

Zelt, Van, Freiheit: Warum Camping wieder cool ist

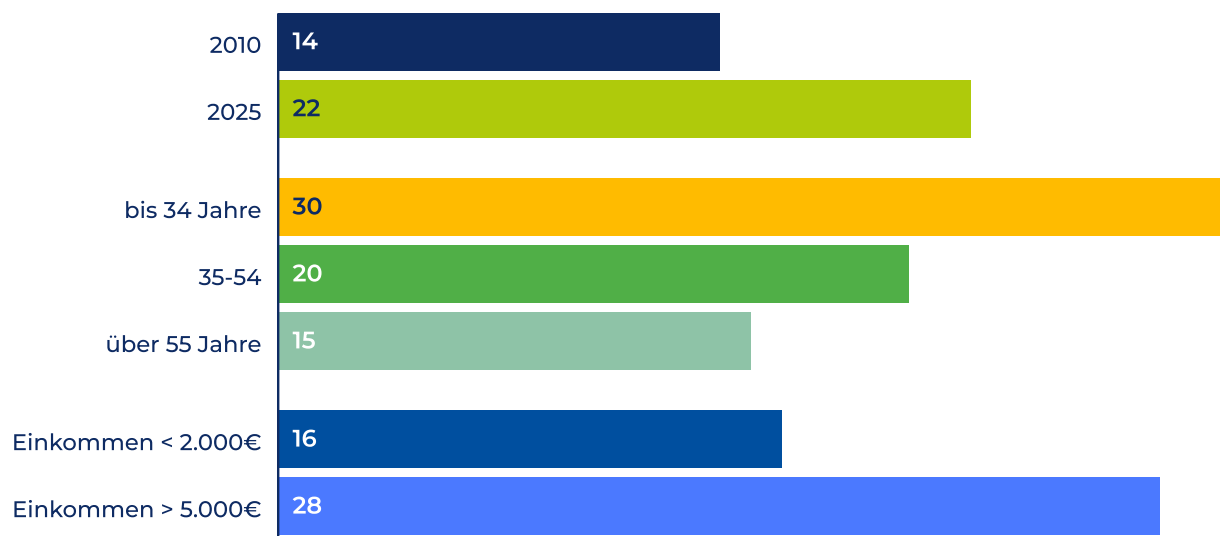
Chart der Woche, 2025-KW34

21. August 2025



Camping boomt

Von je 100 Befragten sagen: Ich gehe mindestens einmal im Jahr Campen.



Online Repräsentativbefragung von 3.000 Personen ab 18 Jahren durch die GfK in Deutschland

Ergebnis

Camping erlebt in Deutschland einen bemerkenswerten Aufschwung und hat sich von einer Nische zu einem breiten gesellschaftlichen Trend entwickelt. Ging vor 15 Jahren nur gut jeder zehnte Bundesbürger (14 %) wenigstens einmal im Jahr campen, ist es aktuell bereits mehr als jeder Fünfte (22 %). Besonders beliebt ist diese Freizeitform bei den unter 35-Jährigen – fast jeder Dritte (30 %) dieser Altersgruppe ist regelmäßig mit Zelt, Wohnwagen oder Camper unterwegs. Auffällig sind zudem die Unterschiede beim Einkommen: Wer mehr verdient, nutzt diese kleinen Auszeiten deutlich häufiger. So liegt der Anteil bei Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen von über 5.000 Euro bei 28 Prozent, während er bei Geringverdienern unter 2.000 Euro nur 16 Prozent beträgt.

Gründe

Der kontinuierliche Anstieg der Camping-Begeisterung lässt sich durch veränderte gesellschaftliche Werte und Bedürfnisse erklären. Die Möglichkeit spontaner Ortswechsel und individueller Tagesgestaltung erfüllt den Wunsch nach Autonomie und Selbstbestimmung. Gleichzeitig erlaubt Camping unmittelbare Naturerfahrungen – als bewusster Gegenpol zur zunehmenden Digitalisierung und Verdichtung urbaner Lebenswelten. Moderne Varianten wie komfortabel ausgestattete Wohnmobile oder „Glamping“ lassen frühere Komfortverzichte in den Hintergrund treten und machen die Reiseform für neue Zielgruppen attraktiv.

Hinzu kommt das wachsende Bedürfnis nach nachhaltigerem Freizeitverhalten. Camping wird von vielen als umweltschonende Alternative zu ressourcenintensiven Urlaubsformen geschätzt. Gerade für die jüngere Generation, beflügelt durch Trends wie #vanlife, ist es häufig auch Ausdruck eines Lebensstils, der auf Flexibilität, Minimalismus und individuelle Werte setzt. Nicht zuletzt schaffen flexiblere Arbeitsmodelle und die Möglichkeit des mobilen Arbeitens neue Freiräume für spontane Abenteuer und eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Erholung.

Prognose

Die positive Entwicklung des Campings als Freizeitaktivität dürfte sich in den kommenden Jahren fortsetzen. Das wachsende Umweltbewusstsein, die Suche nach authentischen Erfahrungen sowie die zunehmende Flexibilisierung von Arbeit und Alltag stärken die Attraktivität naturnaher Erholung. Technische Weiterentwicklungen bei Fahrzeugen und Infrastruktur werden den Komfort weiter erhöhen, ohne die Grundidee des einfachen, selbstbestimmten Reisens zu verlieren.

Der Markt wird sich dabei weiter ausdifferenzieren – von klassischen Zeltplätzen über spezialisierte Angebote wie „Workation“-Spots bis hin zu luxuriösen Glamping-Konzepten. Camping etabliert sich damit weniger als Alternative, sondern vielmehr als Ergänzung zu etablierten Urlaubsformen. Trotz der breiteren gesellschaftlichen Teilhabe bleibt es aber auch künftig vor allem ein Freizeitmodell für mobilere und finanziell besser gestellte Zielgruppen.