

PROF. DR. J. FISCHER | DEUTSCHES CARAVANING INSTITUT D.C.I.



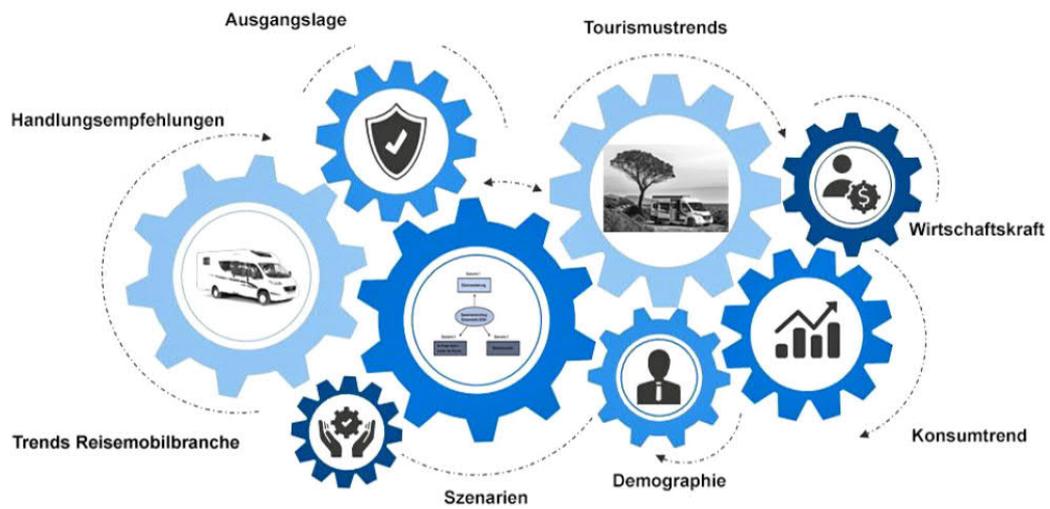
ZUKUNFTSREPORT REISEMOBILE 2030+

Szenarioentwicklung Zukunftsperspektiven für die Reisemobilbranche

INHALT

Vorwort	03
1. Management Summary	05
1.1 Ausgangslage	07
1.2 Zusammenfassung zu den Szenarien	11
1.3 Handlungsempfehlungen für die Marktteilnehmer	20
2. Methodisches Vorgehen	24
2.1 Warum Szenarioentwicklung Reisemobile 2030+	25
2.2 Der Weg zu den Szenarien	26
3. Beschreibung der Szenarien	34
3.1 Szenario 1: Dünenwanderung	35
3.2 Szenario 2: Wetterleuchten	47
3.3 Szenario 3: Im Prater blüh'n wieder die Bäume	52
4. Bewertung der Szenarien	60
4.1 Relative Wahrscheinlichkeiten der Szenarien	61
4.2 Auswirkungen der Szenarien auf die Nachfrage nach Reisemobilen	62
4.3 Einschätzung der Robustheit der Szenarien auf Diskontinuitäten	70
Anhang	74
Annex	80

1. MANAGEMENT SUMMARY



1.1 AUSGANGSLAGE

Zukunft braucht Herkunft ist eine vielzitierte Formulierung, die auch als Einstieg in eine Szenarioentwicklung, in der man 10-15 Jahren nach vorne schaut, vernünftig erscheint. Die Bestandsaufnahme zur gesellschaftlichen/politischen Großwetterlage zeigt zwei Gesichter. Einmal der weiter wachsende Wohlstand in Europa, durch eine nunmehr zehnjährige wirtschaftliche Bergauf- und Abfahrt seit der letzten Krise. Neben Licht und Schatten gibt es aber auch reichlich Schattenseiten, denn so richtig beruhigt mag man sich nicht sein, wenn man die vergangenen und aktuellen globalen Sicherheitsrisiken betrachtet. Besonders glücklich macht sicher auch nicht die kontinuierliche Verschiebung der Wirtschaftskraft, weg von den westlichen Industrieländern hin zu Asien. Und auch die Fortschritte bei den Themen Energiewende und Verhinderung des menschengemachten Klimawandels geben keinen Grund zum Jubeln.

Doch allzu pessimistisch sollte das nicht stimmen, denn man hat auch erfahren, dass es gelungen ist Krisen zu bewältigen, zumindest soweit zu reduzieren, dass ein quasi normales Weiterleben ermöglicht wurde. Es besteht daraus auch die Hoffnung, mit zukünftigen Diskontinuitäten fertig zu werden. Indirekt

bestätigt diese Hoffnung eine Langzeitstudie der R+V ⁽¹⁾, die sich um die Ängste der Deutschen kümmert. Der Angstindex hat den niedrigsten Wert seit 25 Jahren erreicht. Dies ist erstaunlich, gibt es doch international das geflügelte Wort von der „German Angst“.

Für die Beschäftigung mit der Zukunft ist weder übertriebene Angst noch unberechtigte Optimismus hilfreich. In der Szenarioentwicklung sind bei den in der Szenarioentwicklung erforderlichen Hoffnungen, diese Hintergrundmotivationen der Informationslieferanten zu erkennen und auszunutzen, egal ob sie von Experten oder von Sekundärstudien kommen.

Einige Fakten und Trends mit hoher Relevanz zur Reisemobilbranche sollen die Basis legen, von der aus im Szenarioprozess die Zukunft beschrieben wird.

(1) R+V-Studie:
Die Ängste der
Deutschen

Wirtschaftskraft in Europa

Die 28 EU-Staaten haben in 2018 ein Wirtschaftswachstum von 2 % erreicht und liegen damit deutlich unter dem weltweiten Wachstum von 3,6 %, das natürlich durch die hohen Werte von China (6,6 %) zu Stande kam. In den USA waren es 2,9 %, in Japan nur 0,8 %. Der Konjunkturausblick der OECD ist sehr verhalten. Die OECD erwartet schwächste Wachstum für Europa in der Krise: Weltweit 0,9 % für 2019 und 1,3 % für 2020.

Innerhalb Europas ist Deutschland derzeit alles andere als die Wachstumslokomotive. In den vergangenen fünf Jahren blieb das deutsche Wachstum häufig (in 11 von 20 Quartalen) hinter dem der gesamten Euro-Zone zurück. In 2018 hat Deutschland 1,4 % erreicht. Die OECD rechnet für 2019 mit nur noch 0,5 % und für 2020 mit 0,6 %.⁽²⁾

Die derzeitigen Aussichten bewegen sich zwischen Stagnation und leichter Rezession. Die deutsche Wirtschaft ist damit relativ anfällig gegen sogenannte geopolitische Unfälle, zum Beispiel Auswirkungen durch den Handelskonflikt USA/China, oder einen ungeordneten Brexit. In der Bevölkerung ist

die gesamtwirtschaftliche Schwäche allerdings noch nicht als Bedrohung angekommen. Die Angst vor einem Abwärtstrend ist auf dem niedrigsten Wert seit 1992 (vergleiche Angstindex).

Die Zahlen sprechen inzwischen eine andere Sprache: Die Wirtschaftsleistung ist auch im zweiten Quartal hinter dem des Vorquartals geblieben. Die Maschinenhersteller im Südwesten haben im ersten Quartal 2019 einen Rückgang beim Auftragsseingang von 14 % gemeldet.⁽³⁾

Niedrigzinsphase bleibt noch mehrere Jahre erhalten

Die Genossenschaftsbanken rechnen damit, dass die Zinsen in Europa in den kommenden drei bis fünf Jahren nicht nennenswert steigen. Anzeichen für eine Zinswende sind derzeit nicht mehr gegeben. „Das Leiden der Sparer geht einfach nicht zu Ende“⁽⁴⁾. Die Konjunktorentwicklung bleibt hinter den Erwartungen zurück und die Notenbanken müssen die Rückkehr zur „früheren Normalität“ weiter verschieben.

(1) Zeit Online, 19. Februar 2019

(2) Die Welt, 14. Februar 2019, Deutschland - „Der kränkelnde Mann Europas“

(3) Schwäbische Zeitung, 6. August 2019

(4) Schwäbische Zeitung, 12. Juli 2019



„Ohne die Niedrigzinsen ließen sich die Schulden der Staaten nicht mehr finanzieren“ argumentieren Finanzexperten. Die Marktteilnehmer, Unternehmer und private Haushalte, haben sich inzwischen an das billige Geld gewöhnt und ihre Kalkulationen darauf abgestimmt. (1)

Demographie

Gewöhnt hat man sich auch an die Vorstellung, dass die Alterspyramide eine weitere signifikante Verschiebung in Richtung 60+ erfahren wird.

Altersklassen	Anteil 2018 in %	Anteil 2035	Veränderung in %
60 +	29	36	+ 7 %
35 – 59	36	32	- 4 %
< 35	36	32	- 4 %

Der Anteil der Altersklasse, aus der sich die heutige Kernzielgruppe für Reisemobile rekrutiert, wird bis Mitte der 2030er Jahre um 7 % wachsen (2).

Konsumtrend

Die negativen Folgen der Wegwerfgesellschaft, die sich nur wenig um die Begrenztheit der natürlichen Ressourcen kümmert und die Verantwortung des Handelns für die klimatischen Veränderungen gerne abblendet, sind in der Wahrnehmung der Menschen angekommen und hat sich ausgebreitet, dass sich die „Slow-Mobility“ durch die „D.C.I.“ (Deutsches Caravaning Institut) prägt inzwischen auch das Handeln vieler Reisemobilisten. Achtsamkeit, E-Mobility, Sharing, Slow Culture, Slow Traveling, Green Travelling sind die Ausprägungen dieses Trends, der sich in den kommenden Jahrzehnten weiter verstärken wird.



(1) (Thomas Mayer, Direktor Flossbach von Storch Research, Wiwo 12. Juli 2019)

(2) 13. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung (Destatis)

1.2 ZUSAMMENFASSUNG ZU DEN SZENARIEN

„Reisemobile: Vom Wachstumsjahrzehnt zum Veränderungsjahrzehnt“

Noch nie wurden in Europa mehr neue Freizeitfahrzeuge zugelassen, als im Jahr 2019. Das kann man durch eine Hochrechnung auf Basis der Daten des europäischen Branchenverbandes ECF aus dem ersten Halbjahr 2019⁽¹⁾ erkennen. Etwa 208.000 werden es bis zum Jahresende werden, der größere Teil des Volumens, mit etwa 63 % entfällt auf Reisemobile, das entspricht 130.000 Fahrzeugen. Ausgehend von der Marktsituation in 2010, bedingt durch die damalige Finanz- und Wirtschaftskrise ging es mit immer größeren jährlichen Wachstumsraten voran und das Jahrzehnt wird im kommenden Jahr als beispiellose Wachstumsdekade mit einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von 7,5 % (CAGR) zu Ende gehen. Die im Rahmen der Szenarioentwicklung „Reisemobile 2030+“ erarbeiteten Zukunftsbilder lassen auch für das kommende Jahrzehnt eine Nachfrage auf hohem Niveau erwarten, aber es wird wohl nicht so sehr ein Wachstumsjahrzehnt, sondern ein ausgeprägtes Veränderungsjahrzehnt werden.

Für die Reisemobilbranche wird es so spannend wie noch nie.

Veränderungen in sehr vielen Bereichen haben bereits begonnen und werfen ihre Schatten voraus. Es deutet sich an, dass sie sich diese Veränderungen in den kommenden Jahren verdichten und eine hohe Dynamik entwickeln. Im Szenarioprojekt „Reisemobile 2030+“ wurden vier Zukunftsbilder entworfen, die unterschiedliche gesellschaftlichen Ausprägungen und zeitliche Einflussfaktoren auch wenn manche Gleichteile enthalten. In allen Szenarien spielen die gefühlte Bedrohung durch klimatische Veränderungen und die daraus resultierenden heftigen Reaktionen im Verhalten der Kunden und in der Politik eine große Rolle. Die begonnene Mobilitätswende wird im Szenariozeitraum bis 2030+ konkrete Gestalt annehmen. Alle Szenarien gehen auch davon aus, dass die globale Unsicherheit die Menschen nachhaltig beunruhigt und in ihrem Reise- und Freizeitverhalten prägt. Die technologischen Veränderungen im Bereich PKW und LKW geben klare Hinweise, was sich mit etwas Zeitversatz im Reisemobil wieder finden wird. Alternative Antriebskonzepte, hohe Levelausprägungen bei Konnektivität, Vorstufen

(1) European Caravan Federation ECF, 10. Mai 2019 VI Statistik/953/EP E.1.0.3

2.2 DER WEG ZU DEN SZENARIEN

Als Arbeitsmodell zur Entwicklung der Szenarien im Rahmen einer sorgfältigen Sekundär-
 Zukunftsbilder wurde die Szenariotechnik gewählt. Inhaltlich und methodisch wurde die Szenariotechnik
 zunächst vorhandene Informationen zu den szenariorelevanten Themenbereichen zu den szenariorelevanten
 ist die Szenariotechnik ein Wechselspiel zwischen deskriptiven und normativen Szenarien. Durch
 zwischen deskriptiven und normativen Szenarien. Durch die Szenariotechnik wird deutlich, in
 • intuitiven/subjektiven Inputs, die in den Themenbereichen bereits verfügbar
 • Expertengesprächen, die in den Themenbereichen bereits verfügbar
 • statistischen Datensätzen, die in den Themenbereichen bereits verfügbar
 • Quellen vorliegen und wo die Informationsbasis sich besonders sorgfältig
 arbeitsweise der Inputs, die in den Themenbereichen bereits verfügbar
 und ist wie folgt in einem logischen Prozess abgearbeitet. Durch Expertengespräche ergänzt
 systematischen Ablauf eingebettet. In den Themenbereichen bereits verfügbar werden muss.



ANHANG

1. EINFLUSSFAKTOREN UND SCHLÜSSELFAKTOREN

Ebene I: Rahmenbedingungen

Politik	<ul style="list-style-type: none">• Gesetze/Verordnungen• Verkehrsinfrastruktur• Reisemobilitätsinfrastruktur• Sicherheit
Gesellschaft	<ul style="list-style-type: none">• Umwelt (Klima, Schadstoffe, Wetterextreme)• Datensicherheit• Digitalisierung• Arbeitsverhältnisse, Arbeitszeitmodelle• Disintermediation• Disaggregation
Demographie	<ul style="list-style-type: none">• Altersstruktur• Bevölkerungswachstum• Urbanisierung
Wirtschaft	<ul style="list-style-type: none">• Standortbedingungen• Volkswirtschaftliche Entwicklung• Rahmenbedingungen für Kapitalanlagen



Die im späteren Arbeitsschritt ausgewählten Schlüsselfaktoren sind blau eingefärbt

Ebene 2: Reisemobile

Branche	<ul style="list-style-type: none"> • Reifegrad • Branchenstabilität • Eintrittsbarrieren • Ansoff-Matrix • Markte • M&A-Dynamik
Markt	<ul style="list-style-type: none"> • Nachfrage (Fahrzeug-Segmente) • Nachfrage (regional) • Marktpotenzial Caravaning Tourismus
Technologie	<ul style="list-style-type: none"> • Produktionskonzepte/Netzwerktechnologie • Innovationspotenzial des Reisemobils • Digitalisierung • Digitalisierung • Mobilitätskonzepte • Technologie (Fahrzeug) • Technologie (Zulieferer)
Wettbewerber	<ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerbsstruktur/Konzernverbund • Wettbewerbsintensität • Produktprogramme • Integration (horizontal, vertikal) • Regionale Präsenz-Nachahmung • Innovationsdynamik (Reisemobilhersteller) • Neue Geschäftsmodelle
Zulieferer	<ul style="list-style-type: none"> • Zulieferstruktur • Integration (horizontal, vertikal) • Innovationsdynamik (Zulieferer)
Kunden	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenstruktur • Kundenverhalten, Sharing • Dienstleistungsbedarf (Services) • Freizeit-, Reiseverhalten/Trends • Kundenmerkmale und Wertesystem • Digitale Kommunikation, Internetkultur • Innovationsbereitschaft