PRESSEMITTEILUNG

Augsburg/Nürnberg, 18. November 2026

Caravaning-Paradox: Interesse so hoch wie lange nicht – doch der Markt stockt

- **19,9 Mio. Caravaning-Affine (+4,9 Prozent) – doch weniger Neuzulassungen bei Reisemobilen (−6,9 Prozent) und Wohnwagen (−5,4 Prozent)**
- **Mehr als die Hälfte der Kaufinteressierten will gebraucht kaufen**
- **Abstellprobleme bremsen 43 Prozent der Kaufinteressierten**
- **Fast jeder dritte Besitzer hat im Jahr keinen Kontakt zu einem Fachhändler**

Das Interesse an Reisemobilen und Wohnwagen ist in Deutschland so groß wie zuletzt 2021 und 2022: Rund 19,9 Mio. Menschen sind Caravaning-affin. Gleichzeitig werden weniger Fahrzeuge neu zugelassen. Diesen Widerspruch zeigt eine aktuelle, bevölkerungsrepräsentative Studie, die zum Start der Touristik & Caravaning Leipzig (18. bis 22. November 2026) einen genauen Blick auf Kunden und Markt bietet.

Die Fahrzeuge sind da, das Interesse ist da, die Vertriebskanäle sind da – und trotzdem sinkt das Geschäft mit Reisemobilen und Wohnwagen. Das ist das zentrale Ergebnis der Studie „Der Caravaning-Kunde 2026/2027“ der Initiative FOCUS CARAVANING. Die jährliche Befragung der gsr Unternehmensberatung in Augsburg und der Marktforscher von MiiOS in Nürnberg dient als Grundlage für strategische Entscheidungen von Herstellern, Händlern und Dienstleistern sowie im Tourismus-Management. Die Ergebnisse wurden am 16. November 2026 in einer Online-Präsentation vorgestellt.

Interesse wieder auf Höchstniveau

Befragt wurden vom 12. Oktober bis 2. November 2026 insgesamt 10.040 Menschen in Deutschland im Alter von 18 bis 80 Jahren. 30,8 Prozent von ihnen sind Caravaning-affin – als Besitzer, Mieter oder mit der Absicht, in nächster Zeit ein Fahrzeug zu kaufen oder zu mieten. Hochgerechnet sind das rund 19,9 Mio. Menschen und damit 4,9 Prozent mehr als im Vorjahr.

Caravaning-Affine sind im Schnitt 43 Jahre alt und damit acht Jahre jünger als Menschen ohne dieses Interesse. Sie verfügen über ein deutlich höheres Haushaltsnettoeinkommen (4.900 zu 3.520 Euro) und sind digitaler. Der Anteil der Generation Z ist auf 29 Prozent gestiegen (2025: 24 Prozent).

Markt und Handel unter Druck

Von Januar bis Oktober 2026 wurden laut Kraftfahrt-Bundesamt 6,9 Prozent weniger Reisemobile und 5,4 Prozent weniger Wohnwagen neu zugelassen als im Vorjahreszeitraum. Bei den Besitzumschreibungen betrug das Minus 4,7 Prozent bei Reisemobilen und 7,7 Prozent bei Wohnwagen. Entsprechend verhalten ist die Stimmung im

spezialisierten Handel: In einer begleitenden Händlerbefragung im August 2026 waren nur 23 Prozent mit dem Absatz von Reisemobilen und 14 Prozent mit ihrer Marge zufrieden.

Gebraucht, gemietet, gut informiert

Wer kaufen will, plant immer häufiger mit einem Gebrauchtfahrzeug: 55 Prozent der Kaufinteressierten wollen gebraucht kaufen, nur 29 Prozent neu. Jeder Zweite wäre Erstkäufer, 46 Prozent haben vorher bereits ein Fahrzeug gemietet. 55 Prozent planen eine Finanzierung oder ein Leasing.

Vor dem Kauf informieren sich die meisten beim Händler vor Ort (35 Prozent), gefolgt vom Internet sowie Freunden und Familie (je 29 Prozent). Bei der Wahl des Händlers zählt kompetentes Fachpersonal am meisten.

Eine wesentliche Kaufbarriere ist der Platz: 43 Prozent der Kaufinteressierten geben an, dass Abstellprobleme ihr Kaufvorhaben bremsen. 44 Prozent würden mit einem bezahlbaren Abstellplatz eher kaufen.

Nach dem Kauf wird der Kontakt dünn

30 Prozent der Besitzer haben im Jahresverlauf keinen Kontakt zu einem spezialisierten Händler, ein weiteres Drittel genau einen. Nur gut die Hälfte (51 Prozent) sieht den Händler, bei dem sie gekauft hat, auch als Stammhändler.

Dabei erwarten Kunden ein Angebot auf beiden Wegen: 53 Prozent ist ein Shop beim Händler vor Ort wichtig, 47 Prozent ein eigener Online-Shop. Zubehör kaufen bislang nur 15 Prozent bei einer Werkstatt oder einem Caravan-Händler. 67 Prozent fänden es interessant, online zu bestellen und beim Fachbetrieb einbauen zu lassen.

Statements

Niklas Haupt, Geschäftsführer MiiOS GmbH: „Ja, die Branche hat strukturelle Herausforderungen, und die müssen Hersteller und Handel gemeinsam angehen. Aber kein Betrieb sollte darauf warten, dass sich das System von allein verändert. Unsere Daten zeigen, wo Kunden heute verloren gehen: nach dem Kauf, beim Zubehör, in der Werkstatt, bei der Finanzierung. Genau dort kann jedes Unternehmen selbst ansetzen."

Sabine Weber, Senior Consultant Caravaning, gsr Unternehmensberatung GmbH: „Die Kunden kommen informiert. Was sie suchen, ist Begeisterung und eine Beziehung, die nach dem Kauf weitergeht. Caravaning ist eine lange Freundschaft, und die muss der Handel immer wieder pflegen – über Service, Zubehör und eine proaktive Ansprache."

Alle Studien der Initiative FOCUS CARAVANING entstehen in Kooperation mit erfolgreichen Marktplayern: dem Fachtitel Auto Bild Reisemobil, B&M Marketing, Caravana.de, CMT – Die Urlaubsmesse, Dometic, dem Finanzdienstleister akf bank sowie der Nürnberger Automobil-Versicherungsdienst GmbH mit dem spezialisierten Versicherungsvermittler Jahn & Partner. Digitalpartner ist caravanmarkt24.

PRESSEMITTEILUNG

Weiterführende Informationen sowie die Themenreports zu Kauf, Finanzierung, Werkstatt, Zubehör, Miete und Reise: www.focus-caravaning.de

Ansprechpartner

Die gsr Unternehmensberatung GmbH bietet seit 1991 ein umfassendes Know-how, exzellente Branchenkenntnisse und langjährige Erfahrung in den Bereichen Consulting, Qualifizierung und Qualitätssicherung. Als Spezialist für Vertriebsimpulse und Serviceprozesse entwickelt und sichert das Team nachhaltig Erfolge.

Sabine Weber, Senior Consultant Caravaning

Mail: sweber@gsr-unternehmensberatung.de

Mobil: +49 151 423 11 369

Die MiiOS GmbH bietet Entscheidern einen einzigartigen Zugang zu Informationen, Beratung, Stichproben, Methoden sowie ein weitreichendes Experten-Netzwerk – immer mit dem Versprechen, zeitgerecht die bestmöglichen Grundlagen für erfolgreiches Management zu liefern. Individuell, wirtschaftlich und zuverlässig.

Niklas Haupt, Geschäftsführer

Mail: niklas.haupt@miios.de

Telefon: +49 173 90 22 934