

Kernaussagen und Handlungsempfehlungen

abgeleitet aus der Masterstudie Caravans & Reisemobile 2020

Studie der gsr Unternehmensberatung & puls Marktforschung, 2020
www.gsr-unternehmensberatung.de/studie-caravans-wohnmobile



Wachstumsmarkt Wohnmobiltourismus

Rund 29 % der Deutschen beschäftigen sich in irgendeiner Weise mit Caravaning – sei es als Besitzer, Mieter oder mit der Absicht zum Kauf oder zur Miete in den nächsten 24 Monaten.

Deutschland ist ein Hauptreiseziel der Wohnmobilmfahrer aus Deutschland

Beste Voraussetzung für die Saison 2021 mit der Tendenz zum Heimaturlaub.

- Entwicklung der Übernachtungszahlen auf Campingplätzen 2017-2019:
+16% bei Übernachtungen von Inländern, +10% bei ausländischen Gästen
Für Wohnmobilstellplätze sind keine Aussagen möglich, weil die Übernachtung durch freie An- und Abreise in der Regel nicht erfasst werden (können).
- Besonders beliebt waren 2020 Ziele an der Nord- und Ostsee sowie Bayern.
Allerdings haben die Wohnmobilreisenden hier auch viele Erfahrungen mit überfüllten Stellplätzen gesammelt. Das können wir für unsere Kommunikation nutzen. Ideen und Anregungen für die Kommunikation 2021 auf Seite 3.
- Stellplätze am Wasser sind besonders beliebt.
- Besonders bei Campingplätzen ist eine „ruhige Lage“ ein wichtiges Auswahlkriterium.

Bedarf an zusätzlichen Stellplatz- bzw. Campingplatzkapazitäten

Die Corona-Pandemie hat das seit Jahren kontinuierliche Wachstums auf dem Wohnmobilmarkt nochmals verstärkt. Der Infrastrukturausbau in Bezug auf verfügbare Stellplätze hinkt Zunahme an Reisemobilen hinterher.

- Risiko für eine Überlastung von einzelnen Stellplätzen an besonders beliebten Hotspots.
- Ggf. braucht es Strategien der Besucher(um-)lenkung an einzelnen Standorten.
=> Die Touristengemeinschaft HeilbronnerLand wird zeitnah eine Umfrage zur Auslastung der Stellplatzkapazitäten im Verbandsgebiet erstellen, um Handlungsbedarfe zu ermitteln.
=> Wichtig: Wohnmobilstellplätze sind genehmigungspflichtig und können nicht einfach so angeboten werden.
=> Ideen und einfache Maßnahmen zur Besucherlenkung auf Seite 4.

Die Zielgruppe wird jünger und heterogener, mit differenzierten Ansprüchen an die Ausstattung der Stellplätze. Die Ausrichtung oder Fokussierung auf ein Teissegment kann eine erfolgversprechende Strategie sein.

- zum größeren Anteil männlich
- im Durchschnitt 44 Jahre
Mit dem Alter verändern sich die Ansprüche und Vorlieben der Wohnmobilmfahrer. Die ältere Klientel oft sehr „Stellplatz treu“ und mit geringerer Ausgabenbereitschaft bzw. deutlich preissensibler.
- überdurchschnittliches Einkommen
- die Mehrheit reist mit dem Partner (~60%), die zweitgrößte Gruppe sind Familien (~30%)
Das Segment der Familien-Reisenden ist etwas jünger (~40 Jahre) als der Durchschnitt der Wohnmobilreisenden.
- überdurchschnittlich gebildet
- ca. 10 % sind mit Haustieren unterwegs
Hinweis: Hundebesitzer sind durchaus ein Ansatzpunkt für eine spezielle Zielgruppenausrichtung. Allerdings ist dabei eine Ausweisung von separaten Stellplatzarealen anzudenken, um Konflikte mit anderen Gästen zu vermeiden. Es gibt spezielle Foren bzw. facebook-Gruppen um diese Zielgruppe anzusprechen.
Reisende mit Haustier sind in der Regel älter, haben ein unterdurchschnittliches Haushaltseinkommen und sind weniger gebildet.

Kernaussagen und Handlungsempfehlungen

abgeleitet aus der Masterstudie Caravans & Reisemobile 2020

Studie der gsr Unternehmensberatung & puls Marktforschung, 2020
www.gsr-unternehmensberatung.de/studie-caravans-wohnmobile

Reiseverhalten & Reiseplanung

- Die Mehrheit der Wohnmobilreisenden ist bei einer Reisedauer von 6 Tagen und länger im Rahmen einer Rundreise auf unterschiedlichen Stellplätzen unterwegs.
Und die große Mehrheit (~75 %) besucht immer unterschiedliche Stellplätze.
 - ⇒ Wir sollten uns intern um ein Empfehlungsmarketing innerhalb der „Großregion“ bemühen. Zum Beispiel ein Winzer empfiehlt den nächsten Winzer, ein Stellplatz am Badensee einen weiteren Stellplatz am Badensee, dito für besonders familiengeeignete Stellplätze.
 - ⇒ Die Wohnmobilentdecker-Karte der Arbeitsgemeinschaft Wohnmobilreisen nimmt genau den Aspekt der „Rundreisen“ auf und empfiehlt 6 unterschiedliche Themenrouten. Die Themenrouten sind auf der Webseite www.Wohnmobil-BW.de mit den unterschiedlichen Erlebnisstationen im Detail beschrieben und können für die Navigation in unterschiedlichen Dateiformaten heruntergeladen werden.
 - ⇒ Service über die Webseite www.Wohnmobil-BW.de
Neben dem Download der Navigationsdaten ist für jede Themenroute ein kleines Roadbook zum Download verfügbar, welches den Verlauf der Themenroute sowie die Kontaktdaten der Erlebnisstationen und der Stellplätze an der Route enthält.
- ~ 25 % bleiben auch bei einer längeren Reisedauer auf einem Stellplatz
Je älter die Klientel wird, desto eher wird immer der gleiche Stellplatz aufgesucht.
Die jüngere Zielgruppe sucht für jede Reise einen anderen/neuen Stellplatz.
 - ⇒ Bemühungen zur Kundenbindung und zum Stammkundenaufbau sind bei einer jüngeren Zielgruppe weniger erfolgversprechend. Die Maßnahmen der Kundenbindung sollten auf ein älteres Klientel ausgerichtet werden.
- ~ 25 % unternehmen Wochenendausflüge
Events oder Veranstaltungen können in diesem Kontext ein Reiseanlass sein.
- 45–50 % der Wohnmobilreisenden bevorzugen Campingplätze,
10–12 % bevorzugen Stellflächen bei landwirtschaftlichen Erzeugern oder Landgasthöfen
Wohnmobilmfahrer mit einer Präferenz für Stellflächen bei landwirtschaftlichen Erzeugern sind besonders loyal.
Maßnahmen der Kundenbindung wie z.B. Zusendung von speziellen Angeboten oder Veranstaltungsangeboten andeuten, um Wiederbesuchsanreize zu schaffen.
- auch für Wohnmobilmfahrer sind Duschen, WC und Strom am Stellplatz wichtige/nachgefragte Ausstattungsmerkmale.
 - ⇒ für kommunale Stellplätze im innerörtlichen Bereich kann der Verweis auf Nutzungsmöglichkeiten in nahegelegenen Einrichtungen wie Schwimmbädern eine Option sein. Hier ggf. „Sondertarife“ vereinbaren, damit für eine Nutzung der sanitären Einrichtungen nicht der komplette Eintrittspreis zu entrichten ist.
- Ver- und Entsorgungseinrichtungen sind relevante Auswahlkriterien
 - ⇒ in der eigenen Kommunikation vorhandenen Ver- und Entsorgungsmöglichkeiten detailliert darstellen, dazu gehört auch die genaue Bezeichnung von Strom- und Wasseranschlüssen (Voltangabe und Art der Steckverbindung, Angabe Zollverbindung beim Wasser)
 - ⇒ bei Stellplätzen ohne eigene Entsorgungseinrichtungen für Grauwasser und Abfall Verweis auf die nächstgelegene Entsorgungsmöglichkeit
- WLAN ist für ~30 % der Reisende ein relevantes Kriterium für die Stellplatzwahl
- für das Reisejahr 2021 „Neulinge“ unter den Wohnmobilmfahrern eine interessante Zielgruppe
 - ⇒ Ansprache über besondere Serviceangebote in Sinne vom Handling des Mietfahrzeugs, von Ver- und Entsorgungsangeboten

Tipps & Anregungen für die Kommunikation

Reisejahr 2021 mit speziellen Kommunikationsthemen

Zukunftsforscher prognostizieren noch mindestens bis Mitte 2021 eine "Transitphase" im Deutschlandtourismus mit veränderten Gästeerwartungen und Bedürfnissen. Es ist davon auszugehen, dass diese Erwartungen auch auf die Klientel der Wohnmobilreisenden zu übertragen ist.

- Eine Liste der 3 großen Trends bei den Gästeerwartungen haben wir unter www.heilbronnerland.de/de/gasteerwartungen-in-corona-zeiten-gute-argumente zusammengestellt.
- Die an der Marketingkooperation Wohnmobil-BW.de beteiligten Touristikkommunitäten betreiben unter www.Freiraum-BW.de eine gemeinsame Webpräsenz mit Urlaubs- und Freizeitideen, die auf die 2021 anzunehmenden Erwartungen bzw. Bedürfnisse von Reisenden ausgerichtet sind.

Verbesserung der Informationsangebote

Die Studie sieht insbesondere bei der Bereitstellung digitaler Informationen Nachholbedarf bzw. Chancen, neue Gäste anzusprechen.

- Digitales Stellplatzverzeichnis als Übersichtskarte und mit Informationen zur Ausstattung sowie Anzahl der Stellflächen unter www.wohnmobil-bw.de/stellplatzverzeichnis
- Nutzung von google My Business zur Darstellung der Auslastung und Ausstattung & Motivation von Nutzerbewertungen Ein Eintrag kann kostenlos erstellt werden. Diese Einträge werden insbesondere bei lokalen Suchanfragen prominent dargestellt. Beiträge wie aktuelle Informationen über die Auslastung oder spezielle Angebote sind schnell und einfach zu erstellen. Die Nutzerbewertungen können auf der eigenen Webseite eingebunden werden.

Nutzung von Social Media – insbesondere facebook

Wohnmobilreisende tauschen sich häufig in Gruppen und Foren über Stellplätze und Reiseideen aus. Gerade in facebook-Gruppen werden auch aktiv Stellplatzempfehlungen gesucht.

- Nutzung der facebook-Seite der Arbeitsgemeinschaft Wohnmobil-BW www.facebook.com/WohnmobilReisenBadenWuerttemberg
Post auf der eigenen facebook-Seite erstellen und der zuständigen Touristikkommunität zum Repost „melden“.
- facebook-Gruppen aktiv nutzen
bei Anfragen für Stellplatzempfehlungen antworten,
bei besonderen Angeboten ggf. eigenen „Werbepost“ erstellen (damit bitte vorsichtig umgehen, die Gruppen sind als Community für den Austausch untereinander gedacht und keine Werbeplattform)

Ideen und einfache Maßnahmen zur Besucherlenkung

Am (überlasteten) Stellplatz Informationen zu den nächstgelegenen Stellplätzen in der Umgebung:

- Aushang oder Auslage der „Wohnmobilentdeckerkarte“ mit allen Stellplätzen
- Verweis auf das digitale Stellplatzverzeichnis unter www.Wohnmobil-BW.de bspw. als scanbarer QR-Code
auch mobil abrufbar, Kontaktdaten zur Anfrage freier Kapazitäten für alle Stellplätze,
Premieinträge auch mit Details zur Anzahl der Stellplätze, Ver- und Entsorgungseinrichtungen, Kosten sowie Services am/auf dem Stellplatz

Eigene Google My Business-Einträge nutzen, um die aktuelle Auslastung zu kommunizieren sowohl bei Überlastung als auch bei freien Kapazitäten,
Google Einträge werden bei lokalen Suchanfragen nach „Stellplatz+Ort“ in der Regel sehr prominent ausgespielt

Kommunikation über die facebook-Seite
www.facebook.com/WohnmobilReisenBadenWuerttemberg

Promobil-Stellplatz Radar aktiv für die eigene Kommunikation nutzen
Nach dem ADAC Stellplatzführer die meist genutzte App für die Stellplatzsuche. Die ADAC App bietet aktuell leider keine kostenlose Möglichkeit.

Weitere Tipps von gsr:

- Installation von Webcams, die ein Livebild vom Stellplatz übertragen
Achtung, so aufhängen, dass die Fahrzeugkennzeichen nicht zu erkennen sind.
Eine Kurzinformation zur rechtlichen Zulässigkeit findet sich unter
<https://www.datenschutzzentrum.de/uploads/video/Webcam-Kommunen.pdf>
- Stellplätze für Wohnmobile ab einer bestimmte Größe sperren
Gerade große Wohnmobile blockieren häufig 2 Stellplätze, da die Standardmaße aus der Vergangenheit auf kleinere Fahrzeuge ausgelegt sind.
 - ⇒ Kann mit dem Gewicht der großen Fahrzeuge argumentiert werden, weil die Tragfähigkeit vom Untergrund nicht ausreicht.
 - ⇒ Einhaltung des Verbots/Gebots kann durch eine Höhenkontrolle unterstützt werden, da die sehr großen Reisemobile meist auch höher sind.