



MASTERSTUDIE CARAVANS UND REISEMOBILE

AUSZÜGE DER ERGEBNISSE
BEVÖLKERUNGSREPRESENTATIVE BEFRAGUNG IM JULI 2020
10.600 BEFRAGTE

MEDIENPARTNER



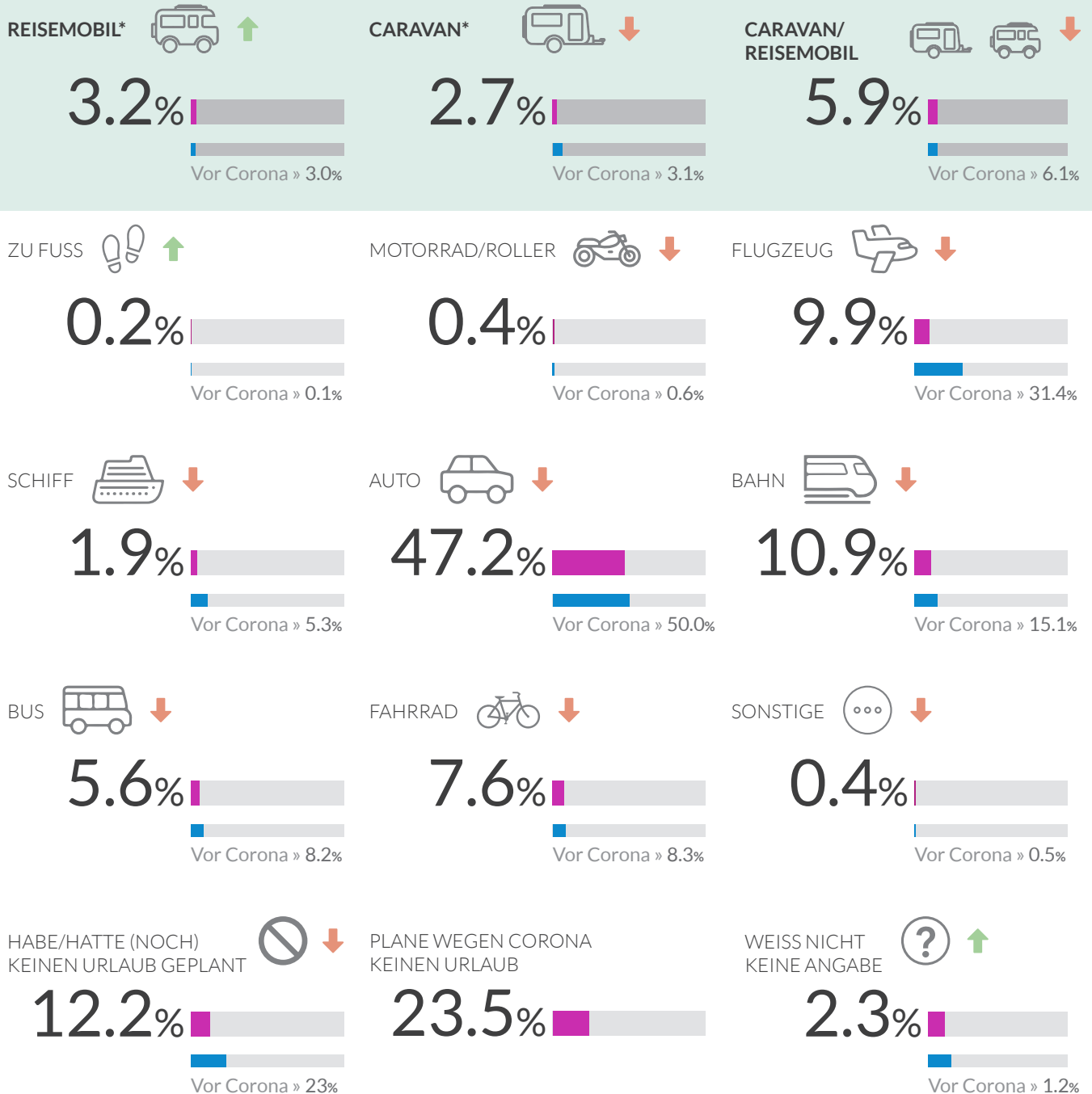
STRATEGISCHE PARTNER



SPONSOR



Mit welcher Art von Fortbewegungsmittel hatten Sie vor Beginn der Corona Pandemie (im Februar) Ihren diesjährigen Urlaub/Ausflüge für 2020 geplant und mit welcher Art von Fortbewegungsmittel planen Sie aktuell Ihren diesjährigen Urlaub/Ausflüge für 2020?
(alle Befragten, Mehrfachnennung)



* Mit den branchenüblichen Bezeichnungen Caravan und Reisemobil sind die geläufigeren Bezeichnungen Wohnwagen und Wohnmobil gemeint.

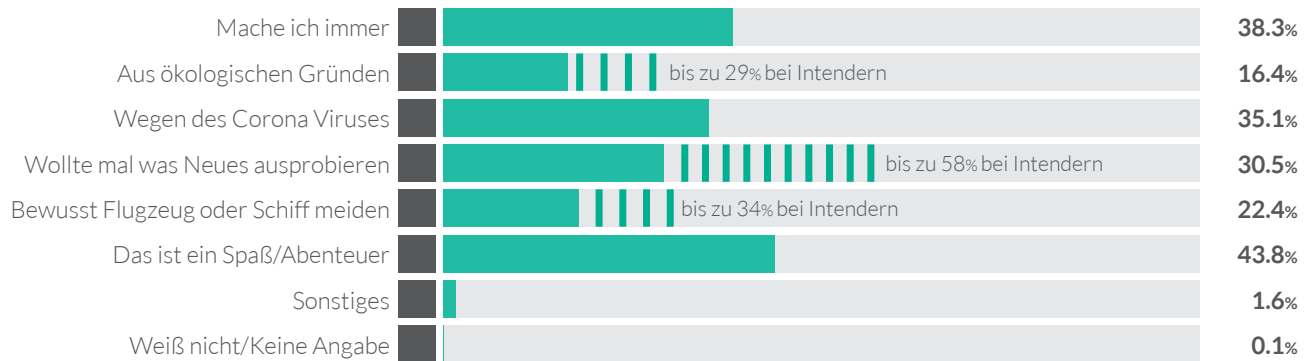
MEDIENPARTNER

STRATEGISCHE PARTNER

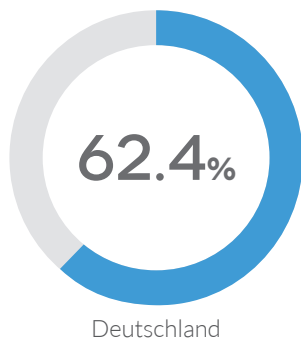
SPONSOR



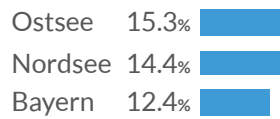
Was sind die wesentlichen Gründe, dass Sie in diesem Jahr einen Urlaub/Ausflug mit dem Caravan oder Reisemobil planen? (Caravaning Urlauber 2020, Mehrfachnennung)



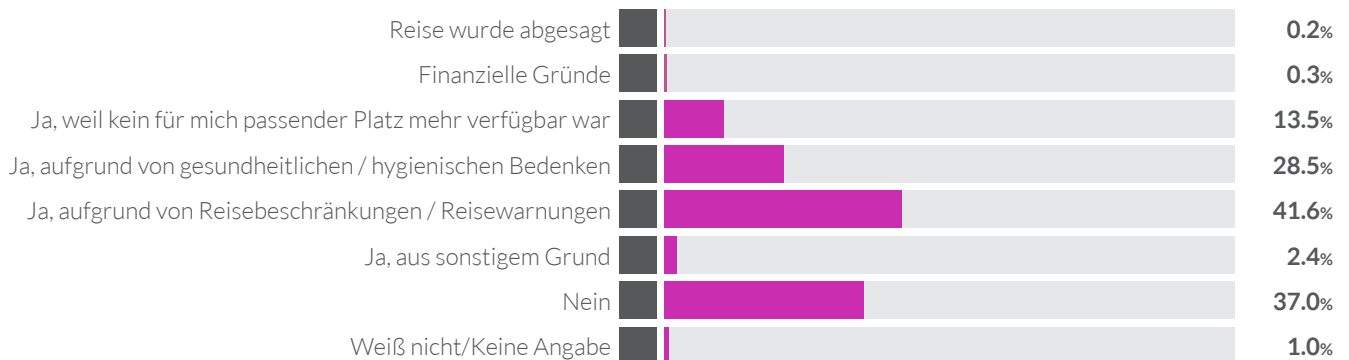
Welches konkrete Reiseziel planen Sie für Ihren diesjährigen Urlaub/Ausflug mit dem Caravan/Reisemobil? (Caravaning Urlauber 2020, Mehrfachnennung)



RANKING TOP DESTINATIONEN DEUTSCHLAND



Hat sich Ihr ursprüngliches Reiseziel aufgrund von Corona aktuell verändert? (Caravaning Urlauber 2020, Mehrfachnennung)



MEDIENPARTNER

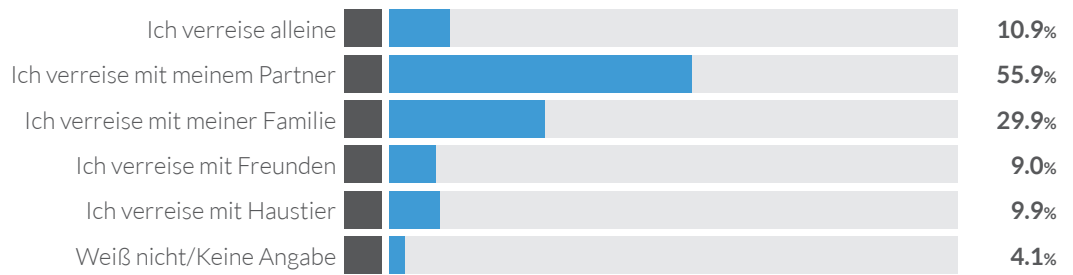
STRATEGISCHE PARTNER

SPONSOR



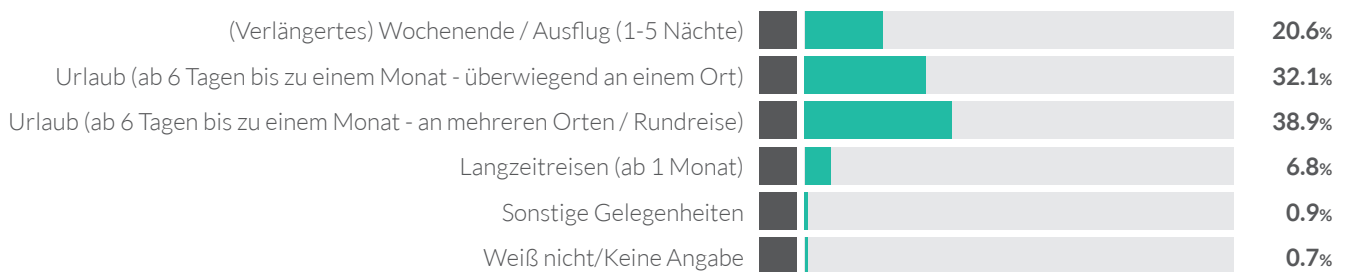
Wie verreisen Sie normalerweise mit Ihrem Caravan/Reisemobil?

(Besitzer & Mieter, Mehrfachnennung)



Für welche Gelegenheiten nutzen Sie einen Caravan/Reisemobil überwiegend?

(Besitzer & Mieter)



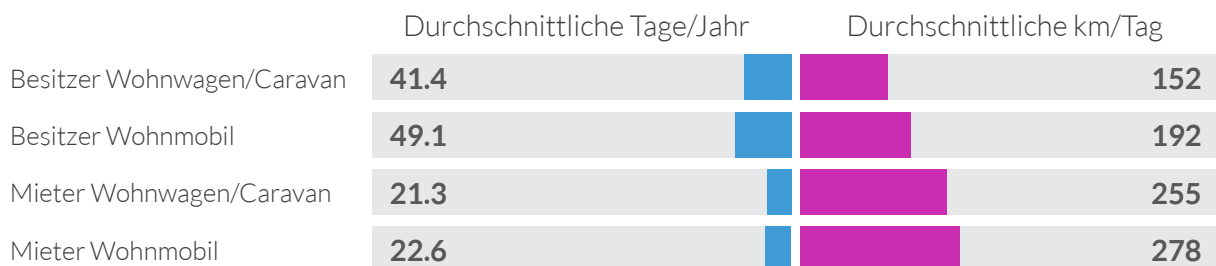
Wie viele Tage im Jahr nutzen Sie ungefähr einen Caravan/Reisemobil und wie viele Kilometer legen Sie zurück?

34,8

Durchschnittliche Tage/Jahr

187

Durchschnittliche km/Tag



MEDIENPARTNER

STRATEGISCHE PARTNER

SPONSOR



STUDIENINHALTE

 <p>HERSTELLER, PRODUKTE UND FINANZIERUNG</p> <p>Wer und was liegt im Trend?</p> <p>Was erwarten die Käufer, Mieter und Interessenten?</p> <p>Wie wird finanziert und versichert?</p>	 <p>KÄUFER, MIETER UND INTERESSENTEN?</p> <p>Wie kommt es zur Entscheidung?</p> <p>Wo liegen die Potenziale heute und morgen?</p> <p>Wo liegen die Touchpoints und wie entscheidet der Käufer/Mieter?</p>	 <p>INFRASTRUKTUR, DIENSTLEISTUNG UND NUTZUNG</p> <p>Was sind die bevorzugten Ziele und warum?</p> <p>Was erwarten die Nutzer von einem Campingplatz/Stellplatz?</p> <p>Welche Potenziale ergeben sich durch die Nutzer?</p>
---	---	--

<p>USAGE / NUTZUNG</p> <p>Nutzungsgewohnheit • Gelegenheiten • Intensität (Tage / km) • Zubehör • Apps</p>	<p>AWARENESS / SF</p> <p>Ungestützt / gestützt • Relevant set / first choice • Kaufplanung / Mietplanung • nächste 12 Monate</p>	<p>TOUCHPOINTS / COMMUNITY</p> <p>Informationskanäle • Awareness Messen • Besuchsplanung • Awareness Medien • Relevanz Themen (wichtig vs. unwichtig)</p>
<p>REISEZIEL / PLÄTZE</p> <p>Nächstes Ziel (national / intern.) • Genutzte Plätze • Bevorzugte Plätze • Reisebudget • Kosten / Gebühren • Erwartete Leistungen • Auswahlkriterien • Bewertung der Plätze</p>	<p>STATUS QUO - MIETER</p> <p>Hersteller- / Aufbaumarke • Fahrzeugart / Bj • Vermieter • Mietdauer / Miethäufigkeit • Beratungsqualität • Preis Versicherungen • Prozess / -bewertung • NPS (Neufahrzeug)</p>	<p>CORONA / TYPOLOGIE</p> <p>Reisemotive • Einstellungen / Lebenswelten • Corona</p>
<p>STATUS QUO - BESITZER</p> <p>Hersteller- / Aufbaumarke • Fahrzeugart / Bj • Zeitpunkt Kauf • Bezugskanal • Preis & Finanzierung • Versicherungen • Prozess / -bewertung • NPS • TCO • Vermietung</p>	<p>INTENDER - KAUF</p> <p>Kaufphase inhaltlich • Kaufphase temporär • Informationskanäle • Relevanz von Kontaktpunkten • Bewertung Kaufprozess • Bezugskanal • Fahrzeugart / Bj. / Preis • Finanzierung / Versicherungen • Entscheidungskriterien</p>	<p>INTENDER - MIETE</p> <p>Mietphase inhaltlich • Mietphase temporär • Informationskanäle • Relevanz von Kontaktpunkten • Bezugskanal • Bewertung Mietprozess • Fahrzeugart / Bj. / Preis • Versicherungen • Entscheidungskriterien</p>

<p>MEDIENPARTNER</p> 	<p>STRATEGISCHE PARTNER</p>  	<p>SPONSOR</p>  
---	--	--

BESTELLUNG

Die Studie stellt eine unverzichtbare Grundlage für Entscheider und interessierte Beobachter des Marktes dar und wird in Auszügen am 30. September präsentiert. Anmeldungen/Anfragen gerne per E-Mail an eheise@gsr-unternehmensberatung.de.

Gerne stehen wir am 04. & 07.09.2020 auf dem Caravan Salon für ein persönliches Gespräch zu Verfügung.

Der umfassende Studien-Report steht ab dem 1. Oktober 2020 zum Download bereit und kann ab sofort kostenpflichtig online bestellt werden.

Die **MASTERSTUDIE CARAVANS UND REISEMOBILE** kann ganz einfach online auf www.gsr-unternehmensberatung.de und www.puls-marktforschung.de bestellt werden.

Für Bestellungen per E-Mail stehen die E-Mail Adressen rstrobel@gsr-unternehmensberatung.de oder haupt@puls-marktforschung.de zur Verfügung.

PREISE

Individuelle Studienpräsentation und Workshop
PREIS AUF ANFRAGE

Masterstudie Caravans und Reisemobile
€ 1.990 pro Exemplar bis 30.9.2020
(netto zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer)

Masterstudie Caravans und Reisemobile
€ 2.390 pro Exemplar ab 1.10.2020
(netto zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer)

Dieser Auszug wird begleitend zu der Pressemitteilung vom 01.09.2020 zur Verfügung gestellt und ist zur Veröffentlichung freigegeben. Belegexemplare erbeten.

MEDIENPARTNER



STRATEGISCHE PARTNER



NÜRNBERGER
VERSICHERUNG



Jahn+Partner
Versicherungs- und
Finanzdienstleistungen

SPONSOR

