



# FOCUS CARAVANING IMPULSTAGE 2026

Ab morgen mehr Geschäft.

20. April - 24. April 2026

15 Online-Sessions je 30 Minuten in 5 Tagen



MIT FREUNDLICHER UNTERSTÜTZUNG VON



Medienpartner

Premiumpartner

jung & digital



caravanmarkt24



# Zusammenarbeit mit der Bank

*Die Händlereinkaufsfinanzierung ist ein strategisches Steuerungsinstrument für Liquidität, Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit im Caravaning-Markt.*

12

SESSION

**Matthias Scholz**

Vertriebsleiter für Freizeitfahrzeuge  
Deutsche Leasing AG



A G E N D A

# Die Einkaufsfinanzierung ist die Basis für den Handel

- 
- 01 Warum ist Händlereinkaufsfinanzierung für Reisemobil- und Wohnwagenhändler unverzichtbar?

---

  - 02 Aktuelle Situation in der Branche

---

  - 03 Welche Faktoren sind wichtig für den Handel?

---

  - 04 Handlungsempfehlungen (gerade in der jetzigen Zeit)

---



[ KAPITEL 01 ]

# Warum ist Händlereinkaufsfinanzierung für Reisemobil- und Wohnwagenhändler unverzichtbar?

---

- Hohe Fahrzeugwerte effizient finanzieren
  - Liquidität sichern – Handlungsfähigkeit bewahren
  - Attraktive Fahrzeugvielfalt am Platz
  - Saisonalität gezielt ausgleichen, aber auch schnelle Nutzung von Marktchancen
  - Stärkere Position gegenüber Herstellern – oft Voraussetzung zu Beginn der Geschäftsverbindung
  - Wachstum möglich, ohne das Engagement bei Hausbanken auszuweiten
  - Kalkulierbare Kosten, klare Margen
  - Fokus auf das Wesentliche: Verkaufen und Beraten
- 👉 **Die Händlereinkaufsfinanzierung ist ein strategisches Steuerungsinstrument für Liquidität, Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit im Caravaning-Markt.**



[ KAPITEL 02 ]

# Aktuelle Situation in der Branche

## Aktuelle Situation

- Nach wie vor hohe Nachfrage nach den Produkten
- Urlaubsform ist „hip“ und wird stetig nachgefragt
- Best-Ager werden in den nächsten Jahren weitere Kunden bringen

### *Aber auch:*

- In vielen Händlerbetrieben deutliche Verschlechterung der wirtschaftlichen Verhältnisse
- Angespannte Liquiditätssituation bis hin zur Unternehmensaufgabe oder Insolvenz

## Folgen / Auswirkungen

- Abverkaufsdruck (niedrigere Margen, in Folge niedrigere EK-Quote)
- Management ist mehr gefordert (Tägliche Disposition insbes. der Liquidität und Umsetzung wichtiger betrieblicher Maßnahmen)
- Restriktivere Entscheidungen bei Banken – Veränderung der Bedingungen



[ KAPITEL 03 ]

## Welche Faktoren sind wichtig für den Handel?

---

- Möglichst eine Kreditlinie, die auch Spitzen einschließt (Höhe)
- Möglichst „freie Kreditlinie“
  - Nach Möglichkeit jederzeitige Umwidmung von Lagerfahrzeugen **zu Mietfahrzeugen**
  - Nutzung von Mietfahrzeugen in einer Linie
  - Keine Umschlüsselung von Fahrzeugen nach Alter
  - Keine unterschiedliche Bepreisung nach Alter der Fahrzeuge
  - Keine Unterscheidung nach Herstellern
  - Ein Angebot für Gebrauchtfahrzeuge (Inzahlungnahmen, Zukäufe) ist im Idealfall Bestandteil des Finanzierungskonzeptes
- Moderate Tilgungen, die die Liquidität schonen - möglichst keine Endfälligkeiten
- Möglichst keine Liquiditätsbelastung im Winter



**Finanzierungsbedingungen genau vergleichen** (Preise, Tilgungen – ist der Händler frei in der Entscheidung?)



[ KAPITEL 04 ]

# Handlungsempfehlungen

## 01 Kommunikation

- **Pro-aktive** Kommunikation mit den Partnern: Banken, Dienstleister, Lieferanten
- Frühzeitige und **umfassende Kommunikation** - Transparenz schaffen
- Ideen entwickeln!

## 02 Planungsunterlagen

**Zeitnahe und aktuelle** Planungsunterlagen:

- Aktueller Bankenspiegel
- Liquiditätsplanung (Auslieferungen, **Endfälligkeiten...**)
- Aktuelle BWA mit SuSa-Liste und Vj.-Vergleich
- Ergebnisvorschau (Abwertungen?)

## 03 Liquiditätsplanung

- Berücksichtigung von Kundenanzahlungen bei der Liquiditätssituation
- **Generierung von Liquiditätsspielräumen** über (zusätzliche, höhere) KK-Linien bei Hausbanken, Einlagen (?)

## 04 Vertragskonformes Verhalten

- Korrektes Ablöseverhalten
- Einwandfreie Floor Checks

 **Der Herausforderung stellen! Durch „Aussitzen“ geht das nicht weg!**



“  
Liquidität, die bewegt – Bestand, Umsatz, Erfolg.  
Die Einkaufsfinanzierung ist die Basis für den  
Handel !

---

*[Matthias Scholz, Vertriebsleiter für Freizeitfahrzeuge · Deutsche Leasing AG]*



# Vielen Dank.

Es ist nicht wichtig mit wem ihr die Händlereinkaufsfinanzierung macht.

**Die Hauptsache ist, ihr macht es richtig!**

---

**Matthias Scholz**

[Deutsche Leasing AG]

[Matthias.scholz@deutsche-leasing.com]

[+49 6172 882723]

[deutsche-leasing.com](https://www.deutsche-leasing.com)



FOCUS  
CARAVANING



# Alle 15 Sessions noch einmal ansehen.

Zugriff auf alle Video-Aufzeichnungen und Unterlagen der Impulstage 2026 — on demand, jederzeit.

## STANDARD

# 89 €\*

Für die Branche

- Alle 15 Session-Aufzeichnungen
- Komplettes Unterlagen-Paket
- Zugang über Shop-Code

DCHV-MITGLIED, Intercaravanning, Caravan-Vermieter-Bund

# 69 €\*

Für Mitglieder DCHV, Intercaravanning, CVB

- Alle 15 Session-Aufzeichnungen
- Komplettes Unterlagen-Paket
- Vergünstigter Mitglieder-Preis



Zugangscode für Video & Unterlagen erhalten Sie direkt nach dem Kauf im Shop:

**In Kürze über [shop.focus-caravaning.de](https://shop.focus-caravaning.de) erhältlich**

# Das Moderatoren-Team



**SABINE WEBER**

Senior Consultant Caravanning  
gsr Unternehmensberatung  
sweber@gsr-unternehmensberatung.de  
+49 151 42 31 13 69



**NIKLAS HAUPT**

Geschäftsführer  
MiiOS GmbH  
niklas.haupt@miios.de  
+49 911 477 567 75

# Partner von Focus Caravaning

## Premiumpartner



## Medienpartner



jung & digital

caravanmarkt24

Besuchen Sie uns auf:  
[www.focus-caravaning.de](http://www.focus-caravaning.de)



# Expertise

Erfolgreich im Caravaning Business

[www.focus-caravaning.de](http://www.focus-caravaning.de)



**Quantitativer  
Research**



**Qualitativer  
Research**



**KI-Ansätze**



**POS-Research**



**Research  
Analytics**



**Qualification**



**Strategy**



**Performance**



**Management**



**POS**



**FOCUS  
CARAVANING**®

WEITERE INFOS  
HINTER DIESEM QR-CODE  
ODER SCHREIBEN SIE UNS AN  
[info@focus-caravaning.de](mailto:info@focus-caravaning.de)  
+49-911-477-567-75

