



# 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



# Zubehörshop – Keine Frage!

---

09

SESSION

**Klaus Büttner**

Vorsitzender der Geschäftsleitung  
Frankana und Freiko



# AGENDA

- 
- 01 Entwicklung Zubehörmarkt

---

  - 02 Zubehör im Fachhandel

---

  - 03 Umsetzungspraktiken

---



Entwicklung Zubehör

# Allgemeine Situation

---

- Schwierige Wirtschaftslage
- Kaufzurückhaltung / Preissensibilität
- Preisdruck durch Billigware und Nachbauten
- Preisdruck durch Onlinehandel
- Stationäre Zubehörshops unter Druck



„Während Corona hatten wir mit dem Fahrzeughandel so viel zu tun - da blieb keine Zeit für den Shop. Heute müssen wir alles für den Fahrzeughandel tun, um wieder Erträge zu machen, da bleibt keine Zeit für den Zubehörshop.“

**Zubehör ist gefragt! Potenziale nutzen! Jetzt!**

---



Entwicklung Zubehör

# Was erwartet der Kunde?

FOCUS CARAVANING 2026

**!** POS Handel: Erwartungen der Kunden und Kundinnen bei der Auswahl des Händlers



<div style="background-color: #f0e68c; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <b>Erwartung an Handel <u>Besitzer</u></b>                  → stark steigende Relevanz (fett)             </div> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kompetentes Fachpersonal</li> <li>2. Kurze Reaktionszeit auf Anfragen</li> <li>3. Auswahl an Fahrzeugen vor Ort</li> <li>4. Konkretes Wunschfahrzeug vor Ort verfügbar</li> <li>5. Bietet Ausstattung / Zubehör an</li> <li>6. Bietet Werkstatt / Service an</li> </ol>	<div style="background-color: #f0e68c; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <b>Erwartung an Handel <u>Intender</u></b>                  → stark steigende Relevanz (fett)             </div> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kompetentes Fachpersonal</li> <li>2. <b>Auswahl an Fahrzeugen vor Ort</b></li> <li>3. <b>Bietet Werkstatt / Service an</b></li> <li>4. Konkretes Wunschfahrzeug vor Ort verfügbar</li> <li>5. Gute Bewertungen im Internet (z.B. Google)</li> <li>6. Bietet Ausstattung / Zubehör an</li> </ol>
--	--

▶ Qualifiziertes Personal steht über allem!  
 Trend-Kriterien bei der (zukünftigen) Händlerwahl darüber hinaus ...  
 Fahrzeugauswahl, Verfügbarkeit, Angebot Werkstatt / Service, Bewertungen.

FOCUS CARAVANING 2026 (B2C)

COPYRIGHT BY GSR UNTERNEHMENSBERATUNG UND MIIOS

SEITE 10



Entwicklung Zubehör

# Was erwartet der Kunde?

## Erwartung an Handel Besitzer

→ stark steigende Relevanz (fett)

1. Kompetentes Fachpersonal
2. Kurze Reaktionszeit auf Anfragen
3. **Auswahl an Fahrzeugen vor Ort**
4. **Konkretes Wunschfahrzeug vor Ort verfügbar**
5. **Bietet Ausstattung / Zubehör an**
6. **Bietet Werkstatt / Service an**

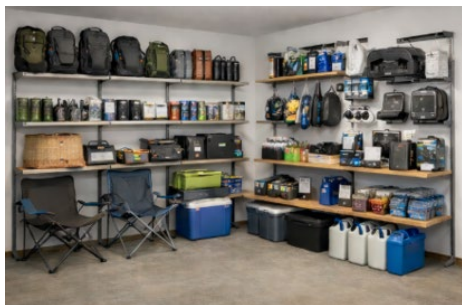
## Erwartung an Handel Intender

→ stark steigende Relevanz (fett)

1. Kompetentes Fachpersonal
2. **Auswahl an Fahrzeugen vor Ort**
3. **Bietet Werkstatt / Service an**
4. Konkretes Wunschfahrzeug vor Ort verfügbar
5. Gute Bewertungen im Internet (z.B. Google)
6. **Bietet Ausstattung / Zubehör an**

Zubehör im Fachhandel

# Verschiedene Shopvarianten



Diese Bilder wurden KI-generiert

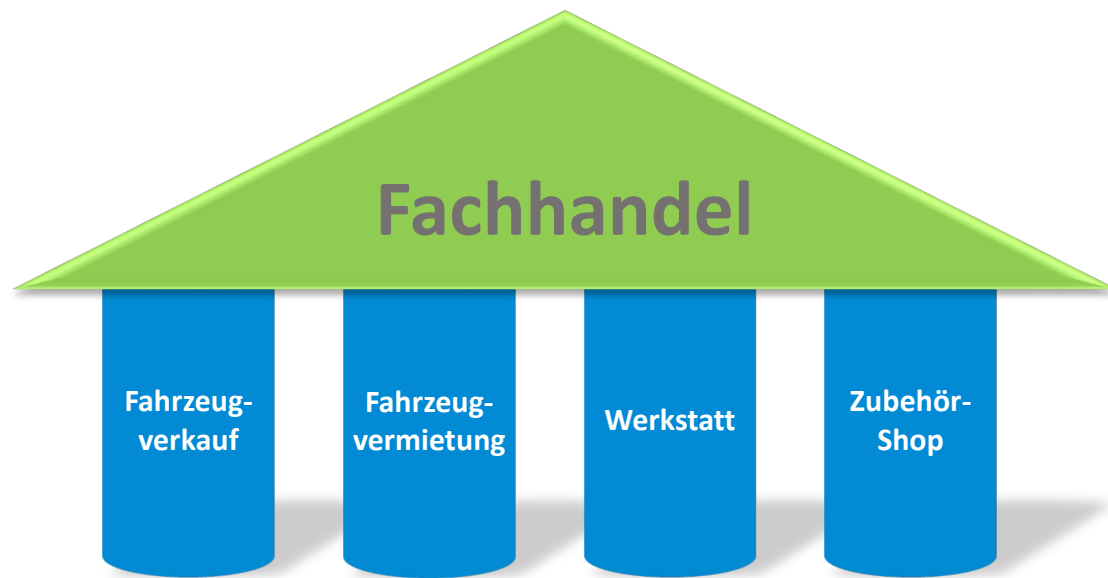
1. **Shop variante:** klein, nur das nötigste, um Mitnahme-Umsätze zu verwirklichen
2. **Shop variante:** auf Technik spezialisiert - besonders für Händler, die Wert auf Werkstatt legen
3. **Shop variante:** größerer Shop mit viel Auswahl - für Händler die dem Kunden bestmöglichen Service bieten wollen
4. **Shop variante:** mittlerer Shop, mit den nötigsten Utensilien und kleiner Ausstellung, um bei geringem Platz den Kunden gut bedienen zu können



Zubehör im Fachhandel

# Einfluss der Säule „Zubehör“ auf den Betrieb

---



- Zusammenwirken aller Säulen
- Zubehör als Zubringer und geforderter Service
- Zubehör als zusätzliche und stetige Ertragssäule



Handlungsempfehlungen

# Handlungsempfehlungen für die Praxis

**01** Zusammenarbeit zwischen Zubehör & Fahrzeugverkauf & Werkstatt ermöglichen

**02** Zubehör im Unternehmen sichtbar machen – z.B. Zubehör in der Fahrzeugausstellung

**03** Zubehörangebote und flexiblere Preisgestaltung im Shop

**04** Zubehör-MitarbeiterInnen auf zweiten und dritten Verkaufsabschluss schulen



# Vielen Dank.

Zubehör ist MEHR! Mehr Ertrag. Mehr Service. Mehr Fachhandel.

**Klaus Büttner**

Frankana Freiko  
a.stuehler@frankana.de

**frankana.de**



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

