

PRESSEMITTEILUNG

CROSSCAMP – URBAN OUTDOOR FÜR MILLENNIALS

Düsseldorf, 30.08.2019 – Für die Einführung von CROSSCAMP, der neuen Marke für kompakte Camper Vans, hat die Erwin Hymer Group intensiv gesellschaftliche Megatrends und deren Auswirkungen auf den Caravaning-Markt analysiert. Denn mit einem Anteil von inzwischen 40 Prozent¹ werden Camper Vans – und damit auch deren besonders kompakte Vertreter – im boomenden Reisemobil-Markt immer wichtiger. Urbanisierung, Individualisierung und das veränderte Mobilitätsverhalten spielen dabei eine Rolle – vor allem aber auch die Tatsache, dass die Millennials zunehmend das Camping als Urlaubsform entdecken – aber in anderer Form als von traditionellen Campern praktiziert.

NEUER IMPULS AUS DEN USA: MILLENNIALS EROBERN DAS CAMPING

Der Trend kommt aus den USA, wo Millennials – die zwischen 1980 und den späten 1990ern Geborenen – inzwischen mehr als 40% der Camper ausmachen. Allein 2018 ist dort die Anzahl der Camper um 1,4 Millionen Haushalte gewachsen – 56% davon gehören zur Generation Y, wie Millennials auch bezeichnet werden. Dabei präferieren sie laut dem Kampground of America-Report (KOA) eher das Unbekannte mit rustikalen Unterkünften als das andere Extrem des Campingurlaubs, das es als „Glamping“ (glamouröses Camping) sogar in den Duden geschafft hat. Die Mehrheit geht mindestens drei Mal im Jahr in die Natur zum Campen. Vor allem in den sozialen Medien avancieren Camper Vans dabei zu Ikonen des individuellen Erlebnis-Trips. So verzeichnet der Hashtag #vanlife mehr als fünf Millionen Beiträge, #camping kommt sogar auf fast 26 Millionen Treffer. Joachim Reich, Vertriebsleiter CROSSCAMP: „Weil die Millennials für ihren Alltag gleichzeitig das Leben in der Großstadt bevorzugen, sprechen wir von einem Urban Outdoor-Trend. Der findet sich auch bei Bekleidung oder Schuhen wieder. Bezogen auf Camper Vans bringen wir mit dem CROSSCAMP beides zusammen: das urbane Gefühl und die Sehnsucht nach draußen.“

TINY ON THE ROAD

Mehr als die Hälfte aller Menschen weltweit lebt in Städten – im Jahr 2050 sollen es sogar zwei Drittel sein². „Tiny-Houses“ sind ein Phänomen dieses Trends und fanden sich erstmals in Tokio, wo jeder Bewohner im Durchschnitt nur etwa 19 Quadratmeter Wohnraum zur Verfügung hat. Idee des Micro-Housing ist es, möglichst viel Lebensqualität auf kleinstmöglichem Raum unterzubringen. Für Joachim Reich ist der Multifunktions-Camper deshalb „ein Tiny House auf Rädern“ – weil er Schlafkomfort für bis zu vier Personen auf nur 4,95 Meter Außenlänge bietet. „Am Micro-Housing lässt sich ablesen, dass Urbanisierung nicht nur einen Wandel von (Lebens-)Räumen beschreibt, sondern auch zu neuen Lebens- und Denkweisen führt“, erklärt Reich. „Und auch die Attraktivität eines Reisemobils korrespondiert bei vielen Kunden heute nicht mehr automatisch mit seiner Außenlänge.“

JEDERZEIT DIE FREIHEIT DER WAHL

Flexibilität steht dagegen umso höher im Kurs. Ein Camper Van mit voller Erstwagen-Tauglichkeit, der auch Alltagsaufgaben bewältigt – vom Parken in der Tiefgarage bis zur Nutzung als Transporter für den Großeinkauf, das kommt bei der wachsenden urbanen Bevölkerung an. Vor allem, wenn er sich

¹ Quelle: CIVD, bezogen auf Neuzulassungen 2018 in Deutschland

² Quelle: Deutsche Stiftung Weltbevölkerung (<https://www.dsw.org/projektionen-urbanisierung/>)

schnell und flexibel den wechselnden Anforderungen anpassen kann. Joachim Reich: „Die Vielseitigkeit des CROSSCAMP zahlt auf einen weiteren Megatrend ein: Individualisierung. Denn im Kern bedeutet sie, jederzeit die Freiheit der Wahl zu haben.“ Das ist umso wichtiger, weil einhergehend mit Trends wie Micro-Housing die Landlust vieler Städter wächst – die Sehnsucht nach naturnahen, beschaulichen und stressfreien Räumen. „Ob spontan zur Strand-Übernachtung an die Ostsee oder zum Einkaufen in den Möbelmarkt: Der CROSSCAMP lässt unseren Kunden jederzeit die freie Entscheidung“, so Joachim Reich.

Besonderer Clou des CROSSCAMP ist die Küche: Sie lässt sich als kompletter Block durch die linke Schiebetür herausnehmen und als Outdoor-Küche verwenden. Ausgebaut vergrößert sie aber auch den Platz im CROSSCAMP und prädestiniert ihn als Umzugshelden oder flexiblen Transporter.

DIE RICHTIGE ANSPRACHE: DER CROSSCAMP ALS HYGEMOBIL

Besonders angesagt in der Bildwelt der sozialen Medien und typisch für den Megatrend Individualisierung: das „Hygge“-Gefühl. Als fester Begriff für Gemütlichkeit und Heimeligkeit in den eigenen vier Wänden hat sich „hygge“ längst etabliert – und findet sich auch in vielen Reiseberichten der Van-Communities. Dabei geht es nicht um Rückzug in die Isolation, sondern um Gemeinschaft und Geselligkeit mit Freunden und Familie. Stimmungen, die auch die CROSSCAMP-Kommunikation aufgreift, die vorwiegend in den sozialen Medien stattfindet. Reich: „Es geht um Authentizität und darum, die einfachen Dinge des Lebens zu feiern.“

VOM TOURISTEN ZUM REISENDEN

Authentizität spielt auch bei Veränderungen des Mobilitätsverhaltens eine wichtige Rolle. Nach Erkenntnissen des Zukunftsinstituts in Frankfurt/Main ist die Sehnsucht nach authentischen Begegnungen ein immer wichtigerer Treiber für die Urlaubsplanung. Der als „De-Touristification“ bezeichnete Trend bedeutet, dass der Einzelne als Reisender wahrgenommen werden möchte und nicht als Tourist. Joachim Reich: „Der CROSSCAMP ermöglicht mit seiner Flexibilität ein Reisen ohne festen Plan, Vorbuchen und Programm. Sich im Urlaub treiben lassen zu können, ist die Voraussetzung dafür, offen für authentische Erlebnisse zu sein.“

Zur Lust am Reisen tragen auch die technischen Merkmale des CROSSCAMP bei: Zahlreiche innovative Assistenzsysteme gehören bereits zur Serienausstattung oder sind optional verfügbar. In der Basisversion verfügt der kompakte Camper Van über einen 1,5 Liter Vierzylinder-Dieselmotor mit 88 kW (120 PS). Optional sind ein 2,0 Liter Vierzylinder-Dieselmotor mit 110 kW (150 PS) und 6-Gang-Schaltgetriebe oder 130 kW (180 PS) und 8-Stufen-Wandlerautomatik erhältlich. Sicheres Fortkommen auf anspruchsvollem Terrain, etwa auf Schnee, Matsch oder Sand, gewährleistet das proaktive Traktionskontrollsystem Toyota Traction Select. Alle Aggregate verfügen über die Abgasreinigungstechnik SCR und erfüllen die neue Schadstoffnorm Euro 6d temp.

Seine technischen Eigenschaften prädestinieren den CROSSCAMP zum idealen Begleiter für den mobilen Alltag. Und mobil zu sein ist – laut einer Untersuchung des Zukunftsinstituts – für viele Millennials ein soziales Grundbedürfnis und nicht zuletzt die Basis beruflichen Erfolgs. Dabei ist das Auto das wichtigste Verkehrsmittel im Mobilitätsmix und wird an einem normalen Tag von 62% genutzt – von gut der Hälfte aller Millennials sogar an mindestens 5 Tagen pro Woche.

ÜBER CROSSCAMP

CROSSCAMP ist die neue Marke der Erwin Hymer Group für das Segment der kompakten Camper Vans. CROSSCAMP-Fahrzeuge bewähren sich im urbanen Alltag ebenso wie beim Kurzabenteuer am Wochenende oder dem großen Urlaub. Damit sind sie ebenso flexibel wie ihre Besitzer und der richtige Partner für das Urban Outdoor Feeling. Heimat der Marke ist Isny im Allgäu, wo die Reisemobile und Caravans der Marke Dethleffs entstehen: Hier sitzt das Kompetenz-Center für Camper Vans, das die Urban Vehicles der Marken CROSSCAMP und Pössl entwickelt und produziert.

www.crosscamp.com

ÜBER DIE ERWIN HYMER GROUP

Die Erwin Hymer Group ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft von Thor Industries, dem weltweit führenden Hersteller von Freizeitfahrzeugen mit über 25.000 Mitarbeitern. Die Erwin Hymer Group vereint Hersteller von Reisemobilen und Caravans, Zubehörspezialisten sowie Miet- und Finanzierungsservices unter einem Dach. Zur Erwin Hymer Group gehören die Reisemobil- und Caravanmarken Buccaneer, Bürstner, Carado, Crosscamp, Compass, Dethleffs, Elddis, Eriba, Etrusco, Hymer, Niesmann+Bischoff, Laika, LMC, Sunlight und Xplore, die Reisemobilvermietungen McRent und rent easy, der Fahrwerkspezialist Goldschmitt, der Zubehörspezialist Movera sowie das Reiseportal freeontour.www.erwinhymergroup.com

PRESSEKONTAKT

Theresa Hübschle
CROSSCAMP Communications
Holzstr. 19
88339 Bad Waldsee
Germany
Tel: +49 (0) 7524 999-9504
E-Mail: theresa.huebschle@erwinhymergroup.com