning

The “Goal of the Month” has been an integral part of German football culture for over 50 years. The vote does not take place in the advertising block, but as part of the programme, which ensures increased attention. The caravanning clips are integrated directly into the programme and can also be broadcast on Sundays and public holidays, when no adverts are allowed. For association members, the cooperation offers a high-reach platform for presenting their products.

United by Football

Im Jahr 2024 konnte der CIVD anlässlich der EURO24 eine Kooperation mit 11FREUNDE, dem renommierten Magazin für Fußballkultur, realisieren und Caravanning so in unmittelbare Nähe zu diesem Großereignis rücken. Die Redakteure reisten mit einem Reisemobil quer durch Deutschland, berichteten live von den Spielstätten und begrüßten Fußballfans täglich mit einem Video-Tagebuch rund um die EURO24. Dabei boten sie nicht nur spannende Einblicke ins Turniergeschehen, sondern stellten auch das Reisen mit dem Reisemobil in den Mittelpunkt. Tägliche Videoformate bildeten das Herzstück der 11FREUNDE-Berichterstattung. Sie waren auf der Plattform 11freunde.de, dem zugehörigen YouTube-Kanal sowie auf ausgewählten **caravanning.info**-Kanälen verfügbar. Zusätzlich wurde der Content auf [spiegel.de](https://www.spiegel.de) veröffentlicht, was die Reichweite erheblich steigerte und ein noch breiteres Publikum erreichte.

Jetzt geht's raus! Die BAYERN 1-Wohnmobilwochen

Drei Wochen voller Caravanning-Inspiration im redaktionellen Radioumfeld: Im Frühjahr widmete sich der Sender BR1 ausführlich der Urlaubsform Caravanning. Mit einer Vielzahl an Ratgebern und Reportagen wurden die Hörer umfassend informiert und begeistert. Ergänzend dazu verlorste **caravanning.info** Reisemobilreisen, sodass interessierte Hörer mit etwas Glück die Möglichkeit hatten, ihren ersten Caravanning-Urlaub zu erleben.

United by football

In 2024, the CIVD was able to realise a cooperation with "11FREUNDE", the magazine for football culture, on the occasion of EURO24 and thus bring caravanning into close proximity to this major event. The editors travelled across Germany in a motor caravan, reported live from the venues and greeted football fans daily with a video diary about the EURO24, offering not only exciting insights into the tournament, but also focusing on travelling with a motor caravan. Daily video formats formed the centrepiece of the "11FREUNDE" coverage and were available on the 11freunde.de platform, the associated YouTube channel and on selected **caravanning.info** channels. The content was also published on [spiegel.de](https://www.spiegel.de), which significantly increased the reach to an even wider audience.

Now it's time to go out! The Bayern 1 motor caravan weeks

Three weeks full of caravanning inspiration in the editorial radio environment: in spring, the BR1 station devoted itself in detail to caravanning as a form of holiday. Listeners were comprehensively informed and inspired with a variety of guides and reports. In addition, **caravanning.info** raffled off motor caravan holidays, giving interested listeners the chance to experience their first caravanning holiday with a bit of luck.



Die Kooperation wurde durch die in Bayern sehr beliebten Woidboyz erweitert, die mit Videoinhalten auf der BR-Homepage sowie den sozialen Kanälen des Senders für zusätzlichen Fokus sorgten. In ihren Beiträgen zeigten sie den Urlaub mit Reisemobil und Caravan auf unterhaltsame und authentische Weise.

Erfolgsstory im Sporthandel

Die Kooperation mit SPORT 2000, einem der führenden Sportfachhandelsverbände Deutschlands, hat sich längst etabliert. Seit mehreren Jahren ist Caravanning ein fester Bestandteil der MISSION OUTDOOR – ein Jahreshighlight im SPORT 2000-Marketing, das die Verbindung zwischen Outdoorsport und Caravanning in Szene setzt. Der nachhaltige Erfolg dieser Partnerschaft zeigt sich nicht zuletzt darin, dass der CIVD mittlerweile der exklusive Kooperationspartner dieser Kampagne ist.

Die Maßnahmen sind vielseitig und wirkungsvoll: Im Handel sorgen Großflächenplakate, Dekorationspakete und Shop-TV für große Sichtbarkeit. Digital wird die MISSION OUTDOOR sowohl über die zentrale Plattform [sport2000.de](https://www.sport2000.de) als auch über die Websites der einzelnen Händler verbreitet. Ergänzt wird das Ganze durch gesponserte Beiträge auf den Social-Media-Kanälen von SPORT 2000, die das Thema Caravanning zusätzlich hervorheben. Ein besonderer Höhepunkt ist der Magalog, eine Mischung aus Magazin und Katalog, der Caravanning redaktionell einbindet und die Urlaubsform in einem hochwertigen Umfeld präsentiert.

The cooperation was extended by the Woidboyz, who are very popular in Bavaria, and provided additional focus with video content on the BR website and the broadcaster's social channels. In their contributions, they showed holidays with motor caravans and caravans in an entertaining and authentic way.

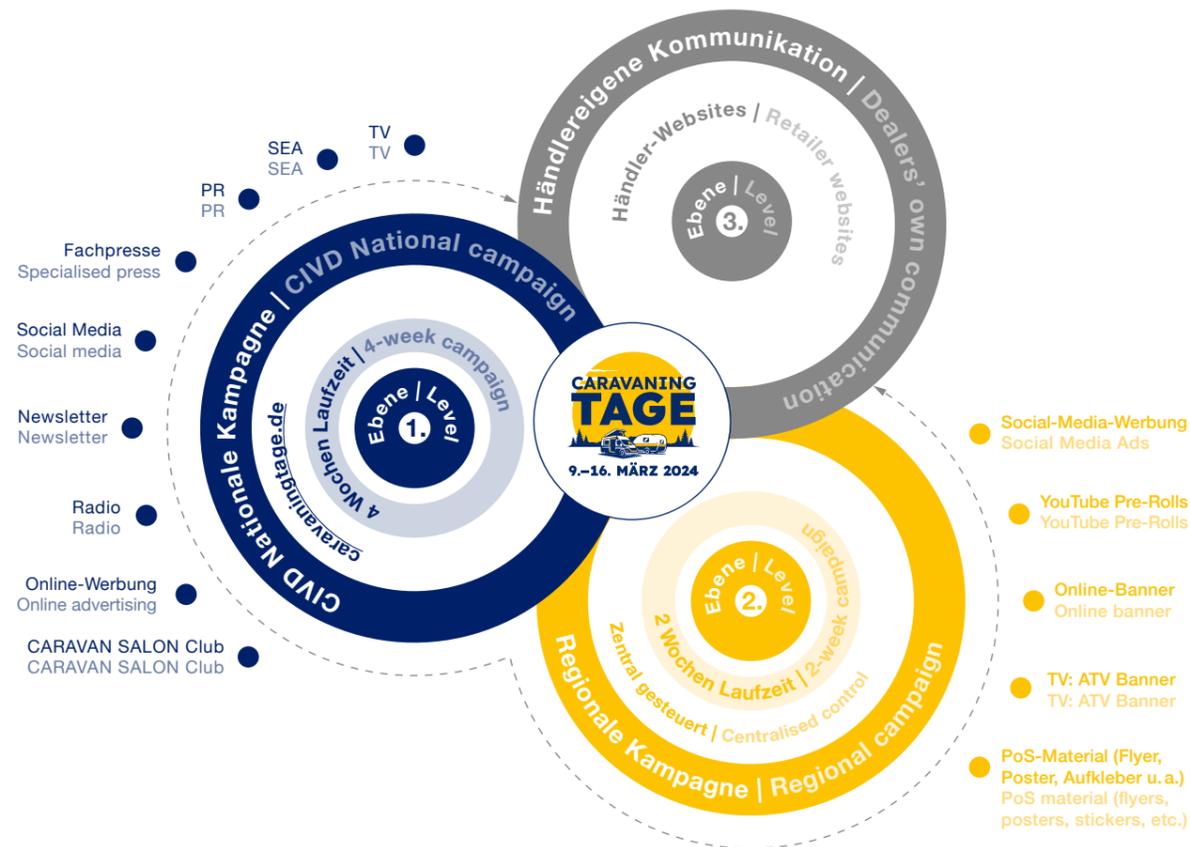
Success story in sports retail

The cooperation with SPORT 2000, one of Germany's leading sports retail associations, has long been established. For several years now, caravanning has been an integral part of MISSION OUTDOOR – an annual highlight in SPORT 2000 marketing that highlights the connection between outdoor sports and caravanning. The lasting success of this partnership is reflected not least in the fact that the CIVD is now the exclusive cooperation partner of this campaign.

The measures are versatile and effective: large-format posters, decoration packages and shop TV ensure high visibility in the retail sector. Digitally, MISSION OUTDOOR is disseminated both via the central platform [sport2000.de](https://www.sport2000.de) and via the websites of the individual retailers. This is complemented by sponsored posts on SPORT 2000's social media channels, which further emphasise the caravanning theme. A particular highlight is the magalog, a mixture of magazine and catalogue, which integrates caravanning editorially and presents the holiday form in a high-quality environment.

CARAVANING TAGE 2024 – Premiere der Aktionstage

CARAVANING TAGE 2024 – Premiere of the campaign days



Angesichts der zu erwartenden Herausforderungen im Jahr 2024 beschloss der CIVD-Vorstand Ende 2023 die Initiierung einer markenübergreifenden, verkaufsfördernden Werbekampagne. Unter dem Dach der erfolgreichen CIVD-Imagekampagne waren diese Werbemaßnahmen nun verkaufsorientierter: Sie aktivierten Interessenten, führten direkt in den Handel und förderten so den kurzfristigen Verkauf von Reisemobilen und Caravans. Der Herstellerverband investierte dabei u. a. in bundesweite TV-, Radio- und Online-Werbung, die im Aktionszeitraum 9. bis 16. März 2024 viele zusätzliche Interessenten in die Betriebe teilnehmender Handelspartner führten. Diese wiederum wurden durch die Buchung zentral organisierter Werbepakete auf lokaler Ebene aktiv. Die erfolgreiche, langfristig ausgelegte Imagekampagne des CIVD zeigt seit Jahren ihre Wirkung. 2024 investierten die Hersteller zusätzlich und geschlossen in die Förderung kurzfristiger Verkäufe. Mit dieser Verkaufsaktivierung wurde - im Schulterschluss mit engagierten Handelspartnern - ein weiterer Meilenstein für unsere Branche geschafft.

Drei Ebenen, viel Werbedruck

Auf nationaler Ebene schuf der CIVD mit TV-Spots, Radiowerbung in hoher Frequenz und weiteren ausgewählten Maßnahmen, wie unter anderem Online-Werbung, Aufmerksamkeit für die Aktion. Die gesamte nationale Kommunikation führte auf eine Landingpage, deren Kern die Händlersuche bildete. So wurden zusätzliche Interessenten direkt zu den teilnehmenden Händlern geführt. Für die Handelspartner bedeutete das: mehr Sichtbarkeit, mehr Besucher im Showroom und mehr konkrete Anfragen.

In view of the challenges expected in 2024, the CIVD Board decided at the end of 2023 to initiate a cross-brand, sales-promoting advertising campaign.

Under the umbrella of the successful CIVD image campaign, these advertising measures were now more sales-oriented: they activated consumers, led directly to dealers – and thus promoted the short-term sale of motor caravans and caravans. The manufacturers' association invested in nationwide TV, radio and online advertising, among other things, which led many additional consumers to the businesses of participating retail partners during the campaign period from 9 to 16 March 2024. These in turn became active by booking centrally organised advertising packages at a local level.

The CIVD's successful, long-term image campaign has been having an impact for years. In 2024, the manufacturers invested additionally and collectively in the promotion of short-term sales. With this sales activation, the industry, in close cooperation with committed retail partners, achieved another milestone for our industry.

Three levels, lots of advertising pressure

At a national level, the CIVD created awareness for the campaign with TV adverts, high-frequency radio advertising and other selected measures such as online advertising. The entire national communication led to a landing page, the core of which was the dealer search. This led additional consumers directly to the participating retailers. For the retail partners, this meant more visibility, more visitors to the showroom and more concrete enquiries.

Auf regionaler Ebene buchten die teilnehmenden Handelspartner verschiedene Kommunikationspakete mit direkter Händlereinbindung. Diese wurden zentral durch den Verband ausgespielt und positionierten so die Teilnehmer als den nahe gelegenen Handelspartner. Dies sparte viel Aufwand im Vergleich zu selbst erstellten Werbemaßnahmen und die Händler profitierten zudem von besonders guten Konditionen aufgrund des gebündelten Einkaufs der Werbeflächen.

Auf den eigenen Kanälen nutzten die Handelspartner vorgefertigte Werbemittel und das Aktionslogo, um noch mehr gezielte Aufmerksamkeit zu erzeugen.

At a regional level, the participating retail partners booked various communication packages with direct dealer involvement. These were played out centrally by the association and thus positioned the participants as the nearest retail partner. This saved a lot of time and effort compared to self-created advertising measures and the retailers also benefited from particularly favourable conditions due to the bundled purchase of advertising space. The retail partners used ready-made advertising material and the campaign logo on their own channels to generate even more targeted interest.



Verschiedene Maßnahmen des Verbandes, darunter der TV-Spot, starteten bereits Anfang März und verlängerten den Kommunikationszeitraum auf einen ganzen Monat.

Various measures by the association, including the TV advert, were launched at the beginning of March and extended the communication period to a whole month.

Diverse Online-Werbemittel steigerten die Reichweite. In der nationalen Werbung führten sie zum Händlerfinder, die Werbemittel der Handelspartner enthielten deren Adresse sowie eine Verlinkung zur jeweiligen Händler-Website.

Various online advertising materials increased the reach. In national advertising, they led to the retailer finder, while the advertising material of the retail partners contained their address and a link to the respective retailer website.

Die Werbeform Adressable TV ermöglicht gezielte Werbung an passende Haushalte mit Smart-TV-Geräten – unabhängig von Sendezeiten. Relevante Kunden sehen händlerindividuelle Einblendungen im laufenden TV-Programm.

The Addressable TV advertising format enables targeted advertising to suitable households with smart TV sets – regardless of programme times. Relevant customers see retailer-specific adverts in the current TV programme.

Ein Gewinnspiel bot zusätzlichen Kaufanreiz: Drei Käufer eines Fahrzeugs im Aktionszeitraum bei teilnehmenden Händlern hatten die Chance auf einen Zuschuss von 20.000 Euro.

A competition offered an additional incentive to buy: three buyers of a vehicle during the campaign period at participating dealerships had the chance to win a grant of 20,000 euros.

Pressearbeit und Fachpublikum

Public relations and trade audience

Der CIVD fungiert als etabliertes Sprachrohr der Branche und dient Medienvertretern als zentrale Anlaufstelle für alle Fragen rund um das Thema Caravaning. Zudem setzt sich der Verband mit gezielten Marketing- und PR-Maßnahmen dafür ein, das Interesse an dieser Urlaubsform in der Öffentlichkeit nachhaltig zu fördern.

Internetangebot

Der Newsroom auf der Verbandswebsite civd.de bietet sämtliche Pressemitteilungen des Verbandes in deutscher und englischer Sprache an. Ergänzend dazu haben Medienvertreter Zugriff auf eine umfangreiche Mediathek, die eine Sammlung von Pressefotos sowie eine Übersicht über alle wichtigen branchenrelevanten Presseveranstaltungen umfasst. Die Website stellt außerdem kompakt aufbereitete Informationen zu den Bereichen Technik, Infrastruktur, Touristik und Messen bereit und liefert aktuelle Branchenstatistiken, die einen umfassenden Überblick über die Entwicklungen in der Caravaningbranche bieten.

Social Media

Der CIVD nutzt die B2B-Plattform LinkedIn, um tagesaktuell über branchenrelevante Themen, Entwicklungen und Veranstaltungen zu informieren. Zu den Abonnenten zählen unter anderem Journalisten, Partnerverbände sowie Branchenvertreter, die von den aktuellen Neuigkeiten und Insights profitieren.

Pressekonferenzen

Die CIVD-Jahrespressekonferenz im Januar bildet traditionell den Auftakt zum neuen Caravaning-Jahr. Bei dieser Veranstaltung präsentiert der Verband die Jahresbilanz und gibt einen

The CIVD acts as the established voice of the industry and serves media representatives as a central point of contact for all questions relating to caravanning. The association also uses targeted marketing and PR measures to promote interest in this form of holiday among the public in the long term.

Online services

The newsroom on the association's website civd.de offers all of the association's press releases in German and English. Media representatives also have access to an extensive media centre, which includes a collection of press photos and an overview of all important industry-relevant press events. The website also provides compact information on the areas of technology, infrastructure, tourism and trade fairs and provides up-to-date industry statistics that offer a comprehensive overview of developments in the caravanning industry.

Social media

The CIVD uses the B2B platform LinkedIn to provide daily updates on industry-relevant topics, developments and events. Subscribers include journalists, partner associations and industry representatives who benefit from the latest news and insights.

Press conferences

The CIVD annual press conference in January traditionally marks the start of the new caravanning year. At this event, the association presents the annual figures and provides an outlook on developments and expectations for the coming months. Together with Messe Düsseldorf, the CIVD also organises the opening press conference of the CARAVAN SALON. In the

Ausblick auf die Entwicklungen und Erwartungen für die kommenden Monate. Gemeinsam mit der Messe Düsseldorf richtet der CIVD außerdem die Eröffnungspressekonferenz des CARAVAN SALON aus. Bereits im Vorfeld informiert der Verband die Fach- und Tagespresse durch eine Vor-Pressekonferenz über wichtige Brancheninformationen und aktuelle Trends. Ein besonderes Highlight der CIVD-Pressekonferenzen sind die hochkarätigen Gastredner, die mit spannenden Vorträgen zu relevanten Branchenthemen die Veranstaltungen bereichern.

Pressereisen

Jeden Sommer veranstaltet der CIVD in Zusammenarbeit mit der Messe Düsseldorf eine Pressereise, die darauf abzielt, Journalisten die Faszination des Caravanings hautnah erlebbar zu machen. Dieses Event, das eine beachtliche mediale Reichweite erzielt, richtet sich sowohl an Fachjournalisten als auch an Vertreter der Tagespresse. Im Jahr 2024 führte die Pressereise die Teilnehmer in den malerischen Norden Italiens, wo sie die Vielfalt und Vorzüge des Caravaning-Lifestyles aus erster Hand entdecken konnten.

Informationsmedien

Für Pressevertreter und Fachpublikum bietet der CIVD eine Vielzahl an Informationsmedien an. Besonders hervorzuheben ist der Jahresband, der sich als unverzichtbares Standardwerk für Statistiken und Daten zur Caravaning-Industrie etabliert hat.

Ungebrochen hohes Medieninteresse

Auch im vergangenen Jahr blieb die Caravaningbranche ein zentrales Thema in den Massenmedien. Die generationenübergreifende Faszination für mobile Urlaubsformen sowie das große Interesse an Freizeitfahrzeugen führen zu einer Vielzahl an Anfragen beim CIVD. Diese kommen überwiegend von reichweitenstarken Publikationen, darunter Tageszeitungen, Radiosender, Fernsehsender und renommierte Publikumsmedien.

run-up to the event, the association informs the trade and daily press about important industry information and current trends at a pre-press conference. A special highlight of the CIVD press conferences are the high-calibre guest speakers who enrich the events with exciting presentations on relevant industry topics.

Press trips

Every summer, the CIVD organises a press trip in cooperation with Messe Düsseldorf, which aims to give journalists a first-hand experience of the fascination of caravanning. This event, which achieves considerable media coverage, is aimed at both trade journalists and representatives of the daily press. In 2024, the press trip took participants to the picturesque north of Italy, where they were able to discover the diversity and benefits of the caravanning lifestyle at first hand.

Information media

The CIVD offers a wide range of information media for press representatives and trade visitors. Particularly noteworthy is the CIVD's annual report, which has established itself as an indispensable standard work for statistics and data on the caravanning industry.

Media interest remains high

The caravanning industry remained a key topic in the mass media last year. The cross-generational fascination for mobile holidays and the great interest in leisure vehicles led to a large number of enquiries to the CIVD. Most of these come from publications with a wide reach, including daily newspapers, radio stations, television channels and renowned consumer media.

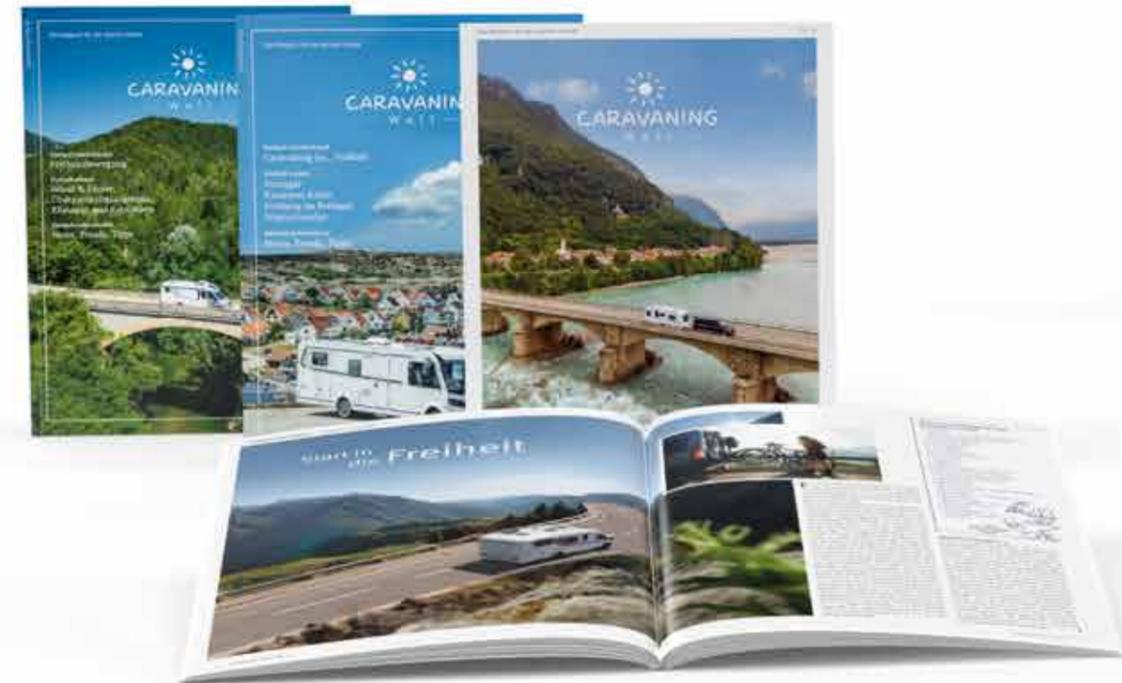


CIVD-Informationsmedien

CIVD information media

Das umfangreiche Informationsangebot des CIVD umfasst zahlreiche Publikationen, die auf unterschiedliche Zielgruppen zugeschnitten sind. Sie richten sich sowohl an Fachpublikum und Verbraucher als auch an politische Entscheidungsträger. Die vom CIVD erstellten und verbreiteten Publikationen stehen auf den Websites civd.de und caravaning.info zum Download zur Verfügung oder können direkt über die Geschäftsstelle bezogen werden.

The CIVD's extensive range of information includes numerous publications tailored to different target groups. They are aimed at both professionals and consumers as well as political decision-makers. The publications produced and distributed by the CIVD are available for download on the civd.de and caravaning.info websites or can be obtained directly from the CIVD offices.



Verbraucher | Consumers

CARAVANING WELT

Die CARAVANING WELT bietet eine kompakte und übersichtliche Darstellung der vielseitigen Facetten des mobilen Reisens. Mit Informationen, die sowohl Neueinsteiger als auch erfahrene Caravanning-Liebhaber ansprechen, deckt das Magazin alle wichtigen Themen rund um den Urlaub mit Caravan und Reisemobil ab. Das Angebot reicht von praktischen Anleitungen über inspirierende Reiseberichte bis hin zu Insider-Tipps für Reisende. Jährlich erscheint das Magazin anlässlich des CARAVAN SALON und wird auf verschiedenen Messen, bei Promotionaktionen sowie in Arztpraxen verteilt. Darüber hinaus kann es auf caravaning.info heruntergeladen oder als gedruckte Version bestellt werden. Caravanning-Händler haben zudem die Möglichkeit, das Magazin für ihre Verkaufsräume zu beziehen.

Miet-Ratgeber

Die Anmietung eines Freizeitfahrzeugs ist für viele der erste Schritt, um die Welt des Caravanning zu entdecken. Der Miet-Ratgeber liefert Einsteigern wertvolle Tipps, die den Ein-

CARAVANING WELT

CARAVANING WELT offers a compact and concise overview of the many facets of mobile travel. With information that appeals to both newcomers and experienced caravanning enthusiasts, the magazine covers all important topics relating to holidays with caravans and motor caravans. The offer ranges from practical guides and inspiring travel reports to insider tips for travellers. The magazine is published annually to coincide with CARAVAN SALON and is distributed at various trade fairs, promotional events and in medical practices. It can also be downloaded from caravaning.info or ordered as a printed version. Caravanning dealers also have the opportunity to order the magazine for their showrooms.

Rental guidebook

For many people, renting a leisure vehicle is the first step towards discovering the world of caravanning. The rental guide provides newcomers with valuable tips to make the



QR-Code scannen, um auf die Seite Veröffentlichungen & Downloads zu gelangen.
Scan the QR code to get to the Publications & Downloads page.

stieg in den mobilen Urlaub noch einfacher und angenehmer machen. Dieser praktische Leitfaden wird unter anderem auf Messen und Veranstaltungen verteilt.

Karriere mit Perspektive – Fachkräfte und Nachwuchs gesucht auf sonnigekarriere.de

Der Bedarf an Fachkräften in Industrie und Handel wächst kontinuierlich. Der CIVD präsentiert die neue Ausbildungsfachrichtung „Caravan- und Reisemobiltechnik“ sowohl auf der Website sonnigekarriere.de als auch in gedruckten Informationsmaterialien. Gleichzeitig positioniert er die Caravanningbranche als attraktiven Arbeitgeber. Die Online-Plattform bietet nicht nur umfassende Informationen zur Ausbildung, sondern auch eine deutschlandweite Übersicht über Hersteller und Händler, die in diesem Bereich ausbilden. Auch Quereinsteiger finden hier Unternehmen, die offene Stellen zu besetzen haben. Die Werbematerialien stehen Verbandsmitgliedern zur Verfügung und können gezielt für Rekrutierungszwecke eingesetzt werden.

start of a mobile holiday even easier and more enjoyable. This useful guide is distributed at trade fairs and events.

A career with prospects – professionals and young talent wanted: sonnigekarriere.de

The demand for skilled labour in industry and the trades is growing continuously. The CIVD showcases the new career path “Caravan and Motor Caravan Technology” both on the website sonnigekarriere.de and in printed information material. At the same time, it presents the caravanning industry as an attractive place to work. The online platform not only offers comprehensive information on training, but also a Germany-wide overview of manufacturers and dealerships that offer training in this field. Professionals can also find companies with vacancies here. The advertising materials are available to association members and can be used specifically for recruitment purposes.



Fachpublikum | Trade audiences

CIVD-Jahresband

Der CIVD-Jahresband gilt als unverzichtbares Standardwerk der Caravaningbranche. Auf über 150 Seiten bietet der zweisprachige Band einen umfassenden Überblick über die Ziele, Entwicklungen und Ergebnisse der Verbandsarbeit. Zu den zentralen Themen gehören Berichte des Referats Technik, Umwelt & Infrastruktur, die sich mit technologischen Fortschritten, Straßenverkehrssicherheit, Nachhaltigkeit und dem Ausbau der Infrastruktur befassen. Die Tochtergesellschaft Caravaning Informations GmbH (CIG) präsentiert ihre Marketing- und PR-Aktivitäten, die auf verschiedenen Kanälen umgesetzt werden. Abgerundet wird der Jahresband durch das Referat Wirtschaft & Statistik, das mit einem umfangreichen Statistikteil detaillierte Einblicke in die Daten und Fakten des globalen Caravaningmarktes liefert.

Stellplatz-Leitfäden

Der CIVD bietet maßgeschneiderte Beratungsdienstleistungen für interessierte Investoren und Kommunen an, die den Bau oder die Erweiterung von Stellplätzen planen. Mit umfangreicher Fachkenntnis unterstützt das Beratungsteam bei der Entwicklung und Realisierung solcher Projekte, indem es wertvolle Einblicke in die Anforderungen und Potenziale des Stellplatzmarktes gibt. Darüber hinaus stellt der CIVD auf der Plattform [reisemobil-stellplatz.info](https://www.reisemobil-stellplatz.info) detaillierte Leitfäden zur Verfügung, die als praktische Hilfsmittel für die Planung, Gestaltung und Umsetzung von Stellplatzprojekten dienen. Diese Leitfäden decken wichtige Aspekte zur Planung und Umsetzung von Projekten ab und bieten hilfreiche Tipps, um attraktive und zukunftsfähige Stellplätze zu schaffen.

CIVD-Reparaturhandbuch

Das CIVD-Reparaturhandbuch bietet Kfz-Werkstätten, Gutachtern und Fachbetrieben detaillierte Anleitungen, technische Hinweise und Spezifikationen zur Reparatur und Wartung von Caravans und Reisemobilen. Seit 2022 ist das zuvor als CD erhältliche Handbuch auf eine benutzerfreundliche Online-Plattform umgezogen. Die technische Bereitstellung dieser Plattform übernimmt die DAT Deutsche Automobil Treuhand GmbH, während der CIVD weiterhin für die Inhalte des Handbuchs sowie die Verwaltung der Abonnenten zuständig ist. Der Wechsel zur Online-Plattform ermöglicht den Nutzern einen flexiblen Zugriff auf die Informationen – jederzeit und von jedem Ort aus, solange ein Internetzugang vorhanden ist.

CIVD Annual Report

The CIVD Annual Report is regarded as an indispensable reference work for the caravanning industry. On over 150 pages, the bilingual publication offers a comprehensive overview of the goals, developments and results of the association's work. The central topics include reports from the Technology, Environment & Infrastructure Department, which deal with technological advances, road safety, sustainability and the expansion of infrastructure. The subsidiary Caravaning Informations GmbH (CIG) presents its marketing and PR activities, which are implemented via various channels. The annual volume is completed by the Economics & Statistics section, which provides detailed insights into the facts and figures of the global caravanning market with an extensive statistics section.

Caravanning sites guidance

The CIVD offers customised consulting services for interested investors and local authorities planning to build or expand caravanning sites. With extensive expertise, the consulting team supports the development and realisation of such projects by providing valuable insights into the requirements and potential of the caravanning sites market. In addition, the CIVD provides detailed guidelines on the [reisemobil-stellplatz.info](https://www.reisemobil-stellplatz.info) platform, which serve as practical aids for the planning, design and realisation of caravanning sites projects. These guidelines cover important aspects of planning and realising projects and offer helpful tips for creating attractive and sustainable motor caravan sites.

CIVD repair manual

The CIVD repair manual provides automotive workshops, experts and specialist workshops with detailed instructions, technical information and specifications for the repair and maintenance of caravans and motor caravans. Since 2022, the manual, which was previously available on CD, has been moved to a user-friendly online platform. DAT – Deutsche Automobil Treuhand GmbH is responsible for the technical aspects of this platform, while the CIVD continues to be responsible for the content of the manual and the administration of subscribers. The switch to the online platform allows users to access the information at any time and from anywhere, as long as they have internet access.

CIVD-Informationen

Die CIVD-Informationen erscheinen monatlich und sind exklusiv für Verbandsmitglieder konzipiert. Sie liefern einen umfassenden Überblick über aktuelle Entwicklungen der wirtschaftlichen, technischen und politischen Rahmenbedingungen der Caravaningbranche. Ergänzend dazu geben die verschiedenen Abteilungen des Verbandes Einblicke in ihre laufenden Projekte und Aktivitäten, um die Mitglieder stets auf dem neuesten Stand zu halten.

Politische Entscheider | Policymakers

Die politische Interessenvertretung gehört zu den Kernaufgaben des CIVD. Der Verband sensibilisiert politische Entscheidungsträger auf allen Ebenen für die wirtschaftliche und touristische Bedeutung der Caravaningbranche und setzt sich unter anderem aktiv für den Ausbau der Infrastruktur ein. Um nachhaltig Gehör zu finden, betreibt der CIVD auch auf politischer Ebene eine zielgruppengerechte und regelmäßige Kommunikation. Dazu veröffentlicht er mehrmals im Jahr Informationsmaterialien, die gezielt an Abgeordnete des Bundestages, der Landtage sowie an regionale und kommunale Entscheidungsträger adressiert sind. Der offizielle Politikbrief des CIVD, „Caravaning & Politik“, erscheint mehrmals jährlich. Diese kompakte Broschüre informiert über aktuelle Entwicklungen in der Caravaning-Industrie und zentrale Aktivitäten des Verbandes. Zudem beleuchtet sie konkrete Herausforderungen der Branche, gibt Handlungsempfehlungen und richtet Appelle an politische Entscheidungsträger. Die Publikation bietet eine übersichtliche und leicht verständliche Informationsquelle, die sowohl Branchenkenner als auch Caravaning-Laien auf politischer Ebene anspricht. Neben allgemeinen Informationsmaterialien veröffentlicht der CIVD themenspezifische Publikationen, die relevante Aspekte vertiefen. Dazu gehören beispielsweise Studien und Umfragen, die im Auftrag des CIVD erstellt wurden. Eine dieser Untersuchungen aus dem vergangenen Jahr beleuchtet die Bedeutung und Herausforderungen des Caravaning-Tourismus für Destinationen aus Sicht von Tourismusmanagern. Ergänzend dazu erstellt der Verband Positionspapiere zu branchenrelevanten Themen, wie etwa der Entwicklung und dem Ausbau der Stellplatzinfrastruktur.



CIVD-Informationen (CIVD information)

The CIVD Information is published monthly and is designed exclusively for association members. It provides a comprehensive overview of current developments in the economic, technical and political framework conditions of the caravanning industry. In addition, the various departments of the association provide insights into their current projects and activities in order to keep members up to date at all times.

Representing political interests is one of the core tasks of the CIVD. The association sensitises political decision-makers at all levels to the economic and tourist importance of the caravanning industry and actively campaigns for the expansion of the infrastructure, among other things. In order to be heard in the long term, the CIVD also engages in regular communication at a political level that is tailored to the target group. To this end, it publishes information material several times a year, which is specifically addressed to members of the Bundestag, state parliaments and regional and municipal decision-makers. The official policy newsletter of the CIVD, „Caravaning & Politics“, is published several times a year. This compact brochure provides information on current developments in the caravanning industry and the association's key activities. It also highlights specific challenges facing the industry, provides recommendations for action and appeals to political decision-makers. The publication offers a clear and easy-to-understand source of information that appeals to both industry experts and caravanning laypersons at a political level. In addition to general information material, the CIVD issues topic-specific publications that analyse relevant aspects in greater depth. These include, for example, studies and surveys commissioned by the CIVD. One of these studies from last year examined the importance and challenges of caravanning tourism for destinations from the perspective of tourism managers. In addition, the association prepares position papers on topics relevant to the industry, such as the development and expansion of the caravanning infrastructure.

Maßnahmen zur Förderung von Caravaning als Reiseform. Measures to promote caravanning as a form of travel. Beispiele für Broschüren und Positionspapiere des CIVD. Example of CIVD brochures and position papers.



Statistik und Wirtschaft

Statistics and economics

Statistik und Wirtschaft

Das Referat Statistik und Wirtschaft ist die zentrale Anlaufstelle für alle Fragen rund um Statistik, Marktstudien, Analysen und Branchenprognosen. Es stellt den Mitgliedern des Verbandes eine breite Palette an essenziellen Informationen zur Verfügung, darunter detaillierte Statistiken zur Absatzsituation in Deutschland und Europa sowie umfassende Daten zu globalen Entwicklungen in der Caravaningbranche.

Ein besonderes Ziel des Referats ist die systematische Erhebung, Verarbeitung und Analyse von Marktdaten in höchster Präzision und Granularität. Die Ergebnisse werden in Form von internen und externen Publikationen ansprechend aufbereitet, sodass sie den Mitgliedern klare Einblicke und Entscheidungsgrundlagen bieten. Hierbei profitiert das Referat von seiner engen Vernetzung mit internationalen Caravaning-Verbänden, statistischen Ämtern, Bundesbehörden und Forschungsinstituten. Diese Kooperationen ermöglichen die kontinuierliche Pflege und Erweiterung der weltweit umfangreichsten Caravaning-Datenbank, die ein einzigartiges Instrument für die Branche darstellt.

Darüber hinaus deckt das Referat auch den Bereich Export ab. Hierbei werden für die Mitglieder exportrelevante Branchenempfehlungen, Marktanalysen und Leitfäden entwickelt, die ihnen helfen, sich in internationalen Märkten erfolgreich zu positionieren.

Statistics and economics

The Department of Statistics and Economics serves as the central contact point for all questions related to statistics, market studies, analyses and industry forecasts. It provides association members with a wide range of essential information, including detailed statistics on sales figures in Germany and Europe, as well as comprehensive data on global developments in the caravanning industry.

A key goal of the department is the systematic collection, processing and analysis of market data with the highest level of precision and granularity. The results are presented in internal and external publications in an engaging manner, offering members clear insights and a solid basis for decision-making. The department benefits from its strong network of international caravanning associations, statistical offices, federal agencies and research institutes. These collaborations enable the continuous maintenance and expansion of the world's most extensive caravanning database, which serves as a unique tool for the industry.

Additionally, the department covers the export sector. It develops export-relevant industry recommendations, market analyses, and guidelines for members, helping them to successfully position themselves in international markets.



- | | |
|--|--|
| <p>Statistik</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Mitgliederservice ■ Marktdaten: Neuzulassungen, Bestand, Produktion, Regional ■ Marktanalysen und Segmentierung ■ Prognosen & volkswirtschaftliche Beurteilung ■ Austausch nationale/internationale Behörden | <p>Statistics</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Member service ■ Market data: New registrations, stock, production, regional ■ Market analyses and segmentation ■ Forecasts & economic assessment ■ Exchange with national/international authorities |
| <p>Weltweite Freizeitfahrzeug-Datenbank</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Größte weltweite Caravaning-Datenbank ■ Datenerhebung und -verarbeitung ■ Data Warehouse & BI-Plattform | <p>Worldwide leisure vehicle database</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Largest worldwide caravanning database ■ Data collection and processing ■ Data warehouse & BI platform |
| <p>Export</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Internationale Rahmenbedingungen ■ Branchenempfehlungen ■ Branchenpublikationen: Taxguide & Exportlexikon ■ Rechtsseminare & Beratung ■ Internationale Partnerschaften ■ Kooperation weltweite Caravaning-Verbände | <p>Export</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ International framework conditions ■ Industry recommendations ■ Industry publications: Tax Guide & Export Lexicon ■ Legal seminars & counselling ■ International partnerships ■ Cooperation worldwide caravanning associations |
| <p>Marktforschung</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Grundlagenforschung Caravaning-Tourismus ■ Zielgruppen- & Potenzialstudien ■ Sonderstudien | <p>Market research</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fundamental research on caravanning tourism ■ Target group & potential studies ■ Special studies |

Weltweite Freizeitfahrzeug-Datenbank

Im Zuge der zunehmenden Digitalisierung und der steigenden Bedeutung datenbasierter Entscheidungen hat sich der CIVD dem Aufbau einer weltweit einzigartigen Freizeitfahrzeug-Datenbank verschrieben. Diese Datenbank stellt einen zentralen USP des Verbandes dar, indem sie eine präzise, aktuelle und umfassende Informationsbasis bietet, die den Mitgliedern zugutekommt. Im Fokus stehen dabei die Implementierung modernster Verfahren zur systematischen Datenerhebung, -verarbeitung, -analyse und Berichterstattung.

Ein wesentlicher Baustein ist die Umsetzung effizienter ETL-Prozesse (Extract, Transform, Load), die es ermöglichen, relevante Daten aus einer Vielzahl von Quellen – darunter internationale Verbände, statistische Ämter, Forschungsinstitute und Behörden – zu extrahieren, zu standardisieren und zentral zu speichern. Durch die flexible Granularität der Daten können spezifische Anforderungen der Mitglieder abgedeckt werden, von regionalen Marktzahlen bis hin zu globalen Branchentrends. Mithilfe moderner Technologien und Analysewerkzeuge werden die Daten systematisch aufbereitet und in klar verständlichen Berichten, interaktiven Dashboards und regelmäßigen Publikationen veröffentlicht. Dies gewährleistet nicht nur Transparenz, sondern bietet den Mitgliedern des CIVD einen entscheidenden Vorteil: den Zugang zu hochrelevanten und aufbereiteten Informationen, die speziell auf die Bedürfnisse der Branche zugeschnitten sind.

Dank der langjährigen Expertise des Referats Statistik und Wirtschaft und der engen Zusammenarbeit mit internationalen Partnern wird die Datenbank kontinuierlich weiterentwickelt. Sie ist nicht nur ein Werkzeug zur Analyse, sondern auch eine Plattform, die den Mitgliedern den Zugang zu einem einzigartigen Wissens- und Datenpool ermöglicht – ein unverkennbarer Mehrwert.

Worldwide leisure vehicle database

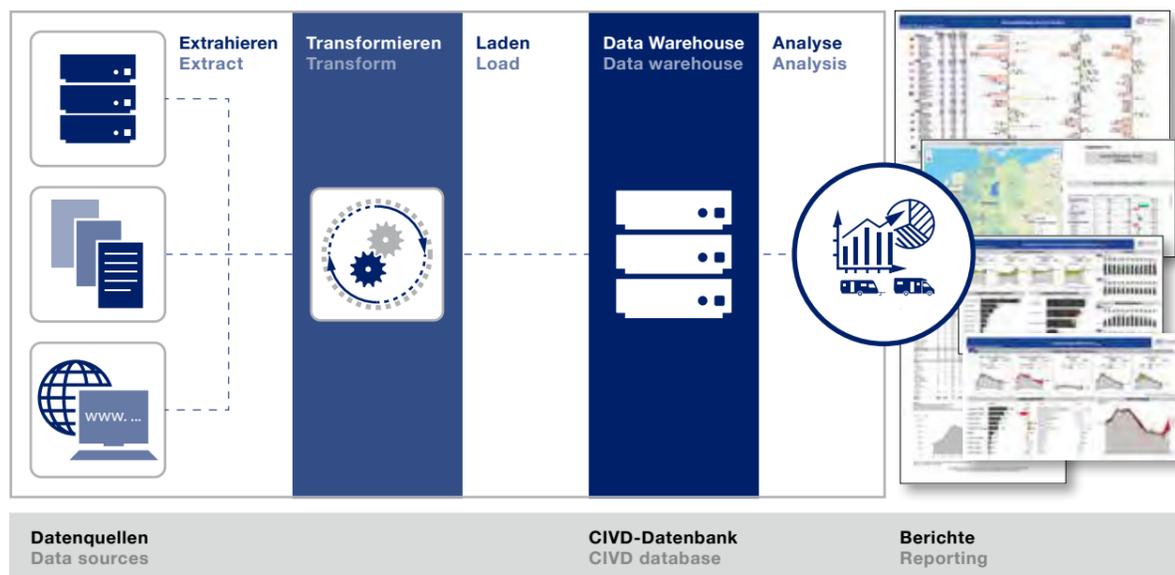
In the context of increasing digitalization and the growing importance of data-driven decision-making, the CIVD has committed itself to building a globally unique recreational vehicle database.

This database represents a central USP of the association by providing a precise, up-to-date and comprehensive information base that benefits its members. The focus lies on implementing state-of-the-art methods for systematic data collection, processing, analysis and reporting.

A key element is the establishment of efficient ETL processes (Extract, Transform, Load), which enable the extraction, standardisation and centralised storage of relevant data from a wide range of sources – including international associations, statistical offices, research institutes and government agencies. Thanks to the flexible granularity of the data, specific member requirements can be met, ranging from regional market figures to global industry trends.

Using modern technologies and analytical tools, the data is systematically prepared and published in clear, understandable reports, interactive dashboards and regular publications. This not only ensures transparency but also provides CIVD members with a decisive advantage: access to highly relevant and processed information tailored specifically to the needs of the industry.

Thanks to the extensive expertise of the Statistics and Economics Department and close collaboration with international partners, the database is continuously being developed. It is not just a tool for analysis but also a platform that provides members with access to a unique pool of knowledge and data – a distinct added value.



Export

Der Export spielt eine zentrale Rolle für die Caravaningbranche und eröffnet deutschen Herstellern und Zulieferern vielfältige Möglichkeiten, ihre Produkte auf internationalen Märkten zu positionieren. Um den Herausforderungen des globalen Handels gerecht zu werden und die Mitglieder des Verbandes bestmöglich zu unterstützen, entwickelt der CIVD exportrelevante Branchenpublikationen wie das Exportlexikon und den Taxguide. Diese Publikationen bieten umfassende Orientierung und praxisnahe Unterstützung für Unternehmen, die in internationalen Märkten tätig sind oder ihre Exportaktivitäten ausbauen möchten.

Taxguide & Exportlexikon

Der Steuerleitfaden des CIVD bietet einen detaillierten Überblick über die Besteuerung von Caravans und Reisemobilen in Europa. Aufgrund der stark variierenden steuerlichen Regelungen und zahlreicher Ausnahmen im Vergleich zur Pkw-Besteuerung schafft diese Zusammenfassung eine wertvolle Orientierungshilfe. Mit fast 100 Seiten ist es das umfassendste Werk zur Caravaning-Besteuerung und dient als unverzichtbares Nachschlagewerk für die Branche. Es enthält alle aktuellen und relevanten Informationen zu steuerlichen Abgaben bei Erwerb, Eigentum oder Nutzung von Caravaning-Fahrzeugen in den einzelnen Ländern Europas.

Die deutsche Caravaning-Industrie erzielt mit einer Exportquote von über 40 Prozent und einem jährlichen Exportwert von über 2 Milliarden Euro große Erfolge. Innovationen und Freihandelszonen erleichtern die Internationalisierung, doch gleichzeitig wachsen die Herausforderungen durch länderspezifische Vorschriften und Wechselkursschwankungen. Mit Exporten in über 50 Länder ist eine fundierte Marktanalyse unerlässlich. Das Exportlexikon bietet eine neutrale und umfassende Marktübersicht, fasst wertvolles Branchenwissen zusammen und unterstützt eine erfolgreiche Marktbearbeitung. Die Marktstudie „Exportländerlexikon“ analysiert unter der Leitung des Ressorts Export die Absatz- und Wirtschaftssituation sowie wesentliche technische und rechtliche Rahmenbedingungen der relevanten Caravaning-Exportmärkte.

Internationale Partnerschaften

Daneben engagiert sich der CIVD intensiv für die Erschließung neuer Märkte und die Förderung internationaler Kooperationen, um die Interessen seiner Mitglieder weltweit zu stärken. Im Mittelpunkt stehen der Abbau regulatorischer Hürden, wie spezifische Zulassungsbedingungen, technische Standards und Exportanforderungen, sowie die Verbesserung wirtschaftlicher Rahmenbedingungen wie Steuern und Förderprogramme.

Export

Exports play a central role for the caravanning industry and open up a wide range of opportunities for German manufacturers and suppliers to position their products in international markets. In order to meet the challenges of global trade and provide the association's members with the best possible support, the CIVD develops export-relevant industry publications such as the Export Lexicon and the Tax Guide. These publications offer comprehensive orientation and practical support for companies operating in international markets or wishing to expand their export activities.

Tax Guide & Export Lexicon

The CIVD's tax guide provides a detailed overview of the taxation of caravans and motor caravans in Europe. Due to the widely varying tax regulations and numerous exceptions compared to car taxation, this summary provides a valuable orientation aid. With almost 100 pages, it is the most comprehensive work on caravanning taxation and serves as an indispensable reference work for the industry. It contains all current and relevant information on tax charges on the purchase, ownership or use of caravanning vehicles in the individual European countries.

With an export ratio of over 40 per cent and an annual export value of over €2 billion, the German caravanning industry is achieving great success. Innovations and free trade zones facilitate internationalisation, but at the same time the challenges posed by country-specific regulations and exchange rate fluctuations are growing. With exports to over 50 countries, a well-founded market analysis is essential. The Export Lexicon offers a neutral and comprehensive market overview, summarises valuable industry knowledge and supports successful market development. Under the direction of the Export Department, the "Export Country Dictionary" market study analyses the sales and economic situation as well as the key technical and legal framework conditions of the relevant caravanning export markets.

International partnerships

The CIVD is also intensively involved in opening up new markets and promoting international cooperation in order to strengthen the interests of its members worldwide. The focus is on reducing regulatory hurdles, such as specific approval conditions, technical standards and export requirements, as well as improving economic framework conditions such as taxes and subsidy programmes.

Wirtschaftsfaktor Caravaning-Tourismus

Die zunehmende Beliebtheit von Reisen mit Caravan und Reisemobil hat den Caravaning-Tourismus zu einem bedeutenden Faktor für die deutsche Tourismuswirtschaft gemacht. Eine aktuelle Studie des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (dwif), durchgeführt im Auftrag des Caravaning Industrie Verbandes, zeigt eindrucksvoll,

Economic factor caravanning tourism

The growing popularity of travel with caravans and motor caravans has made camping tourism a significant contributor to the German tourism economy. A recent study conducted by the German Economic Research Institute for Tourism (dwif), on behalf of the Caravaning Industry Association, impressively highlights how strongly this market is growing. With gross



Starker Wettbewerber: Caravaning-Tourismus erzielt rund **18 %** der **Übernachtungen** und **9 %** des **Bruttoumsatzes** im deutschen Tourismusmarkt.

Strong competitor: Caravanning tourism accounts for around **18 %** of **overnight stays** and **9 %** of **gross sales** in the German tourism market.

voll, wie stark dieser Markt wächst. Mit einem Bruttoumsatz von 19,5 Milliarden Euro im Jahr 2023 verzeichnet der Caravaning-Tourismus einen Zuwachs von 7,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und ist eine tragende Säule des deutschen Tourismusmarktes.

Caravaning-Tourismus: ein starker Akteur im deutschen Tourismus

Der Marktanteil des Caravaning-Tourismus am Gesamttourismus in Deutschland ist beachtlich. Im Vergleich zu den 399,2 Millionen Übernachtungen in touristischen Beherbergungsbetrieben erreichten Caravaning-Gäste 2023 etwa 73 Millionen Übernachtungen (Campingplätze und Stellplätze zusammen). Das entspricht einem Anteil von rund 18 Prozent an den touristischen Übernachtungen. Besonders bemerkenswert: Der Umsatz der Caravaning-Gäste macht etwa 8,6 Prozent des gesamten Bruttoumsatzes von Übernachtungsgästen in Deutschland aus. Auch die Zahl der Reisemobilstellplätze wuchs seit 2016 um 47 Prozent auf 5.452 Standorte und unterstreicht die hohe Dynamik in diesem Segment.

Wirtschaftlicher Nutzen und regionale Effekte

Die Ausgaben der Camper haben einen starken regionalen Effekt: 1 Euro Wertschöpfung durch Beherbergung auf Campingplätzen generiert 11,3 Euro in direkter und indirekter Wertschöpfung. Insgesamt generierte der Caravaning-Tourismus 7,7 Milliarden Euro Einkommen.

Übernachtungen und Trends

Campingplätze in Deutschland verzeichneten 2023 über 54,5 Millionen touristische Übernachtungen. Hinzu kommen 18,5 Millionen Übernachtungen von Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen. Die Ergebnisse der dwif-Studie belegen, dass Caravaning-Tourismus nicht nur ein attraktiver Markt für Urlauber ist, sondern auch eine Schlüsselrolle für die deutsche Tourismuswirtschaft spielt. Mit überdurchschnittlichem Wachstum, stetig wachsender Infrastruktur und starker regionaler Wertschöpfung hat dieser Markt das Potenzial, seinen Anteil am Gesamttourismus weiter auszubauen.

revenue of €19.5 billion in 2023, camping tourism recorded an increase of 7.8 per cent compared to the previous year, making it a cornerstone of the German tourism market.

Camping tourism: A key player in German tourism

The market share of camping tourism within the overall German tourism sector is remarkable. In 2023, camping tourists accounted for approximately 73 million overnight stays (including campsites and motor caravan pitches) out of 399.2 million total overnight stays in tourist accommodation establishments. This corresponds to a market share of around 18 per cent of all tourist overnight stays. Additionally, camping guests contributed about 8.6 per cent of the total gross revenue generated by overnight guests in Germany. The number of motor caravan pitches has also grown by 47 per cent since 2016, reaching 5,452 locations, highlighting the rapid development of this segment.

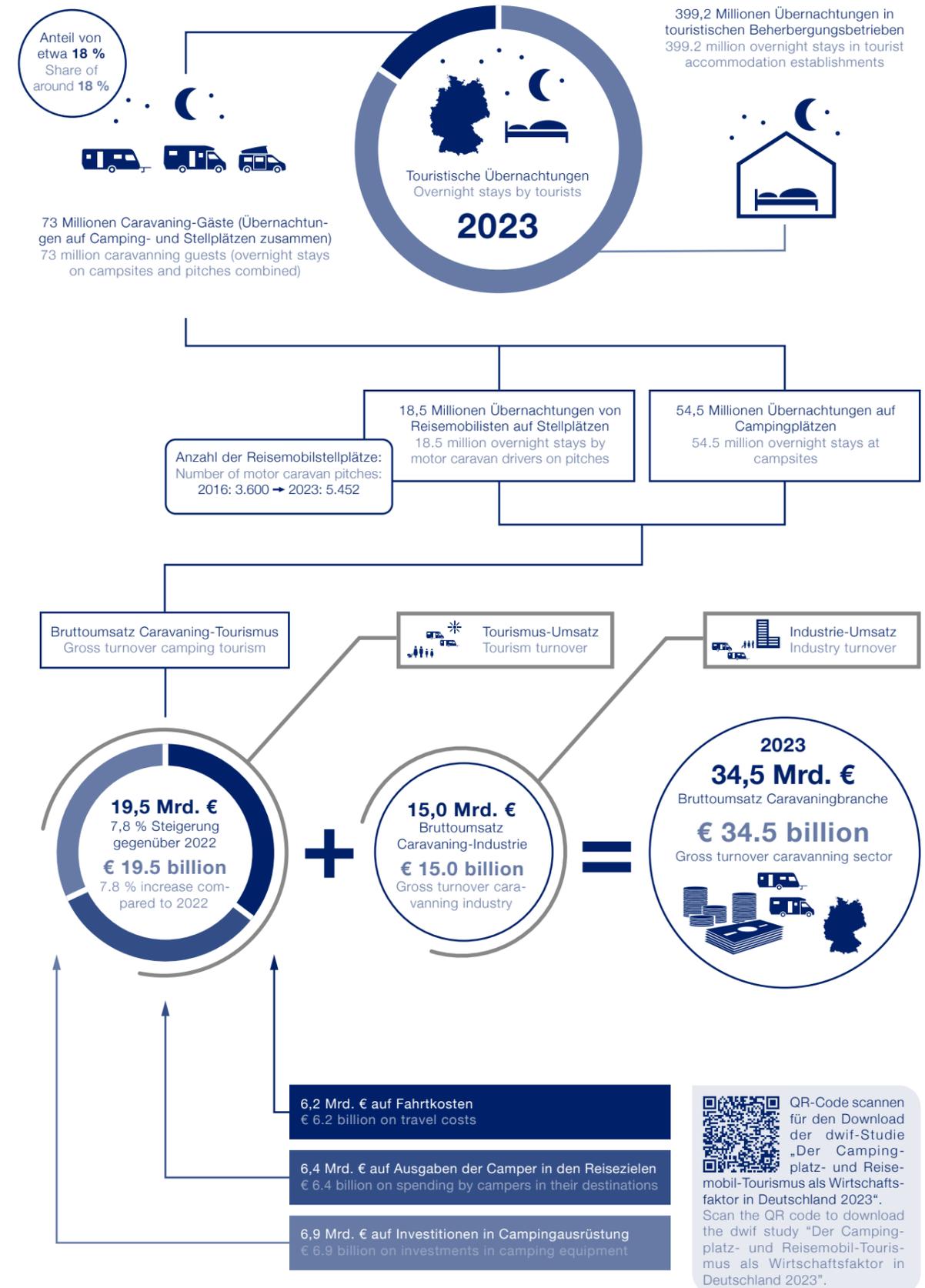
Economic benefits and regional effects

Camping tourists generate a significant regional economic impact. Every €1 in value added from campsite accommodation establishments creates €11.3 in direct and indirect value across local economies. Overall, camping tourism contributed €7.7 billion in income.

Overnight stays and trends

In 2023, German campsites recorded over 54.5 million tourist overnight stays, alongside 18.5 million overnight stays by motor caravan users outside of campsites. The findings of the dwif study confirm that camping tourism is not only an attractive market for travellers but also a key driver of the German tourism economy. With above-average growth, expanding infrastructure and a strong regional economic impact, this market holds immense potential to further increase its share of the overall tourism sector.

Wirtschaftliche Bedeutung der Caravaningbranche
 Economic importance of the caravanning sector



Quelle: dwif 2024
 Source: dwif 2024

Urlaubsreisekosten für eine Familie im Vergleich
Holiday travel costs for a family in comparison

QR-Code scannen für den Download der dwif-Studie „Berechnung der Urlaubsreisekosten“. Scan the QR code to download the dwif study "Berechnung der Urlaubsreisekosten".



Freizeitfahrzeug und Campingplatz
Recreational vehicle and campsite

Pkw und Ferienwohnung
Car and holiday let

Flugzeug und Hotel
Flight and hotel



Destination	Freizeitfahrzeug und Campingplatz	Pkw und Ferienwohnung	Flugzeug und Hotel
Bibione, Italien Bibione, Italy	2.749 € 4.321 € 4.900 €	4.561 €	12.130 €
Argelès-sur-Mer, Frankreich Argelès-sur-Mer, France	2.740 € 4.221 € 4.985 €	3.707 €	8.103 €
Göteborg, Schweden Gothenburg, Sweden	2.749 € 3.633 € 4.436 €	4.274 €	11.094 €

Der Preisunterschied im gehobenen Segment zwischen Reisemobil und Hotel beträgt bis zu 60 %.
The price difference in the upmarket segment between a motor caravan and a hotel is up to 60 %.

Bis zu **60 %** Preisunterschied
Up to **60 %** price difference



Budget-Caravan / Budget caravan
 Economy-Kastenwagen / Economy Campervan
 Gehobener Urlaub Reisemobil / Superior holiday motor caravan

Quelle: dwif 2024
Source: dwif 2024

Caravanning überzeugt als kostengünstigste Urlaubsform in Europa

Eine weitere Studie des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (dwif) hat bestätigt, dass Caravanning im Vergleich zu anderen Reiseformen in Europa die kostengünstigste Option ist. Die Untersuchung zeigt, dass diese flexible und naturnahe Reiseart sowohl in Budget- als auch in gehobenen Varianten durchweg günstiger ist als ein Urlaub in einer Ferienwohnung oder im Hotel.

Vergleich der Urlaubsformen: Fokus auf Flexibilität und Wirtschaftlichkeit

Die Studie untersuchte die Reisekosten von Familien und Paaren in drei beliebten europäischen Destinationen – Bibione (Italien), Argelès-sur-Mer (Frankreich) und Göteborg (Schweden). In den fünf analysierten Szenarien wurden neben der Anreise auch die Unterkunftskosten, die Fahrzeughaltungskosten (Cost of Ownership) sowie die Verpflegungskosten berücksichtigt. Die Ergebnisse basieren auf einem Zeitraum von zwei Wochen in der Hauptsaison Juli/August und umfassen Varianten vom preisbewussten Caravanning-Urlaub bis hin zu luxuriösen Hotelaufenthalten.

Klare Vorteile für Caravanning in den Fallstudien

Die Ergebnisse der Studie zeigen durchweg Kostenvorteile für Caravanning – unabhängig von Destination oder Reisekonstellation:

- Bibione (Italien): Familien, die mit Caravan und Pkw anreisen und auf einem mittelklassigen Campingplatz übernachten, sparen in der Budget-Variante rund 1.640 Euro (35 %) im Vergleich zu einem Urlaub in der Ferienwohnung. Im gehobenen Segment zeigt sich, dass das Reisemobil knapp 57 Prozent günstiger ist als die Kombination aus Flugreise und 4-Sterne-Hotel.
- Argelès-sur-Mer (Frankreich): Für Paare liegt die Einsparung bei einem Budget-Caravanning-Urlaub bei 970 Euro (26 %) im Vergleich zu einer Ferienwohnung. Selbst im gehobenen Segment bleibt Caravanning wirtschaftlicher: Der Urlaub im Reisemobil ist etwa 38 Prozent preiswerter als ein Aufenthalt in einem Hotel mit Flugreise.
- Göteborg (Schweden): Besonders deutlich wird der Preisvorteil in Schweden. Familien sparen fast 48 Prozent in der Budget-Caravanning-Variante gegenüber einem Urlaub in der Ferienwohnung. Selbst die Economy-Option mit einem Kastenwagen bleibt 15 Prozent günstiger als eine Ferienwohnung. Der Preisunterschied im gehobenen Segment zwischen Reisemobil und Hotel beträgt hier 60 Prozent.

Caravanning bleibt die wirtschaftlichste Option

Die Analyse bestätigt, dass Caravanning-Urlaub für Familien und Paare die kostengünstigste und flexibelste Reiseform bleibt. Besonders Familien profitieren von signifikanten Einsparungen, aber auch Paare können durch die Nutzung von Selbstverpflegung und kosteneffizienten Campingplätzen ihre Reisekosten deutlich reduzieren. Innerhalb des Caravanning-Segments bleibt der Caravan die preiswerteste Option.

Caravanning proves to be the most cost-effective holiday option in Europe

Another study conducted by the German Economic Research Institute for Tourism (dwif) has confirmed that caravanning is the most cost-effective travel option in Europe compared to other forms of travel. The study highlights that this flexible and nature-oriented way of travelling is consistently less expensive than staying in holiday lets or hotels, both in budget and premium scenarios.

Comparison of travel types: Focus on flexibility and affordability

The study examined the travel costs of families and couples across three popular European destinations – Bibione (Italy), Argelès-sur-Mer (France) and Gothenburg (Sweden). In the five analysed scenarios, costs for transportation, accommodation, "cost of ownership" (vehicle-related costs) and food were considered. The findings are based on a two-week period during the peak travel season in July and August, covering a range of options from budget-friendly caravan holidays to luxurious hotel stays.

Caravanning als Kostenheld: flexibel, naturnah und **erschwinglich**.

Caravanning as a cost hero: flexible, close to nature and **affordable**.

Clear advantages of caravanning in the case studies

The study results consistently demonstrate cost advantages for caravanning, regardless of the destination or travel group:

- Bibione (Italy): Families travelling with a caravan and car and staying on a mid-range campsite save around €1,640 (35%) in the budget scenario compared to a holiday let. In the premium segment, a motor caravan holiday is nearly 57 per cent cheaper than a combination of a flight and a four-star hotel stay.
- Argelès-sur-Mer (France): For couples, a budget caravanning holiday saves approximately €970 (26%) compared to a holiday let. Even in the premium segment, caravanning remains more economical: a motor caravan holiday is about 38 per cent cheaper than staying in a hotel with a flight.
- Gothenburg (Sweden): The cost advantage is particularly pronounced in Sweden. Families save nearly 48 per cent in the budget caravanning scenario compared to a holiday let. Even the economy option with a campervan is 15 per cent cheaper than a vacation rental. In the premium segment, the price difference between a motor caravan and a hotel is 60 per cent.

Caravanning remains the most economical option

The analysis confirms that caravanning is the most cost-effective and flexible travel form for families and couples. Families, in particular, benefit from significant savings, while couples can also reduce travel costs considerably by using self-catering options and cost-efficient campsites. Within the caravanning segment, caravans remain the most affordable option.

Caravaning mit großem Wachstumspotenzial

Die GfK-Studie zur Käuferwägung von Reisemobilen und Caravans gibt Einblicke in die Zielgruppen und das Marktpotenzial der Caravaningbranche. In vier Befragungswellen 2024 wurde analysiert, wie viele Personen den Kauf eines Reisemobils oder Caravans in Betracht ziehen. Die Ergebnisse zeigen, dass beide Segmente – Reisemobile und Caravans – ein hohes eigenständiges Potenzial aufweisen.

Caravanning with great growth potential

The GfK study on the purchase consideration of motor caravans and caravans provides insights into the target groups and market potential of the caravanning industry. Four waves of the 2024 survey were used to analyze how many people are considering buying a motor caravan or caravan. The results show that both segments - motor caravans and caravans - have high potential in their own right.



GfK-Studie zeigt enormes Kaufpotenzial mit **20 Mio.** Käufern für Reisemobile und **17 Mio.** für Caravans.

A GfK study shows enormous purchasing potential with **20 million** buyers for motor caravans and **17 million** for caravans.

Segment Reisemobile: 20 Millionen potenzielle Käufer

Rund 20 Millionen Personen in Deutschland (18–74 Jahre) ziehen den Kauf eines Reisemobils grundsätzlich in Betracht. Dies entspricht dem weitesten Potenzial („Top-3-Box“) für dieses Segment. Besonders stark zeigt sich das Interesse bei jungen Erwachsenen im Alter von 18 bis 39 Jahren sowie bei trendbewussten und einkommensstärkeren Zielgruppen. Haushalte mit einem monatlichen Nettoeinkommen von über 3.000 Euro sind überproportional vertreten.

Reisemobile sprechen vor allem Paare und Familien mit älteren Kindern an, die Komfort und Flexibilität schätzen. Sie werden häufig als ideale Lösung für längere Reisen wahrgenommen, bei denen Mobilität und Unabhängigkeit im Fokus stehen. Der steigende Fokus auf gebrauchte Fahrzeuge zeigt zudem, dass sich das Segment weiter diversifiziert und eine breite Zielgruppe anspricht.

Segment Caravans: 17 Millionen potenzielle Käufer

Der Kauf eines Caravans kommt für etwa 17 Millionen Personen in Deutschland grundsätzlich in Frage. Dieses Segment wird besonders von Familien mit Kindern unter 15 Jahren dominiert. Caravans gelten als kosteneffizientere Alternative zu Reisemobilen und werden vor allem von Mehrpersonenhaushalten mit mittlerem Einkommen geschätzt.

Ein Vorteil des Caravans ist die Möglichkeit, das Fahrzeug auf einem Campingplatz abzustellen und unabhängig mit dem Zugfahrzeug Ausflüge zu unternehmen. Diese Flexibilität macht Caravans besonders attraktiv für Familien, die häufig einen festen Ausgangspunkt für ihre Reisen bevorzugen.

Potenziale

Die getrennte Betrachtung der Segmente zeigt, dass Reisemobile und Caravans unterschiedliche Zielgruppen ansprechen, aber beide Segmente ein erhebliches Marktpotenzial bieten. Mit zuletzt rund 34 Prozent Kaufpotenzial (Gesamtbevölkerung) im Reisemobil-Segment und 29 Prozent bei den Caravans erreicht Caravaning insgesamt ein breites Publikum. Reisemobile überzeugen mit Komfort und Mobilität, während Caravans vor allem Familien mit Kindern eine flexible und preiswerte Option bieten. Beide Segmente unterstreichen die wachsende Attraktivität von Caravaning als flexible und naturnahe Reiseform.

Motor caravan segment: 20 million potential buyers

Around 20 million people in Germany (aged 18-74) are considering buying a motor caravan. This corresponds to the widest potential ("top 3 box") for this segment. Interest is particularly strong among young adults aged 18 to 39 and among trend-conscious and higher-income target groups. Households with a monthly net income of over 3,000 euros are disproportionately represented.

Motor caravans appeal primarily to couples and families with older children who value comfort and flexibility. They are often perceived as the ideal solution for longer trips where the focus is on mobility and independence. The increasing focus on used vehicles also shows that the segment is becoming more diversified and appeals to a broad target group.

Caravan segment: 17 million potential buyers

Around 17 million people in Germany are considering buying a caravan. This segment is particularly dominated by families with children under the age of 15. Caravans are considered a more cost-efficient alternative to motor caravans and are particularly popular with middle-income households with several people.

One advantage of caravans is the ability to park the vehicle on a campsite and go on trips independently with the towing vehicle. This flexibility makes caravans particularly attractive for families who often prefer a fixed starting point for their trips.

Potential

A separate analysis of the segments shows that motor caravans and caravans appeal to different target groups, but that both segments offer considerable market potential. With a recent purchase potential of around 34 per cent (total population) in the motor caravan segment and 29 per cent for caravans, caravanning reaches a broad audience overall. Motor caravans impress with their comfort and mobility, while caravans offer a flexible and affordable option, especially for families with children. Both segments underline the growing appeal of caravanning as a flexible and nature-oriented form of travel.

Tracking der Käuferwägung im Bereich Caravaning Tracking the purchase consideration in the caravanning sector

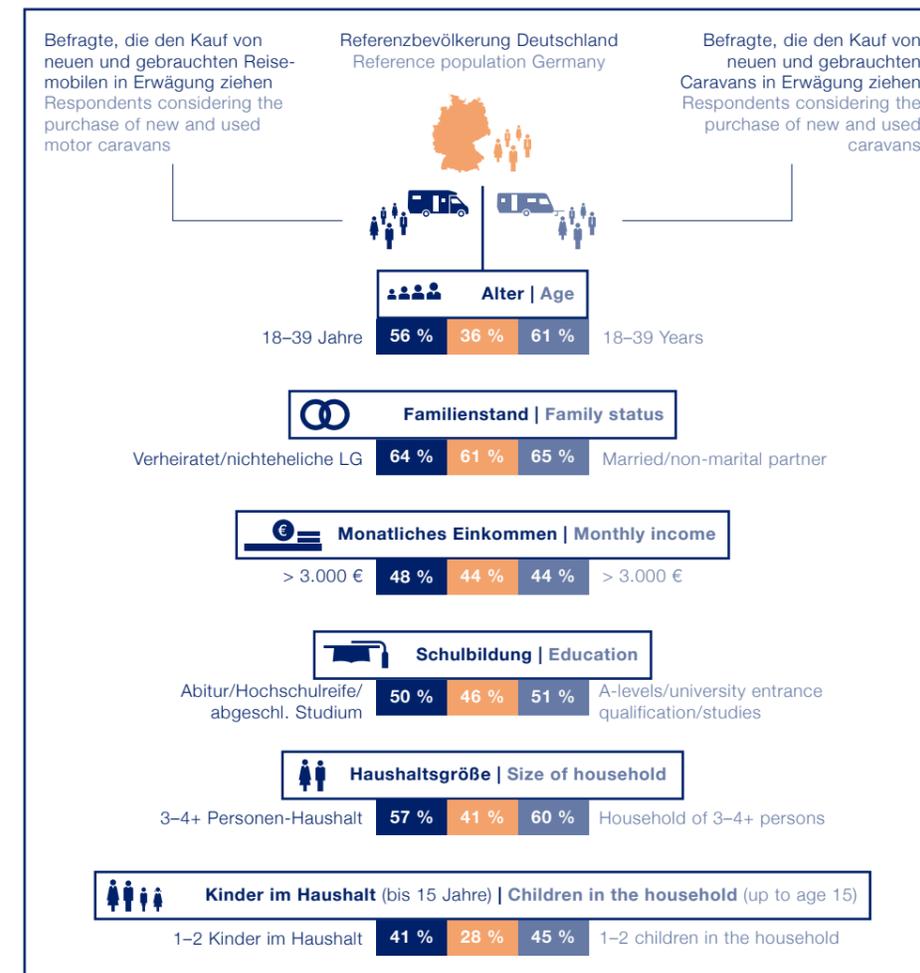
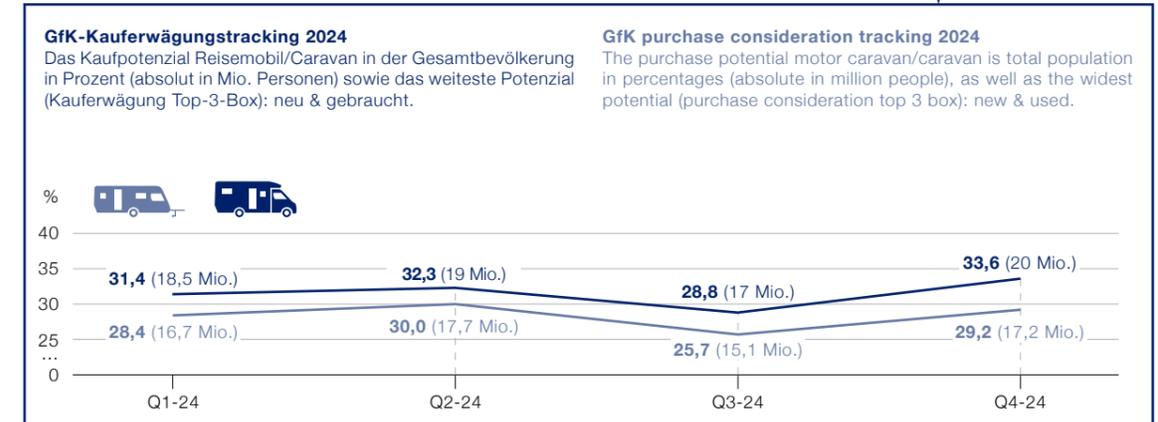


Online-Erhebung vom 25.01.24 bis 16.10.24, unterteilt in vier Erhebungsphasen (Q1, Q2, Q3, Q4).
Online survey from 25.01.24 to 16.10.24, divided into four survey phases (Q1, Q2, Q3, Q4).

Kerninhalte:
-Interesse an Caravaning
-Überlegungen zum Caravaning-Kauf
-Zeitpunkt des Kaufs
-Zielgruppen-Soziodemografie
-Hindernisse beim Kauf von Reisemobilen/Caravans
Core content:
-Interest in caravanning
-Considerations for buying a caravan
-Time of purchase
-Target group socio-demographics
-Hindrances to buying motor caravans/caravans

11.079
Befragte (repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung)
Interviewees (representative of the German-speaking population)
Alter/Age:
18–74 Jahre/Years

Kaufpotenzial
Purchase potential



Kernergebnisse und Zielgruppen
Key results and target groups

Zahlen und Fakten

Facts and figures

S. 64–78 | pp. 64–78 →



Umsatz der deutschen Freizeitfahrzeug-Industrie

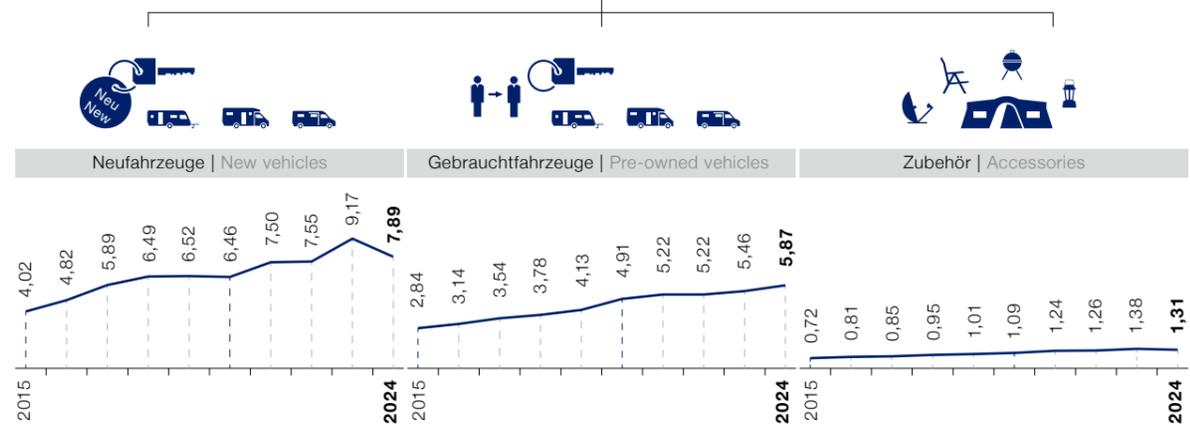
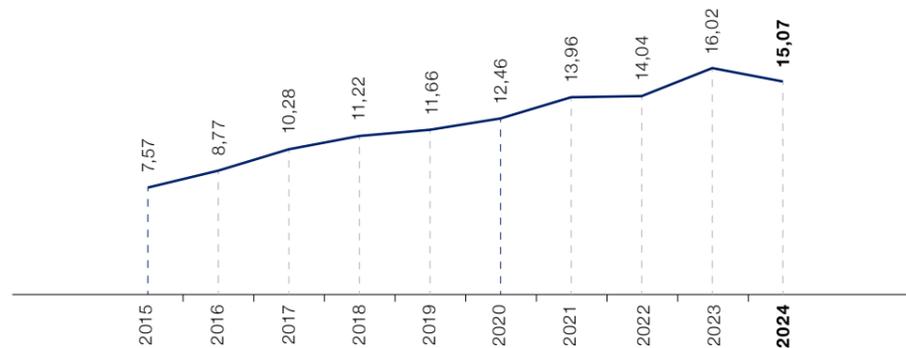
Sales volume of the German leisure vehicle industry



- Trotz des Rückgangs bleibt das Umsatzniveau stabil über der 15-Milliarden-Euro-Marke und erreicht das zweitbeste Ergebnis der Geschichte
- Die Produktionskürzungen der Hersteller aufgrund hoher Bestände führen zu einem zweistelligen Rückgang im Neufahrzeuggeschäft
- Der Gebrauchtwagenmarkt profitiert vom gestiegenen Angebot und wächst um rund 8 Prozent
- Der Zubehörmarkt bleibt mit einem Umsatz von rund 1,3 Milliarden Euro konstant

- Despite the decline, sales remain stable above the 15 billion euro mark and achieve the second-best result in history
- Manufacturers' production cuts due to high inventories lead to a double-digit decline in the new vehicle business
- The pre-owned vehicle market benefits from increased supply and grows by around eight per cent
- The accessories market remains constant with sales of around 1.3 billion euros

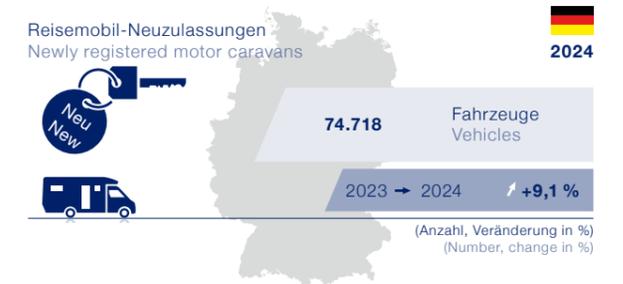
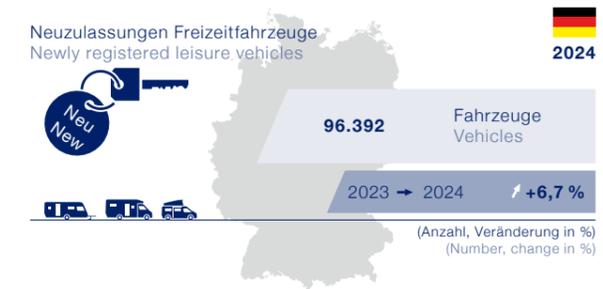
Umsatz der deutschen Freizeitfahrzeug-Industrie (in Mrd. €) 2015–2024
Sales volume of the German leisure vehicle industry (in billions of euros) 2015–2024



Quelle: CIVD-Erhebungen | Source: CIVD surveys

Entwicklung der Neuzulassungen in Deutschland

Development of new registrations in Germany



- Wirtschaftspolitische Unsicherheiten durch Rezessionsängste in Deutschland und schwaches verarbeitendes Gewerbe, dennoch deutlicher Zulassungsanstieg der Freizeitfahrzeuge
- Nach 3–4 Jahren Nachfrageüberhang kehrt das Marktgleichgewicht zurück, Käufer haben mehr Auswahl
- Das Kundeninteresse bleibt weiterhin hoch, wenn Angebote stimmen
- Caravans bleiben konjunktursensibel, minus 1,0 Prozent, doch die Talsohle scheint erreicht
- Reisemobile profitieren von besserer Chassis-Verfügbarkeit, plus 9,1 Prozent
- Insbesondere wertschöpfungsstarke Aufbauten (Teil-/Vollintegriert, Alkoven) profitieren von der Chassis-Verfügbarkeit
- Beide Segmente profitieren von einem starken Privatmarkt

- Economic policy uncertainties due to fears of recession in Germany and weak manufacturing industry, yet significant increase in registrations of leisure vehicles
- After 3–4 years of excess demand, the market balance is returning, buyers have more choice
- Customer interest remains high, Caravans remain sensitive to the economy, down 1.0 per cent, but the bottom seems to have been reached
- Motor caravans benefit from better chassis availability, up 9.1 per cent
- In particular, high value-added conversions (semi-/fully-integrated, alcove) benefit from chassis availability
- Both segments benefit from a strong private market

Caravan-Neuzulassungen in Deutschland

Newly registered caravans in Germany



- Nach deutlichen Zuwächsen bis 2019 und einem Höchststand 2020 hat sich das Caravan-Neuzulassungsvolumen auf niedrigem Niveau eingependelt
- Der Caravanmarkt stabilisiert sich in 2024 wieder mit -1,0 Prozent, nach spürbaren Einbrüchen in 2021 (-15,2 Prozent) und 2023 (-10,5 Prozent)
- Gründe für diese Entwicklung: vorgezogene Käufe während der Corona-Jahre, höhere Zinsen und Inflation bremsen die Nachfrage; Tiefpunkt scheint jedoch erreicht
- Trotz Abwärtsbewegung bleibt der Caravan-Index (138,9) deutlich über dem Pkw-Niveau
- After significant growth until 2019 and a peak in 2020 this century, the volume of new caravan registrations has levelled off at a low level
- The caravan market stabilised again in 2024 at -1.0 per cent, after noticeable slumps in 2021 (-15.2 per cent) and 2023 (-10.5 per cent)
- Reasons for this development: Advance purchases during the Corona years, higher interest rates and inflation slowed demand; however, the low point appears to have been reached
- Despite the downward trend, the caravan index (138.9) remains well above the passenger car level

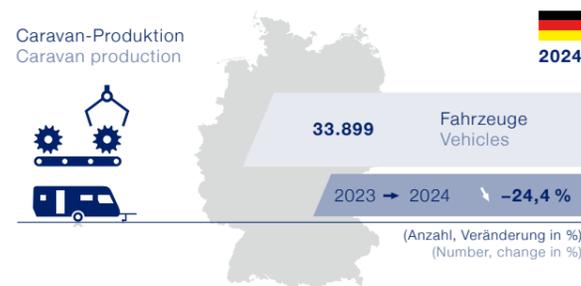
Caravan-Neuzulassungen 2015–2024
Newly registered caravans 2015–2024

Jahr Year	Einheiten Units	Veränd. Vorjahr % Change from prev. year %		Index Index 2010 = 100%	
		Caravans	Pkw Cars	Caravans	Pkw Cars
2022	24.478	-1,0	+1,1	156,8	90,9
2023	21.896	-10,5	+7,3	140,3	97,5
2024	21.674	-1,0	-1,0	138,9	96,6

Quelle: CIVD-Auswertung der Zahlen des Kraftfahrt-Bundesamtes, Flensburg
Source: CIVD analysis of the figures published by the Federal Motor Transport Authority (KBA), Flensburg

Caravan-Produktion

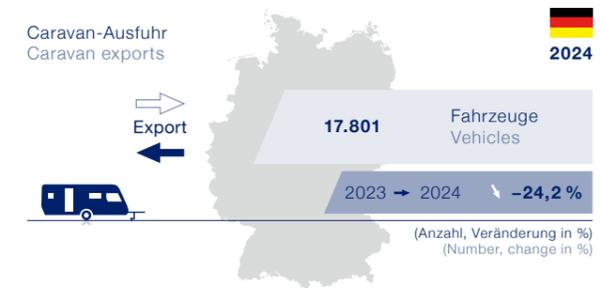
Caravan production



- Nach dem Produktionshoch 2022, bedingt durch fehlende Reisemobil-Chassis, erfolgte in 2023 eine bedarfsgerechte Anpassung, welche sich 2024 fortsetzt
- Hersteller reagieren weiter auf den europaweiten Rückgang der Caravan-Zulassungen und Händlerbestände
- Die Produktion fällt in 2024 weiter auf ca. 33.900 Einheiten
- Trotz des Rückgangs steigen die Durchschnittspreise pro Einheit und ab Werk auf über 23.400 Euro netto; die Umsatz-Milliarde kann allerdings nicht gehalten werden
- After the production peak in 2022 due to a lack of motor caravan chassis, a demand-based adjustment was made in 2023, which will continue in 2024
- Manufacturers continue to respond to the Europe-wide decline in caravan registrations and dealer stocks
- Production continues to fall to around 33,900 units in 2024
- Despite the decline, average prices per unit and ex works rise to over € 23,400 net; however, the billion-euro sales mark cannot be maintained

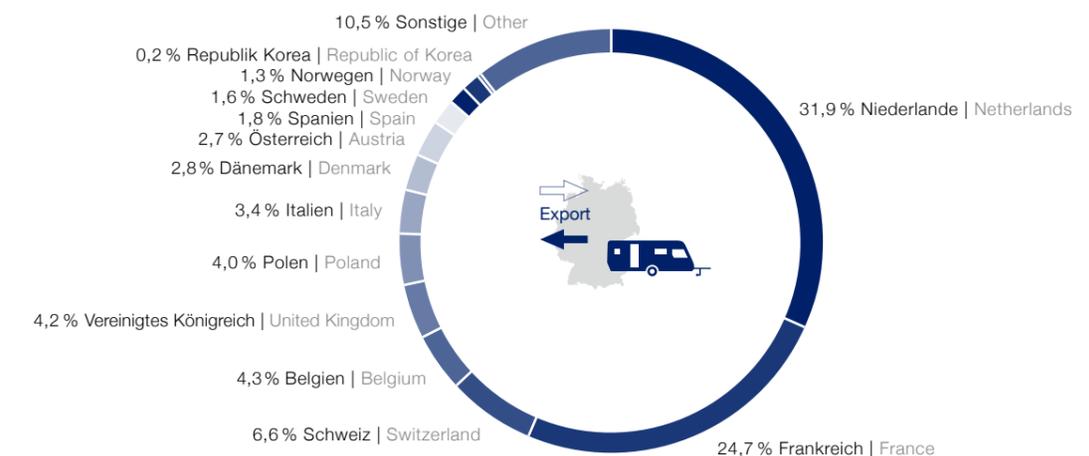
Caravan-Ausfuhr

Caravan exports



- Der Caravan-Export aus Deutschland verzeichnet einen Rückgang um ein Viertel
- Frankreich und die Niederlande stabilisieren den Markt mit lediglich einstelligem Rückgang
- Ansonsten zweistellige Korrekturen in fast allen Ländern
- Ausfuhr nach Südkorea nahezu nicht mehr existent, Skandinavien mit 60–80 Prozent Rückgang
- Schweiz stark negativ – im Einklang mit den Zulassungen, jedoch weniger von der wirtschaftlichen Lage geprägt
- Exporte in die Türkei verzeichnen nach starkem Wachstum einen drastischen Einbruch, die Exporte sinken um über 50 Prozent
- Caravan exports from Germany fall by a quarter
- France and the Netherlands stabilise the market with only single-digit declines
- Otherwise, double-digit corrections in almost all countries
- Exports to South Korea almost non-existent, Scandinavia with 60-80 per cent decline
- Switzerland strongly negative – in line with registrations, but less influenced by the economic situation
- After strong growth, exports to Turkey show a drastic slump, with exports falling by over 50 per cent

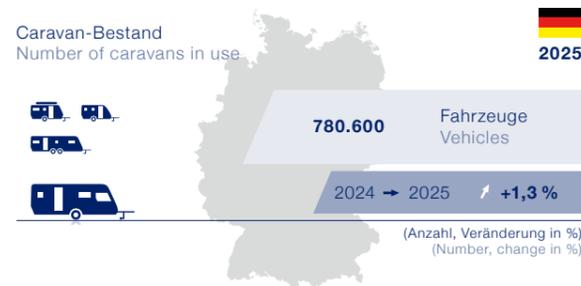
Caravan-Ausfuhr in ausgewählte Länder 2024
Caravan exports to selected countries 2024



Quelle: CIVD-Auswertung der Zahlen des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden
Source: CIVD analysis of the figures published by the Federal Statistical Office, Wiesbaden

Caravan-Bestand

Number of caravans in use



- Der Caravan-Bestand wächst um rund 10.000 Fahrzeuge auf insgesamt 780.000 registrierte Einheiten
- Die Dynamik des Bestandszuwachses flacht weiter ab
- Erneut bleibt der Bestandszuwachs hinter den Neuzulassungen von 21.674 Fahrzeugen zurück; während zwischen 2017 und 2021 durchschnittlich 87 Prozent der Neuzulassungen zum Bestandszuwachs beitrugen, sind es 2025 nur noch 47 Prozent
- Verantwortlich dafür sind vor allem Außerbetriebsetzungen und Exporte ins Ausland

- The caravan stock grows by around 10,000 vehicles to a total of 780,000 registered units
- The momentum of stock growth continues to flatten out
- Once again, the increase in the number of vehicles remains below new registrations of 21,674 vehicles; while an average of 87 per cent of new registrations contributed to the increase in the number of vehicles between 2017 and 2021, this figure is only 47 per cent in 2025
- This is mainly due to decommissioning and exports abroad

Caravans which are taken out of service temporarily, i.e. registered and deregistered again for periods of less than a year, are just as infrequently recorded as non-registered static caravans which are in continuous use on campsites. The CIVD therefore puts the actual number thereof in Germany at more than 900,000 vehicles.

Caravans, die vorübergehend außer Betrieb gesetzt, also unterjährig an- und wieder abgemeldet werden, sind ebenso wenig erfasst wie nicht zugelassene Stand-Caravans, die auf Campingplätzen im Dauereinsatz sind. Der CIVD beziffert daher den tatsächlichen Bestand in Deutschland auf über 900.000 Fahrzeuge.

Caravan-Bestand 2021–2025

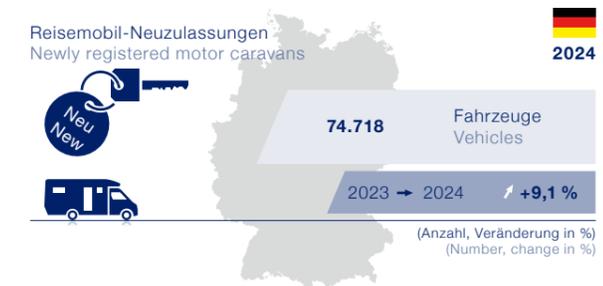
Number of caravans in use 2021–2025

Stichtag 01.01. as at 01.01.	Zugelassener Bestand Registered stock of vehicles	Veränderung zum Vorjahr Change from previous year	
		Einheiten Units	%
2021	722.516	↗ +23.920	↗ +3,4
2022	739.294	↗ +16.778	↗ +2,3
2023	756.705	↗ +17.411	↗ +2,4
2024	770.208	↗ +13.503	↗ +1,8
2025	780.600	↗ +10.392	↗ +1,3

Quelle: CIVD-Auswertung der Zahlen des Kraftfahrt-Bundesamtes, Flensburg und CIVD-Schätzung
Source: CIVD analysis of the figures published by the Federal Motor Transport Authority, Flensburg, and CIVD estimates

Reisemobil-Neuzulassungen in Deutschland

Newly registered motor caravans in Germany



- Der Reisemobilmarkt hat sich seit 2010 vervierfacht und wächst trotz wirtschaftlicher Unsicherheit fast zweistellig
- 2024 war geprägt von einer verbesserten Produktionslage durch bessere Chassis-Verfügbarkeit, aber auch Bestandsaufbau im Handel
- Vertriebsunterstützung trifft auf anhaltend hohe Endkundenachfrage und schafft Marktwachstum
- Klassische Reisemobile erleben ein starkes Comeback, insbesondere Teilintegrierte (+2.600 Einheiten), Alkoven und Integrierte mit je 30 Prozent Wachstum
- Das bislang starke Kastenwagen-Segment verliert Marktanteile, insbesondere durch den Rückgang bei Modellen ohne Bad

- The motor caravan market has quadrupled since 2010, achieving nearly double-digit growth despite economic uncertainty
- 2024 was marked by improved production conditions due to better chassis availability and stock buildup in dealerships
- Sales support meets sustained high customer demand, stabilising the market
- Classic motor caravans are making a strong comeback, with semi-integrated models growing by 2,600 units and alcove and fully integrated models up 30 per cent
- The previously dominant campervan segment is losing market share, mainly due to the decline in models without a bathroom

Das Kraftfahrt-Bundesamt erfasst in seiner Statistik nur Reisemobile, die explizit als solche zugelassen sind (EU-Fahrzeugklasse „M1-SA“). Zusätzlich zur klassischen Erhebung werden durch den CIVD weitere eindeutig identifizierbare Reisemobile in benachbarten Fahrzeugklassen inkludiert und zur Gesamtbetrachtung Reisemobil-Neuzulassungen hinzugerechnet.

In its statistics, the Federal Motor Transport Authority includes only motor caravans that are explicitly registered as such (EU vehicle class "M1SA"). In addition to the usual information gathered, the CIVD also takes note of clearly identifiable motor caravans in neighbouring vehicle classes and includes these in the overall analysis of motor caravan registrations.

Reisemobil-Neuzulassungen 2015–2024

Newly registered motor caravans 2015–2024

Jahr Year	Reisemobile Motor caravans	Veränd. % Change %	Pkw Veränd. % Change cars %	Index Index 2010 = 100 %		
				Reisemobile	Motor caravans	Pkw Cars
2022	66.507	↘ -18,3	↗ +1,1	366,7	90,9	
2023	68.469	↗ +3,0	↗ +7,3	377,5	97,5	
2024	74.718	↗ +9,1	↘ -1,0	411,9	96,6	

Quelle: CIVD-Auswertung der Zahlen des Kraftfahrt-Bundesamtes, Flensburg
Source: CIVD analysis of the figures published by the Federal Motor Transport Authority (KBA), Flensburg

Reisemobil-Produktion

Motor caravan production

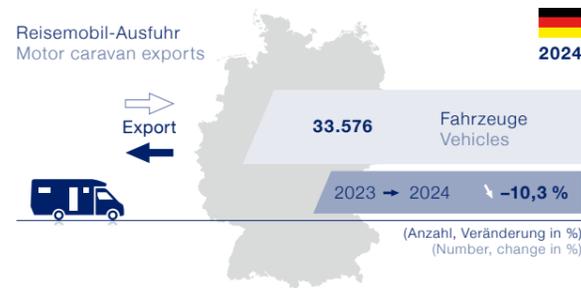


- Deutsche Hersteller reagieren entschlossen auf die hohe Bestandssituation im Handel und senken die Produktion 2024 um fast 13 Prozent
- Dennoch bleibt das Produktionsergebnis auf einem hohen Niveau, gestützt durch ein vergleichsweise stabiles erstes Halbjahr (1. HJ: -5 Prozent, 2. HJ: -23 Prozent)
- Im zweiten Halbjahr erfolgt ein deutlicher Produktionsrückgang, teils mit schmerzhaften und langen Produktionsstopps

- German manufacturers react decisively to the high inventory situation in the retail sector and reduce production by almost 13 per cent in 2024
- Nevertheless, the production result remains at a high level, supported by a comparatively stable first half of the year (H1: -5 per cent, H2: -23 per cent)
- There is a significant decline in production in the second half of the year, in some cases with painful and long production stops

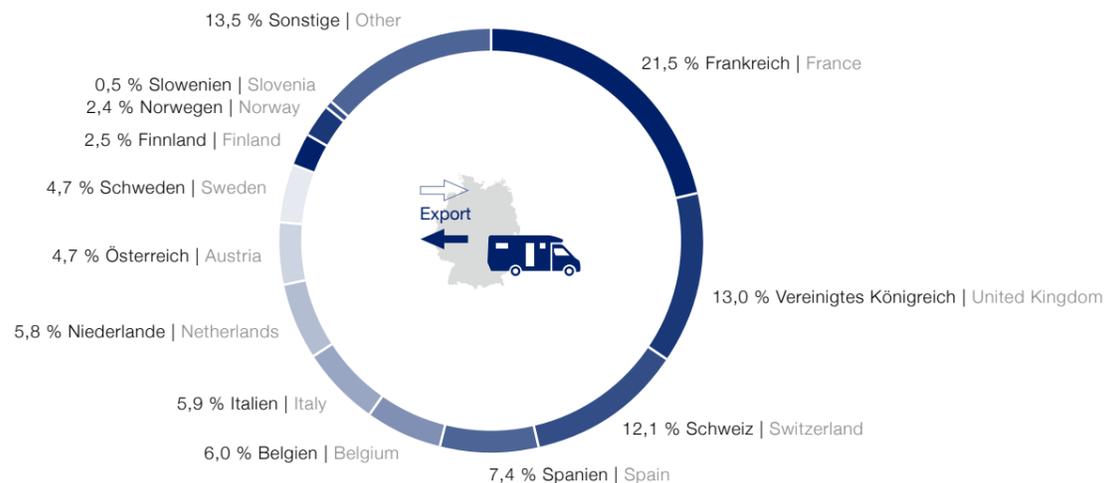
Reisemobil-Ausfuhr

Motor caravan exports



- Nach Rekordausfuhren und verstärkter Belieferung internationaler Handelspartner sinkt der Export um 10 Prozent
 - Der Rückgang ist auch eine Reaktion auf das hohe Bestandsniveau im europäischen Handel
 - Frankreich bleibt mit nahezu konstantem Exportvolumen ein Stabilitätsfaktor, während das Vereinigte Königreich mit +27 Prozent starke Wachstumsimpulse setzt
 - In den meisten anderen Exportmärkten sind zweistellige Rückgänge zu verzeichnen
- After record exports and increased supply to international retail partners, exports fall by 10 per cent
 - The decline is also a reaction to the high inventory level in European retail
 - France remains a stabilising factor with an almost constant export volume, while the United Kingdom provides strong growth impetus with +27 per cent
 - Double-digit declines were recorded in most other export markets

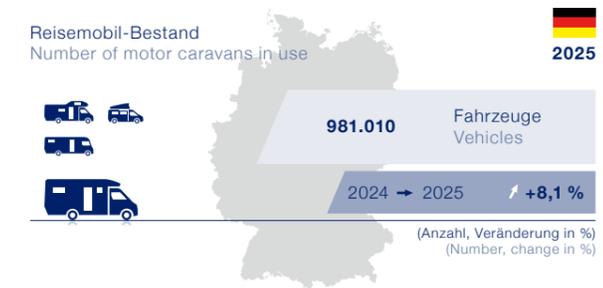
Reisemobil-Ausfuhr der deutschen Hersteller in ausgewählte Länder 2024
Motor caravan exports by German manufacturers in selected countries 2024



Quelle: CIVD-Auswertung der Zahlen des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden
Source: CIVD analysis of the figures provided by the Federal Statistical Office, Wiesbaden

Reisemobil-Bestand

Number of motor caravans in use



- Deutscher Reisemobil-Bestand erreicht neuen Rekord: fast 1 Mio. Fahrzeuge zugelassen
 - Das 1-millionste Reisemobil wird in den ersten Monaten des Jahres 2025 zugelassen
 - Seit 2018 hat sich der Bestand verdoppelt, was die kontinuierliche Dynamik im motorisierten Segment belegt
 - Bestand wächst um rund 80.000 Einheiten – stärker als die Neuzulassungen
 - Die geringe Verschrottungs- und Außerbetriebnahmerate unterstreicht die Marktstabilität
- The German motor caravan fleet sets a new record: almost 1 million vehicles registered
 - The 1 millionth motor caravan will be registered in the first months of 2025
 - Since 2018, the fleet has doubled, demonstrating the continuous momentum in the motorised segment
 - The fleet is growing by around 80,000 units – faster than new registrations
 - Low scrappage and decommissioning rate underlines the stability of the market

Im Register des Kraftfahrt-Bundesamtes sind Reisemobile, die unterjährig an- und wieder abgemeldet werden (sogenannte „vorübergehende Außerbetriebsetzungen“), nicht enthalten. Zudem können Reisemobile auch als Pkw, Lkw oder Büromobil zugelassen werden, wodurch sie ebenfalls nicht von der Statistik des KBA erfasst werden. Der CIVD schätzt den tatsächlichen Gesamtbestand in Deutschland, inkl. der in anderen Fahrzeugklassen registrierten Reisemobile, auf rund 1,09 Mio. Einheiten.

Motor caravans which are registered and deregistered again for periods of less than a year (so-called “temporary decommissioning”) are not included in the index of the Federal Motor Transport Authority. In addition, motor caravans can be registered as cars, trucks or mobile offices, which would also not be included in the statistics of the Federal Motor Transport Authority. The CIVD estimates the actual number of motor caravans in use in Germany, including the motor caravans registered in other vehicle classes, to be about 1.09 million units.

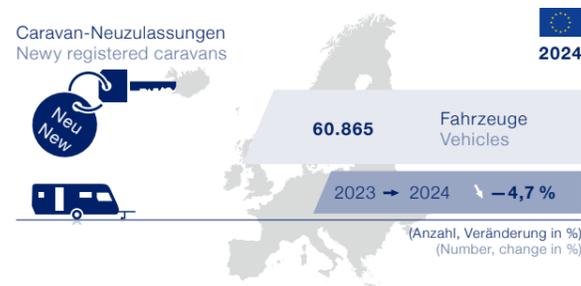
Reisemobil-Bestand 2021–2025
Number of motor caravans in use 2021–2025

Jahr Year	Zugelassener Bestand 01.01. Registered stock of vehicles 01.01.	Veränderung Change	
		Einheiten Units	%
2021	674.697	↑ +85.342	↑ +14,5
2022	767.325	↑ +92.628	↑ +13,7
2023	838.253	↑ +70.928	↑ +9,2
2024	907.879	↑ +69.626	↑ +8,3
2025	981.010	↑ +73.131	↑ +8,1

Quelle: CIVD-Auswertung der Zahlen des Kraftfahrt-Bundesamtes, Flensburg
Source: CIVD analysis of the figures published by the Federal Motor Vehicle Office, Flensburg

Caravan-Neuzulassungen in Europa

Newly registered caravans in Europe



- Die Caravan-Neuzulassungen erreichen ein historisches Tief, doch erste Stabilisierungstendenzen sind erkennbar
 - Hohe Zinsen und Preise dämpfen weiterhin die Kaufbereitschaft der Endkunden
 - UK trägt maßgeblich zum Marktrückgang bei
 - Unter den Top-5-Märkten verzeichnen einzig die Niederlande ein Wachstum von 6,1 Prozent
 - Die Hobby-Gruppe behauptet sich im rückläufigen Markt, während Knas Tabbert und die Trigano-Gruppe im Rahmen des allgemeinen Marktrückgangs verlieren
- New caravan registrations reach a historic low, but the first signs of stabilisation are visible
 - High interest rates and prices continue to dampen end customers' willingness to buy
 - UK contributes significantly to market decline
 - Among the top 5 markets, only the Netherlands recorded growth, of 6.1 per cent
 - The Hobby Group is holding its own in a declining market, while Knas Tabbert and the Trigano Group are losing ground as part of the general market downturn

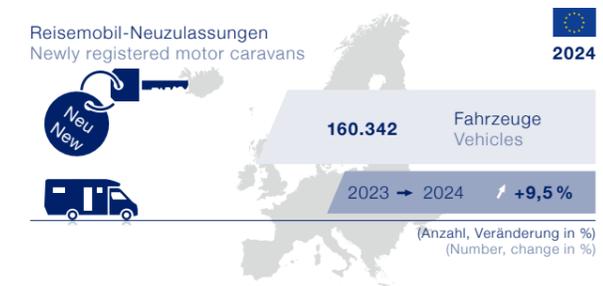
Europa: Caravan-Neuzulassungen 2020–2024
Europe: Newly registered caravans 2020–2024

Land Country	2020	2021	2022	2023	2024	Veränd. % Change %
Deutschland Germany	29.148	24.718	24.478	21.896	21.674	↓ -1,0
Vereinigtes Königreich UK	15.098	18.660	13.884	13.193	11.444	↓ -13,3
Frankreich France	7.080	7.446	7.330	7.448	7.387	↓ -0,8
Niederlande Netherlands	6.959	8.562	7.946	6.781	7.192	↑ +6,1
Schweden Sweden	3.613	3.869	3.164	2.013	1.683	↓ -16,4
Dänemark Denmark	2.875	2.900	2.260	1.788	1.542	↓ -13,8
Norwegen Norway	2.460	2.681	2.177	1.709	1.320	↓ -22,8
Spanien Spain	1.688	1.926	1.579	1.266	1.190	↓ -6,0
Schweiz Switzerland	1.562	1.687	1.775	1.580	1.457	↓ -7,8
Belgien Belgium	1.145	1.290	1.306	1.026	1.000	↓ -2,5
Österreich Austria	998	1.166	1.085	867	848	↓ -2,2
Finnland Finland	870	1.052	806	715	664	↓ -7,1
Polen Poland	433	941	1.066	857	868	↑ +1,3
Italien Italy	514	568	659	651	671	↑ +3,1
Tschechien Czech Republic	366	556	486	434	372	↓ -14,3
Slowenien Slovenia	119	172	175	162	162	→ 0
Luxemburg Luxembourg	48	60	60	57	72	↑ +26,3
Portugal Portugal	49	55	60	69	67	↓ -2,9
Estland Estonia	23	45	58	40	33	↓ -17,5
Sonstige Other	1.526	1.117	1.191	1.301	1.219	↓ -6,3
Gesamt Total	76.574	79.471	71.545	63.853	60.865	↓ -4,7

Quelle: CIVD-Auswertung ECF-Mitgliedermeldungen, Schätzungen
Source: CIVD analysis of ECF member reports, estimates

Reisemobil-Neuzulassungen in Europa

Newly registered motor caravans in Europe



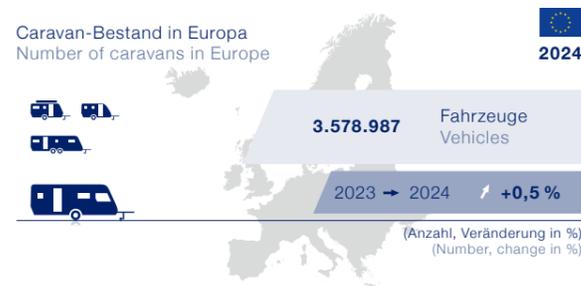
- Der europäische Reisemobilmarkt feiert ein starkes Comeback nach zwei Jahren rückläufiger Zulassungen
 - Mit dem drittbesten Zulassungsergebnis knapp hinter 2020 setzt sich die Erholung fort
 - Vertriebsunterstützung zur Reduzierung hoher Fahrzeugbestände zeigt europaweit positive Effekte
 - Modellwechsel im automotiven Bereich führen zu Marktverzerrungen, die in einigen Ländern für rückläufige Zahlen sorgen
 - Besonders starke Performance im Vereinigten Königreich, Italien und Spanien; im Vergleich zu 2019 deutet die Entwicklung eher auf eine Markterholung als auf einen nachhaltigen Wachstumstrend hin
 - Die europäische Zulassungsentwicklung ist eng mit Deutschland verknüpft; der deutsche Marktanteil stieg von 27 Prozent (2010) auf 47 Prozent (2024)
- The European motor caravan market celebrates a strong comeback after two years of declining registrations
 - The recovery continues with the third-best registration result, just behind 2020
 - Sales support to reduce high vehicle inventories shows positive effects across Europe
 - Model changes in the automotive sector lead to market distortions, resulting in declining figures in some countries
 - Particularly strong performance in the UK, Italy and Spain; compared to 2019, the development indicates a market recovery rather than a sustained growth trend
 - European registration trends are closely linked to Germany; the German market share rose from 27 per cent (2010) to 47 per cent (2024)

Europa: Reisemobil-Neuzulassungen 2020–2024
Europe: Newly registered motor caravans 2020–2024

Land Country	2020	2021	2022	2023	2024	Veränd. % Change %
Deutschland Germany	78.055	81.420	66.507	68.469	74.718	↑ +9,1
Frankreich France	24.961	30.822	24.611	23.936	26.396	↑ +10,3
Vereinigtes Königreich UK	12.613	14.074	11.823	12.179	16.447	↑ +35,0
Italien Italy	6.515	7.113	5.828	5.833	6.967	↑ +19,4
Schweiz Switzerland	6.731	8.498	7.165	7.279	6.802	↓ -6,6
Spanien Spain	6.148	6.175	5.323	5.270	6.461	↑ +22,6
Belgien Belgium	5.437	7.086	6.108	5.693	5.555	↓ -2,4
Schweden Sweden	4.011	5.066	3.498	2.676	2.865	↑ +7,1
Österreich Austria	2.969	4.782	4.781	3.786	2.689	↓ -29,0
Niederlande Netherlands	2.450	3.164	2.260	2.230	2.465	↑ +10,5
Polen Poland	955	2.191	1.746	1.408	1.721	↑ +22,2
Norwegen Norway	3.384	3.081	2.053	1.618	1.556	↓ -3,8
Finnland Finland	1.984	2.634	1.443	1.376	1.443	↑ +4,9
Tschechien Czech Republic	1.125	2.048	1.507	1.421	1.330	↓ -6,4
Dänemark Denmark	1.298	1.704	1.272	1.103	826	↓ -25,1
Portugal Portugal	309	270	371	457	471	↑ +3,1
Slowenien Slovenia	311	422	341	342	353	↑ +3,2
Luxemburg Luxembourg	322	452	419	439	342	↓ -22,1
Estland Estonia	70	143	165	107	192	↑ +79,4
Sonstige Other	697	371	583	868	743	↓ -14,4
Gesamt Total	160.345	181.516	147.804	146.490	160.342	↑ +9,5

Quelle: CIVD-Auswertung ECF-Mitgliedermeldungen, Schätzungen
Source: CIVD analysis of ECF member reports, estimates

Caravan-Bestand in Europa Number of caravans in use in Europe



- Der Caravan-Bestand in Europa stagniert bei rund 3,6 Millionen Fahrzeugen
- Die nordischen Märkte reduzieren ihren Bestand um etwa 8.000 Einheiten, was die rückläufige Caravan-Nachfrage in dieser Region verdeutlicht
- In Polen wächst der Bestand um 5 Prozent, hauptsächlich getrieben durch Gebrauchtfahrzeuge
- The caravan stock in Europe stagnates at around 3.6 million vehicles
- The Nordic markets reduce their stock by around 8,000 units, which illustrates the declining demand for caravans in this region
- In Poland, the stock grows by 5 per cent, mainly driven by used vehicles

Reisemobil-Bestand in Europa Number of motor caravans in use in Europe



- Der europäische Reisemobilbestand wächst um 155.000 Fahrzeuge und entspricht damit nahezu dem Neuzulassungsmarkt
- Rund 3 Mio. Reisemobile in Europa registriert
- Deutschland trägt rund 50 Prozent zum Bestandszuwachs in Europa bei
- In Österreich und Tschechien steigt der Bestand zweistellig; angesichts rückläufiger Neuzulassungen ist dies vor allem auf einen florierenden Gebrauchtwagenmarkt zurückzuführen
- The European motor caravan stock grows by 155,000 vehicles and thus almost corresponds to the new registration market
- Around 3 million motor caravans registered in Europe
- Germany accounts for around 50 per cent of the increase in the European stock
- Double-digit growth in Austria and the Czech Republic; in view of declining new registrations, this is primarily due to a flourishing pre-owned vehicle market

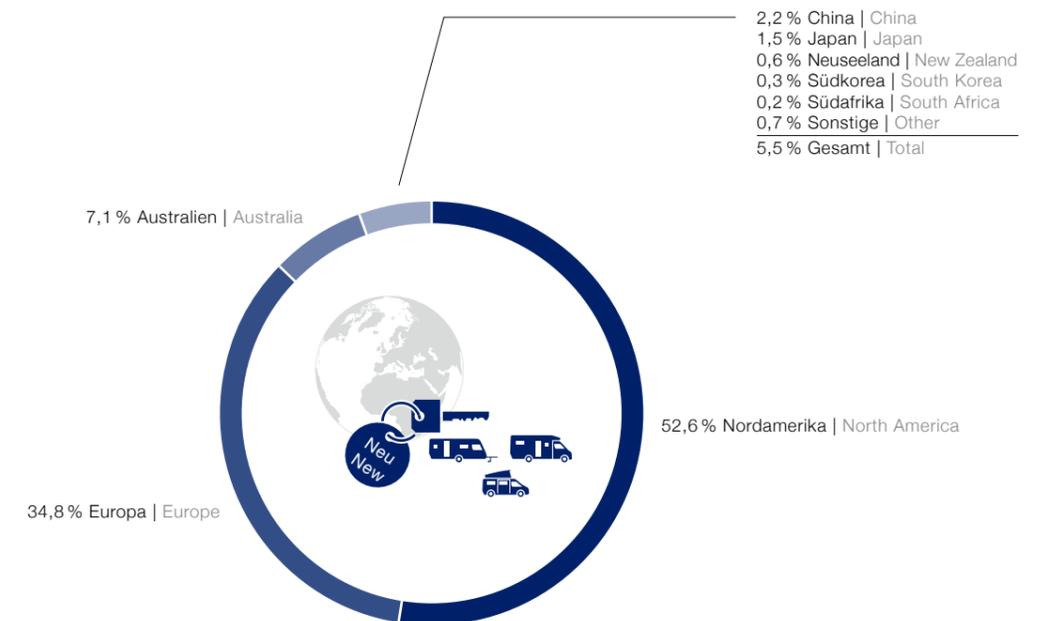
Freizeitfahrzeug-Neuzulassungen weltweit Newly registered leisure vehicles worldwide

Weltweit: Freizeitfahrzeug-Neuzulassungen 2020–2024
Worldwide: Newly registered leisure vehicles 2020–2024

Land Country	2020	2021	2022	2023	2024	Veränd. % Change %
Nordamerika* North America*	430.412	600.240	493.268	313.174	333.733	+6,6
Europa Europe	236.224	260.911	219.349	210.343	221.207	+5,2
Australien Australia	30.105	44.700	49.750	50.900	45.171	-11,3
China China	9.050	15.714	14.135	16.565	13.726	-17,1
Japan* Japan*	8.124	8.518	9.161	10.525	9.730	-7,6
Neuseeland New Zealand	3.336	3.965	4.531	4.314	3.943	-8,6
Südkorea South Korea	7.000	10.390	9.100	2.800	1.725	-38,4
Südafrika South Africa	1.330	1.550	1.680	1.400	1.410	+0,7
Sonstige Other	4.900	5.400	4.400	4.100	4.250	+3,7
Gesamt Total	730.481	951.388	805.374	614.121	634.895	+3,4

Hinweise: Fahrzeugdefinitionen nicht einheitlich, Abweichungen von bereits veröffentlichten Zahlen aufgrund neuer Erkenntnisse.
Note: Vehicle definitions are not uniform, figures may deviate from previously published figures due to new findings.
*Auslieferung an Händler | *Shipments to dealers
Quelle: CIVD-Erhebungen, Schätzungen | Source: CIVD surveys, estimates

Weltweit: Freizeitfahrzeug-Neuzulassungen 2024
Worldwide: Newly registered leisure vehicles 2024



Quelle: CIVD-Erhebungen, Schätzungen
Source: CIVD surveys, estimates

Impressum | Imprint

Herausgeber | Publisher

Caravanning Industrie Verband e. V. (CIVD)
Hamburger Allee 14
60486 Frankfurt am Main
Deutschland | Germany
Telefon | Phone +49 (0) 69 704039-0
Telefax | Fax +49 (0) 69 704039-23
E-Mail | E-mail info@civd.de
Internet | Internet civd.de
caravanning.info

Nachdruck, auch teilweise Wiedergabe,
nur mit schriftlicher Zustimmung des CIVD.
Reproduction, also partial reproduction,
only with the written consent of the CIVD.

Redaktionsschluss | Editorial deadline

14.03.2025 | 14 March 2025



Der CIVD ist zertifiziert nach DIN EN ISO 9001:2015
The CIVD is certified in accordance with DIN EN ISO 9001:2015

Gestaltung | Layout

Studio Schü.
Aynur und Jens Schürmann GbR

Bildnachweise | Photo credits

Fahrzeugbilder: CIVD-Verbandsmitglieder
Vehicle images: CIVD Association members

- S. 20 | p. 20 Messe Düsseldorf / ctillmann
- S. 21 | p. 21 ausbildung.de
- S. 26 | p. 26 Hobby-Wohnwagenwerk
Ing. Harald Striewski GmbH ,
Nationale Naturlandschaften e. V.
- S. 30 | p. 30 CIVD, Messe Düsseldorf / ctillmann
- S. 31 | p. 31 Messe Düsseldorf / ctillmann
- S. 33 | p. 33 Messe Düsseldorf / ctillmann
- S. 41 | p. 41 Deutsche Sporthilfe / Our House
- S. 42 | p. 42 Eurowings, Apotheken Umschau,
Frankfurter Allgemeine Zeitung
- S. 43 | p. 43 ARD
- S. 44 | p. 44 DER SPIEGEL, 11 Freunde
- S. 45 | p. 45 Sport 2000, Bayerischer Rundfunk