



FOCUS CARAVANING IMPULSTAGE 2026

Ab morgen mehr Geschäft.

20. April - 24. April 2026

15 Online-Sessions je 30 Minuten in 5 Tagen



Mios
WACHSUNG. NOW

gsr
UNTERNEHMENS-
BERATUNG

MIT FREUNDLICHER UNTERSTÜTZUNG VON

 **DOMETIC**

Medienpartner

Premiumpartner

jung & digital



caravanmarkt24



Der Service macht den Unterschied.

Wie gelingt mehr Erfolg nach dem Verkauf?

Niklas Haupt

Geschäftsführer
MiiOS GmbH

01

SESSION



A G E N D A

Der Service macht den Unterschied

-
- **01** Der Markt dreht sich — warum Werkstatt jetzt zählt

 - **02** Was der Kunde erlebt und erwartet

 - **03** Sichtbarkeit entscheidet — Bewertungen und Online-Präsenz

 - **04** Sechs Schritte für mehr Geschäft ab morgen



KAPITEL 01

Der Markt dreht sich

Warum Werkstatt jetzt zählt

01



KAPITEL 01 · DER MARKT DREHT SICH

Der Markt dreht sich — Bestand wächst

Das passiert im Markt

- Bestand auf Rekordniveau: 1,83 Mio. Fahrzeuge 01/2026
- Neuzulassungen Reisemobile wieder deutlich im Plus, Wohnwagen mit Seitwärtsbewegung
- Ø Haltedauer ca. 10 Jahre — lange Service-Beziehung möglich
- Bestand altert strukturell — Werkstattbedarf wächst jedes Jahr mit
- Händler-Verkaufsdruck hoch — Werkstatt wird zum Stabilisator

Aktueller Bestand 01/2026

1,046 Mio.

Reisemobile-Bestand (WM)

786 Tsd.

Wohnwagen-Bestand (WW)

1,83 Mio.

Gesamtbestand DE

Ø 10 Jahre

durchschn. Haltedauer

Quelle: KBA Bestand 01/2026 · Focus Caravaning B2C 2025 Marktreport (Ø Haltedauer) · Berechnung MiiOS



Neuzulassungen RM im 1. Qrt. stark / WW mit Seitwärtsbewegung



Trend 1. Quartal 2026

RM: + 30 %

Hohes Interesse / Nachfrage an der Branche

Aussage

- Margen bei Neuzulassungen vielfach unter Druck
- Werkstatt kompensiert fehlende Deckungsbeiträge
- Servicegeschäft als planbarer Ertrag

Quelle: KBA

Gebrauchtmarkt anhaltend stark — zusätzliches Servicepotenzial



Trend 1. Quartal 2026

+ 1,1 %

Besitzumschreibungen Reisemobile 03/2026 zum Vorjahresquartal bei +1,1%.
Sondereffekte im März = u.a. geopolitische Unsicherheit

A u s s a g e

- Eigene GW-Vermarktung = Chance auf neue Werkstatt-Beziehung
- Gezielter Onboarding-Prozess nach Kauf/Besitzerwechsel

Quelle: KBA



KAPITEL 01 · DER MARKT DREHT SICH

Werkstatt ist Ertragssäule — kein Nebenschauplatz

94 %

Werkstattauslastung im Markt

Werkstätten im Caravaning-Handel arbeiten an der Kapazitätsgrenze — Termine sind knapp

120 € +

Ø Stundenverrechnungssatz

Premium-Sätze bei guter Auslastung und Kundenbindung — hohe Spreizung im Markt

+ 17 %

Service-Investition Wohnwagen

Jährliche Ausgabe für Service am Wohnwagen 2025 vs. 2024 (+12 % Reisemobil-Aufbau)

Quelle: Focus Caravaning Business Report 7 · Focus Caravaning B2C 2025 Marktreport (Service-Investitionen)



KAPITEL 02

Was der Kunde erlebt

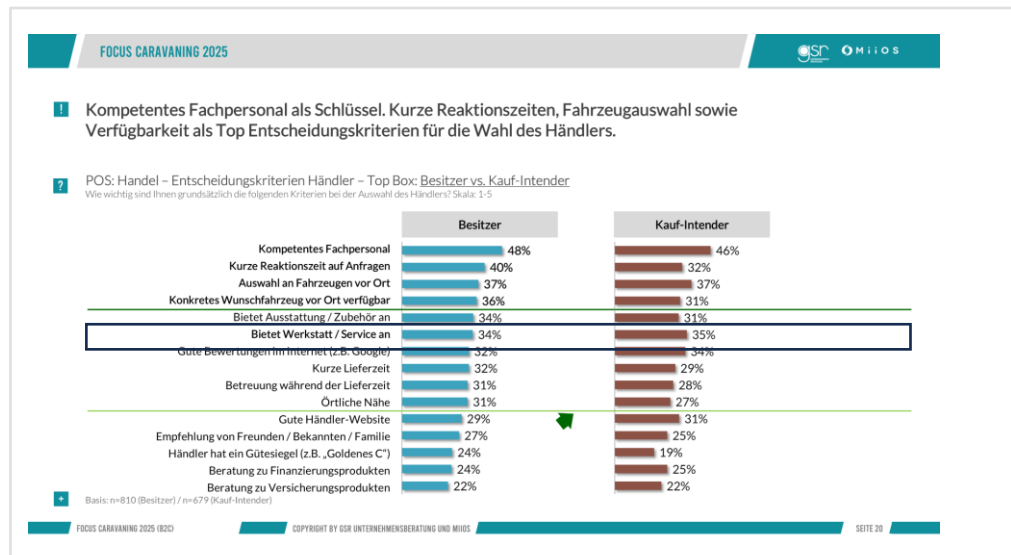
Erwartungen, Bindung und Erstkäufer-Potenzial

02



KAPITEL 02 · WAS DER KUNDE ERLEBT

Werkstatt Top-Entscheidungskriterium der Händlerwahl



WAS DIE DATEN ZEIGEN

34 % – 35 %

nennen Werkstatt / Service als Entscheidungskriterium bei der Händlerwahl — bei Besitzern und Kauf-Intendern gleichermaßen.

A u s s a g e

- Werkstatt gehört zum Verkaufsgespräch — nicht erst nach dem Kauf
- Zusammen mit Fachpersonal (48 %) wichtiger Vertrauensanker

Original-Chart aus Focus Caravaning B2C 2025 · POS: Handel — Entscheidungskriterien

Quelle: Focus Caravaning B2C 2025 · n = 810 Besitzer / n = 679 Kauf-Intender · Skala 1–5, Top Box



Wo Kunden ihre Werkstatt wählen



WAS DIE DATEN ZEIGEN

55 % / 38 %

Anteil "andere Werkstatt" statt Händler · Reisemobil 55 % · Wohnwagen 38 %

A u s s a g e

- Mehrheit der Reisemobil-Besitzer geht NICHT zum Verkaufshändler
- Bindungslücke zwischen Verkauf & After-Sales konsequent schließen

Focus Caravaning 2025 Marktreport · Seite 4 · Werkstattwahl

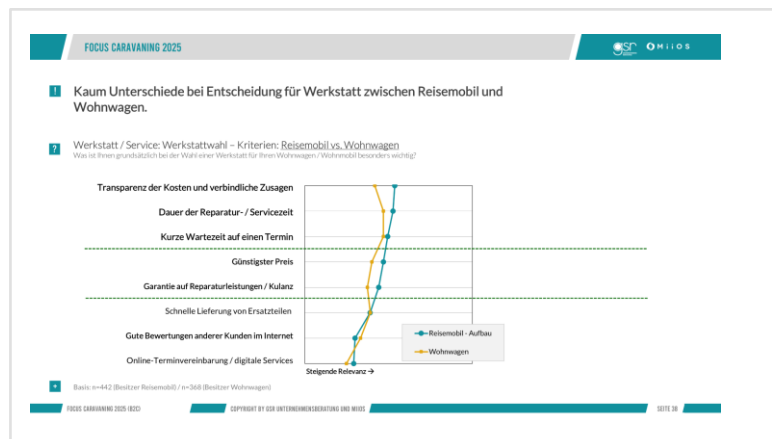
Quelle: Focus Caravaning B2C 2025 Marktreport



KAPITEL 02 · WAS DER KUNDE ERLEBT

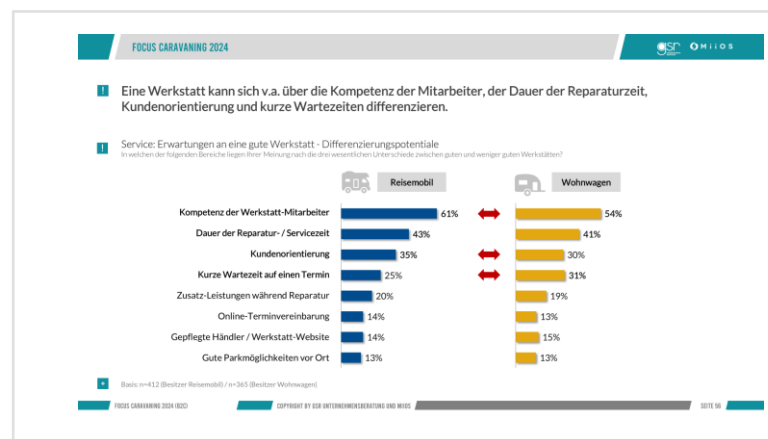
Kompetenz - Transparenz - Wartezeit - Kundenorientierung

Werkstattwahl



Transparenz – Dauer - Wartezeit

Differenzierung



Kompetenz Mitarbeiter – Wartezeit - Kundenorientierung

Quelle: Focus Caravaning B2C 2024 / 2025

KAPITEL 02 · WAS DER KUNDE ERLEBT

Werkstatteinstellung: Kunden sind oft alleingelassen

47 %

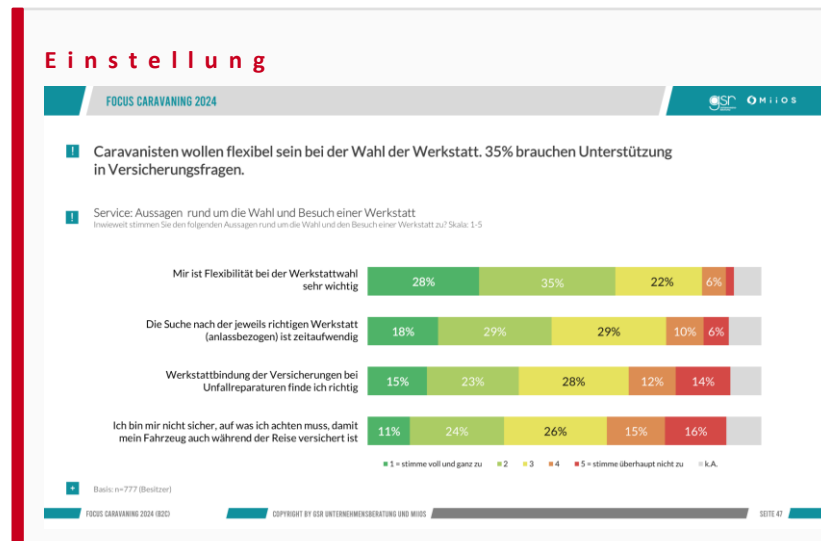
Suche nach passender Werkstatt ist (sehr) zeitaufwendig

63 %

Ist Flexibilität bei der Werkstattwahl (sehr) wichtig

38 %

Finden Werkstattbindung der Versicherungen bei Reparaturen richtig



Quelle: Focus Caravaning B2C 2024 / 2025 Marktreport · Miios ReviewAnalyzer



KAPITEL 02 · WAS DER KUNDE ERLEBT

Werkstatterlebnis: Terminengpass als Marktlücke

13 Tage

∅ Wartezeit auf einen Werkstatt-Termin (RM & WW)

55 %

RM-Besitzer sind nicht in der Werkstatt, in der sie das Fahrzeug gekauft haben

MARKTLÜCKE

Wer Termine schnell, verlässlich und transparent vergibt, gewinnt Kunden.

Die Kapazität in der Branche ist knapp. Händler, die ihre Werkstatt effizient steuern oder ein starkes Partner-Netzwerk aufbauen, differenzieren sich sofort — und behalten die Kundenbeziehung.

Quelle: Focus Caravaning B2C 2025 Marktreport · MiiOS ReviewAnalyzer (Werkstattsuche)



KAPITEL 02 · WAS DER KUNDE ERLEBT

Stammwerkstatt: Hohe Loyalität — bis sie kippt

Wer hat eine Stammwerkstatt?

~ 63 %

der Caravaning-Kunden haben eine Stammwerkstatt

Stammwerkstatt-Quote nach Fahrzeug

- 83% für das Basisfahrzeug
- 52% für den Aufbau
- 57% für Wohnwagen

Quelle: Focus Caravaning B2C 2024/2025

Wechselbereitschaft

- Unfreundlicher Kontakt
- ist der häufigste Grund für Werkstattwechsel
- Lange Wartezeiten ohne Info
- treibt vor allem jüngere Kunden sofort weg
- Hohe Rechnung ohne Transparenz
- zerstört Vertrauen in einem einzigen Termin



KAPITEL 02 · WAS DER KUNDE ERLEBT

Erstkäufer: Potenzial ohne Werkstattbindung

58 %

Anteil Erstkäufer an den Kauf-Intendern

Hohe Erstkäuferquote speziell im Wohnwagen-Segment

keine

relevante Werkstatterfahrung

Keine Vergleichsmaßstäbe — der erste Eindruck entscheidet

jetzt

offenes Zeitfenster zur Bindung

Erstkäufer sind offen & bindungsbereit — vor dem Wettbewerb besetzen

Akquisegespräch = Chance: Erstkäufer aktiv als Werkstattkunden gewinnen, bevor der Wettbewerb es tut.

Quelle: Focus Caravaning B2C 2025 · Der Caravaning-Kunde



KAPITEL 03

Sichtbarkeit entscheidet

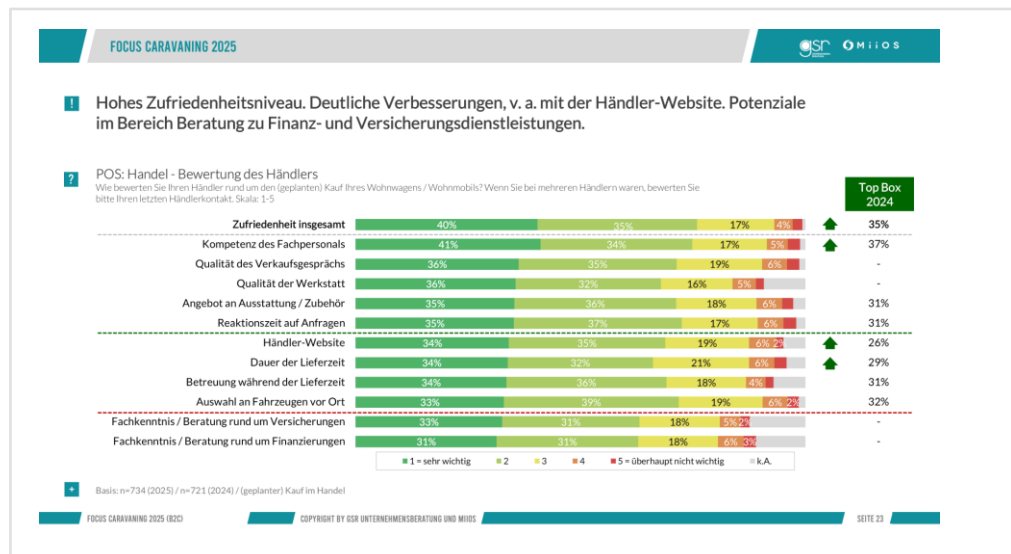
Bewertungen und Online-Präsenz als Hebel

03



KAPITEL 03 · SICHTBARKEIT ENTSCHIEDET

Werkstatt-Performance mit guten Bewertungen



WAS DIE DATEN ZEIGEN

68 %

Top-2-Zufriedenheit mit Qualität der Werkstatt.

Aussage

- Werkstatt zu wenig kommunikativ genutzt

Quelle: Focus Caravaning B2C 2025 · Händler-Bewertung



KAPITEL 03 · SICHTBARKEIT ENTSCHEIDET

Online-Bewertungen sind der erste Eindruck

3,7 / 5,0

Ø Sterne Caravan-Werkstätten

Spreizung enorm: Top-Betriebe > 4,5 · Schlusslichter < 3,0. Sichtbarer Qualitätsunterschied im Google-Umfeld.

Was Bewertungen bewirken

- Vor Anruf lesen 8 von 10 Kunden Rezensionen
- Stars & Anzahl sind die Schwellenwerte
- Antworten auf Kritik wirken stärker als Lob
- Zeigt Haltung und Professionalität
- Jede Bewertung wirkt Monate bis Jahre
- Langfristiger SEO- und Reputationshebel

Quelle: Miios ReviewAnalyzer 2024



KAPITEL 03 · SICHTBARKEIT ENTSCHIEDET

Top 5 Pain-Points – Originalgrafik Review Analyzer

Top 5 der meistgenannten Pain-Points



Review Analyzer Caravaning · S.12 · Nennungen in % der kritischen Bewertungen

Quelle: Focus Caravaning Review Analyzer Caravaning

WAS DIE DATEN ZEIGEN

3 von 5

der Top-5-Pain-Points betreffen direkt die Werkstatt: Terminvereinbarung (55%), Unzuverlässigkeit bei Reparaturen (54%) und Reaktionszeit (46%).

Aussage

- **Beschwerden sind Service-Roadmap – aktiv auswerten**
- Erreichbarkeit & Reaktionszeit zuerst angehen – schnell wirksam



KAPITEL 03 · SICHTBARKEIT ENTSCHIEDET

Was Kunden in Bewertungen konkret schreiben

POSITIV — WAS GELOBT WIRD

„Termin war schnell, Preis transparent, Arbeit sauber. Komme wieder.“

„Man hat mich ernst genommen — auch als Neukunde ohne Vorkenntnis.“

„Kostenvoranschlag & Rückruf wie versprochen. Selten geworden.“

KRITISCH — WAS FEHLT

„Sechs Wochen auf Termin gewartet, dann nicht einmal ein Rückruf.“

„Rechnung 30 % über Voranschlag — ohne Erklärung. Nie wieder.“

„Keine Online-Terminbuchung, Telefon immer besetzt. Nicht mehr zeitgemäß.“

Quelle: Miios ReviewAnalyzer 2024



KAPITEL 04

Sechs Schritte ab morgen

Konkret umsetzbar — mit und ohne eigene Werkstatt

04



KAPITEL 04 · AB MORGEN MEHR GESCHÄFT

Sechs Schritte für mehr Geschäft ab morgen

01



Werkstatt als Kaufargument

02



Erstkäufer sofort binden

03



Wartezeit transparent machen

04



Bundle, Zubehör & Partner

05



Netzwerk aufbauen und nutzen

06



GW-Garantie als Kaufargument



Akquise & Bindung — vom ersten Kontakt an

01 Werkstatt als Kaufargument



- Werkstatt im Verkaufsgespräch aktiv platzieren
- Zertifikate & Qualifikationen für Kunden sichtbar
- Bewertungen einfordern & innerhalb 7 Tagen beantworten
- After-Sales-Briefing vor Fahrzeugübergabe

PFLICHT 2025 · Gasprüfung alle 2 Jahre = wiederkehrendes Werkstattgeschäft

02 Erstkäufer sofort binden



- Erstkäufer im CRM markieren & separat ansprechen
- Welcome-Check nach 3 Monaten anbieten
- Dichtigkeitsprüfung Jahr 1 inklusive
- Persönlicher Ansprechpartner in der Werkstatt



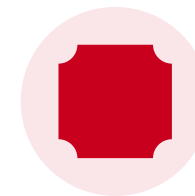
Kundenerlebnis & Ertrag — im Alltag der Werkstatt

03 Wartezeit & Transparenz



- Online-Terminbuchung 24/7 anbieten
- Abholtermin verbindlich zusagen — und halten
- Status-Update per SMS oder WhatsApp
- Kostenvoranschlag digital & schriftlich

04 Bundle, Zubehör & Partner

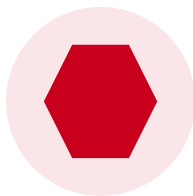


- Winterfit-Paket (Einlagerung + Dichtigkeit)
- Saisonstart-Check als Flatrate
- Hol- & Bringservice ab X km aufpreisen
- Zubehör & Einbau über Hersteller-Servicepartner



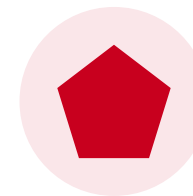
Netzwerk & Garantie — Vertrauen als Kaufargument

05 Netzwerk aufbauen und nutzen



- Kooperationen für Unfall, Karosserie & Lack
- Versicherungen als Werkstattsteuerung einbinden
- Partnerbetriebe mit klaren SLAs auswählen
- Eigene Rechnung, eigene Marke — Lead hält

06 GW-Garantie als Kaufargument



- Im Verkaufsgespräch aktiv platzieren
- Laufzeit & Umfang schriftlich im Kaufvertrag
- Inspektions-Check-Sheet als Qualitätsnachweis
- Garantie auf Preisauszeichnung am Fahrzeug

70 % DER HÄNDLER · Nachfrage nach GW-Garantie höher als vor 5 Jahren



Vielen Dank.

Der Service macht den Unterschied — wer Kunden nach dem Kauf besser begleitet, verkauft morgen wieder.

Niklas Haupt

Geschäftsführer MiiOS GmbH

niklas.haupt@mios.de

+49 91 477 567 75

mios-research.de



Vertiefen Sie das Thema.

Der Service macht den Unterschied.

Werkstatt & Service im Caravaning-Handel 2026.

UMFANG

> 60 Seiten

PREIS

489 €*

FORMAT

PDF-Report

JETZT BESTELLEN

www.focus-caravaning.de

FOCUS CARAVANING

Der Service macht den Unterschied

2026

**WERKSTATT & SERVICE
IM CARAVANING-HANDEL**

WEITERE STUDIENREPORTS VERFÜGBAR

Marktreport, B2C-Studien, Business Report — alle
unter www.focus-caravaning.de



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-caravanning.de erhältlich

Das Moderatoren-Team



SABINE WEBER

Senior Consultant Caravaning
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





Expertise

Erfolgreich im Caravaning Business

www.focus-caravaning.de



**Quantitativer
Research**



**Qualitativer
Research**



KI-Ansätze



POS-Research



**Research
Analytics**



Qualification



Strategy



Performance



Management



POS

