2026 / 2027

FOCUS CARAVANING – „Der Caravaning-Kunde“ Geschäftsaussichten 2027

Spotlights

Marktlage & Caravaning-Paradox
Zielgruppen, Trends & Reisen
Kauf, Finanzierung & Miete
Handel, Service & Zubehör
Erfolgstreiber 2027

Was sind die Erfolgstreiber für gute Entscheidungen und mehr Geschäft?



Medienpartner

Premiumpartner

Jung & digital

ÜBER UNS

FOCUS CARAVANING – in drei Sätzen

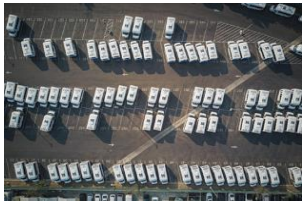
Information, Inspiration, Impulse…

1. Focus Caravaning ist eine Initiative der **gsr Unternehmensberatung** und den progressiven Marktforschern von **MiiOS** für alle Akteure auf dem Caravaning-Markt.

2. Mit einem einzigartigen **Studienset** sowie vielfältigen Informations-, Qualifikations- und Netzwerk-Angeboten setzen die Spezialisten **Impulse für Nachhaltigkeit, Entwicklung** und **Fortschritt** rund um das Geschäft mit Reisemobilen und Wohnwagen.

3. Alle Maßnahmen entstehen auf der Grundlage eines hohen Anspruchs an **Qualität**, **Neutralität** und **Relevanz** sowie in Kooperation mit **starken Partnern**.







Medienpartner Premiumpartner jung & digital

caravan Auto Bild · Auto Bild reisemobil · B&M MARKETING · akf bank caravanfinanz · CARAVANA.de · CMT Die Urlaubs-Messe. · REISEN HAMBURG · DOMETIC · NÜRNBERGER AutoMobil Versicherungsdienst GmbH · JP Jahn & Partner Inhaber Daniel Brachmeier · caravanmarkt24

01

Marktlage & Entwicklungen

Zulassungen 2026 und Stimmung im Handel



01 · ZULASSUNGEN

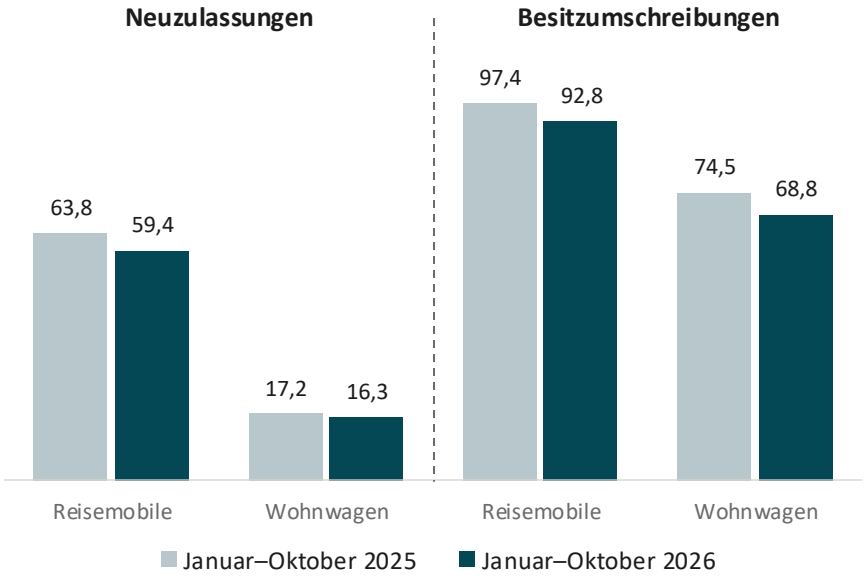
Neuzulassungen und Besitzumschreibungen liegen 2026 unter Vorjahr

–6,9 % Neuzulassungen Reisemobile

–5,4 % Neuzulassungen Wohnwagen

–4,7 % Besitzumschreibungen Reisemobile

–7,7 % Besitzumschreibungen Wohnwagen



Live-Dashboard Zulassungszahlen
focus-caravaning.de

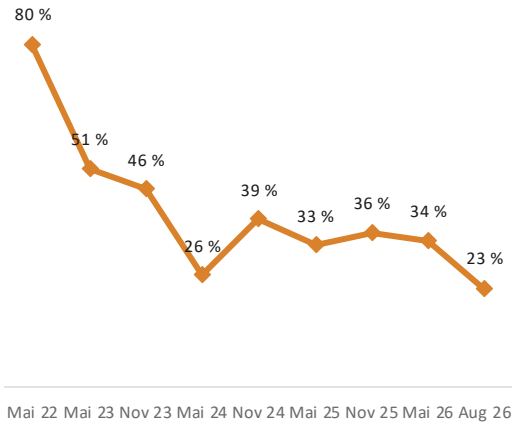
Datenquelle: Kraftfahrt-Bundesamt, Neuzulassungen und Besitzumschreibungen (keine Befragung)
Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt / Berechnungen MiiOS, Stand 10/2026; Januar bis Oktober, in Tausend Fahrzeugen

01 · STIMMUNG IM HANDEL

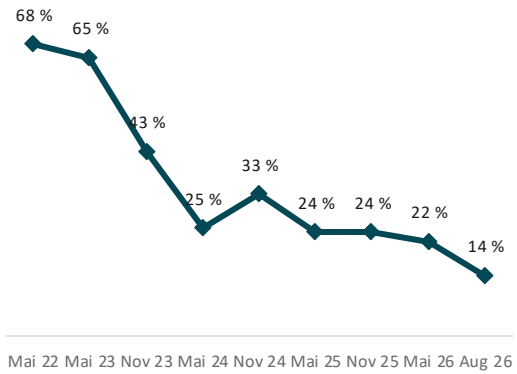
Report Werkstatt

Der Handel blickt skeptisch auf 2026 – Absatz, Marge und Vermietung unter Druck

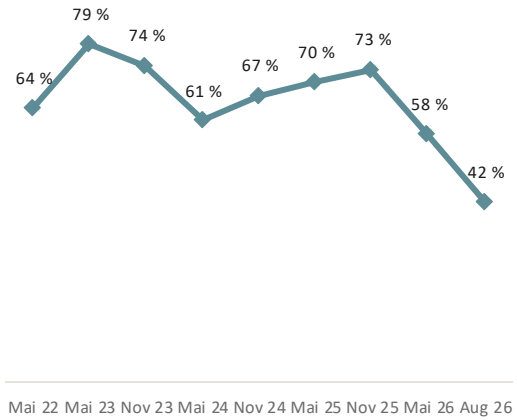
Zufriedenheit mit dem Absatz



Zufriedenheit mit der Marge



Zufriedenheit Vermietgeschäft



27 % der Händler erwarten bis 2028/29 eine rückläufige Geschäftsentwicklung (Mai 2026: 16 %)

Fragen: „Alles in allem: Wie zufrieden waren Sie bisher im Jahr 2026 mit dem Absatz von Reisemobilen / Wohnwagen insgesamt?“ / „Wie zufrieden sind Sie mit der erzielten Marge in Ihrem Betrieb 2026 (bisher) insgesamt?“ / „Wie zufrieden waren Sie mit dem Vermietgeschäft in 2026 (bisher)? (Reisemobile / Wohnwagen)“

Quelle: FOCUS CARAVANING Werkstatt-Kompass 2026/2027, B2B-Befragung spezialisierter Händler, 08/2026; Absatz und Vermietung: Reisemobile (n = 78 bzw. 71), Marge: n = 84; Top 2 = (sehr) zufrieden

01 · DAS PARADOX

Das Caravaning-Paradox: riesiges Potenzial – immer weniger Geschäft

Hohes Kundeninteresse

… und rückläufige Marktzahlen



Die Ware ist da.



Das Interesse ist da.



Die Marktplätze sind da.



Die Kanäle sind da.

Zentrale Frage:
Wie gelingt es, die Kunden emotional und konsequent anzusprechen und daraus Geschäft zu machen?

02

Zielgruppen & Trends

Marktpotenzial, Caravaning-Affine, Trends und Reisen



02 · STUDIENDESIGN

Studiendesign: 10.040 Interviews, davon 3.096 Caravaning-Affine

18–80

Zielgruppe

bevölkerungsrepräsentative Stichprobe über Panels

online

Methode

Online-Interviews, Median ca. 10 Minuten (Kernstichprobe)

10.040

Stichprobe

Interviews (Nettofallzahl), quotiert nach Alter, Geschlecht und Bundesland

3.096

Kernstichprobe

Caravaning-affin: Besitzer, Mieter, Kauf- und Mietinteressierte

12.10.–02.11.

Feldzeit 2026

gsr Unternehmensberatung, Augsburg / MiiOS GmbH, Nürnberg

8

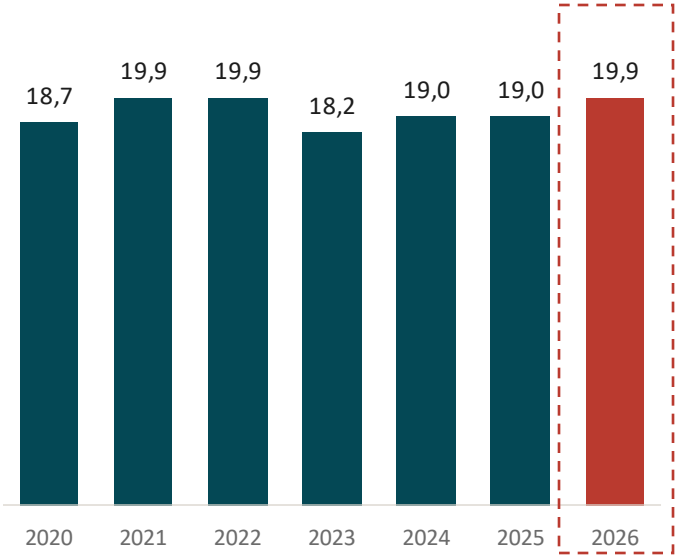
Zielgruppen

je Wohnwagen und Reisemobil

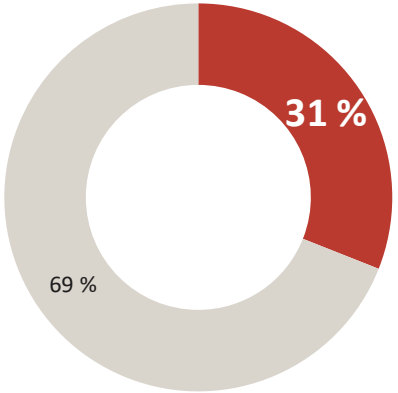
Quelle: FOCUS CARAVANING B2C 2026, gsr / MiiOS

02 · MARKTPOTENZIAL

Marktpotenzial 2026: Caravaning-Interesse wieder auf Höchstniveau



19,9 Mio.



Menschen zwischen 18 und 80 Jahren sind Caravaning-affin (31 % der Bevölkerung)

2025: 19,0 Mio. (29 %) · +4,9 %

Quelle: gsr Unternehmensberatung + MiiOS GmbH; in Mio., 18–80 Jahre

02 · ZIELGRUPPE

Caravaning-Affine: jünger, kaufkräftiger, öfter Familien, digitaler

43 J.

Ø Alter (2025: 43 J.)

Nicht-Affine: 51 Jahre

4.900 €

Ø Haushaltsnettoeinkommen

Nicht-Affine: 3.520 € · 4.000 €+: 33 % (2025: 31 %)

29 %

Early Adopter (2025: 29 %)

Nicht-Affine: 8 % (2025: 7 %)

29 % ↗

Gen Z, 18–31 J. (2025: 24 %)

Nicht-Affine: 14 %

45 %

Haushalte mit 3+ Personen (2025: 44 %)

Nicht-Affine: 25 % (2025: 23 %)

Fragen: Alter, „Wie hoch ist Ihr monatliches Haushalts-Nettoeinkommen?“, „Wie würden Sie Ihre Beziehung zu digitalen Trends am ehesten beschreiben?“, „Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt? (einschließlich Sie selbst)“, „Bitte wählen Sie alle auf Sie zutreffenden Aussagen aus. Ich besitze / nutze …“

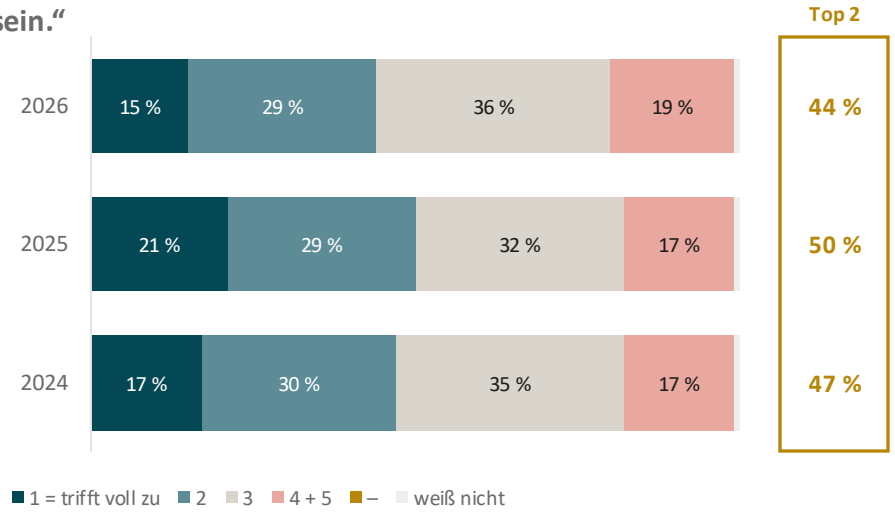
Basis: Caravaning-Affine n = 3.096 vs. Nicht-Caravaning-Affine n = 6.944 | Quelle: FOCUS CARAVANING B2C 2026, gsr / MiiOS; Vorjahr: Berichtsband / PK CMT 2026

02 · TRENDS

Report Reise

Ökologie verliert 2026 leicht an Gewicht – bleibt aber für 44 % wichtig

„Mein Urlaub sollte möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein.“



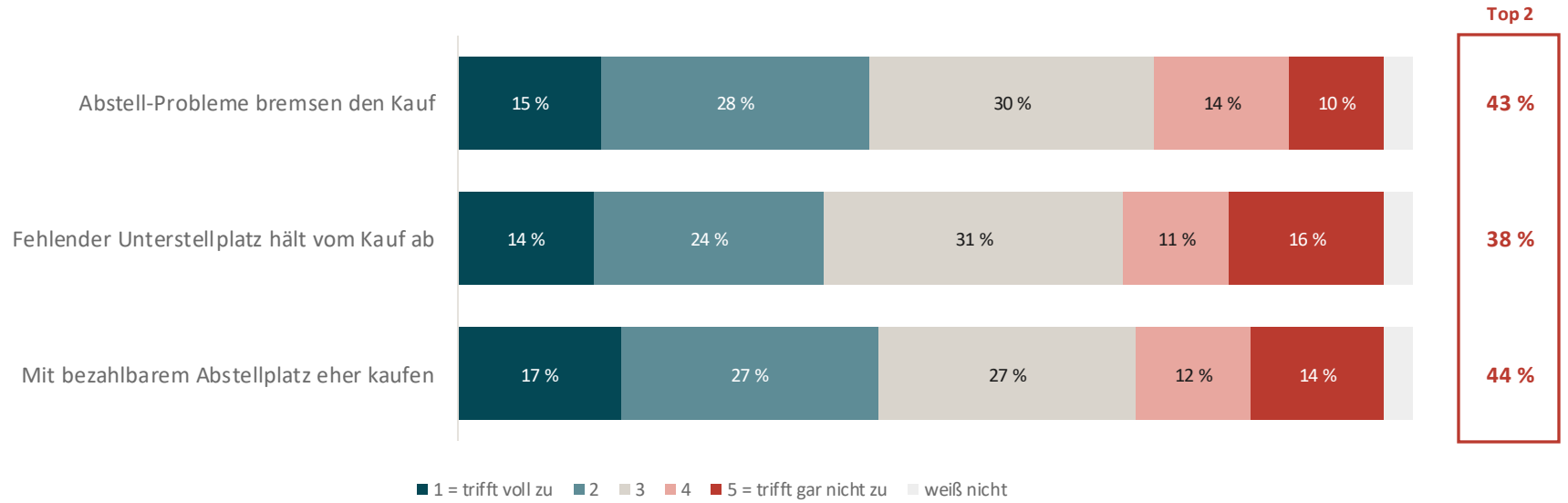
Kernaussagen

- Top 2: 44 % (2025: 50 %, 2024: 47 %)
- Top Box „trifft voll zu“: 15 % (2025: 21 %)
- Preiswert reisen ist 46 % wichtig – jetzt vor Ökologie

Frage: „Wenn Sie ganz allgemein an Ihren Urlaub / Ausflug mit einem Wohnwagen / Wohnmobil denken: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zu?“ Skala 1–5
Quelle: FOCUS CARAVANING B2C 2026, gsr / MiiOS; n = 3.096; Vorjahre: Präsentation 2025

02 · TRENDS

Barrieren beim Kauf: Abstellplatz ist für Kaufinteressierte ein echtes Thema



Frage: „Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen rund um Kauf und Miete zu?“
Skala 1–5 | Basis: Kaufinteressierte n = 665 | Quelle: FOCUS CARAVANING B2C 2026, gsr / MiiOS

Exkurs

Das Reisen

Die Reiselust bleibt – 31 % wollen 2027 mehr Tage reisen



02 · EXKURS REISEN

Exkurs: Menschen wollen reisen – und geben dafür Geld aus

Der gesellschaftliche Rahmen

Wunsch nach Urlaub, Abstand und Freiheit

Reisen ist teurer geworden – Flug- und Schiffsreisen ebenso

Caravaning ist nicht günstiger, aber auch nicht teurer als andere Reiseformen

Entscheidend sind Erlebnis und Emotion

Ø 36

Reisetage im Jahr
(Besitzer und Mieter)

ca. 7.000 km

Fahrleistung im Jahr

31 %

wollen 2027 mehr Tage reisen

26 %

wollen 2027 mehr ausgeben

Basis: Besitzer und Mieter bzw. Caravaning-Affine | Quelle: FOCUS CARAVANING B2C 2026, gsr / MiiOS; gesellschaftliche Einordnung: gsr / MiiOS

03

Kauf, Finanzierung & Miete

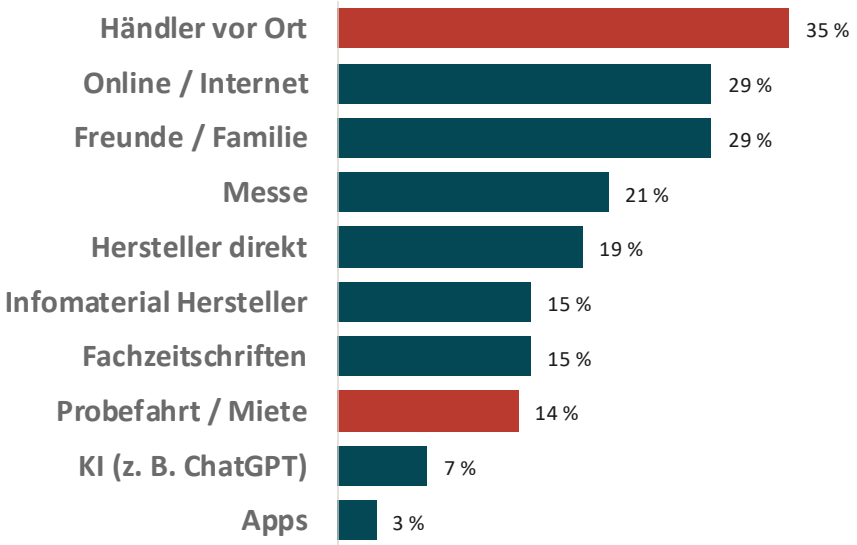
Information vor dem Kauf, Kaufort, neu oder gebraucht, Finanzierung, Preis, Miete



03 · INFORMATION

Kunden kommen vorbereitet – der Händler vor Ort bleibt Infoquelle Nr. 1

Informationsquellen vor dem Fahrzeugkauf



Online und offline

58 % informieren sich nur offline, 21 % online und offline, 11 % nur online.

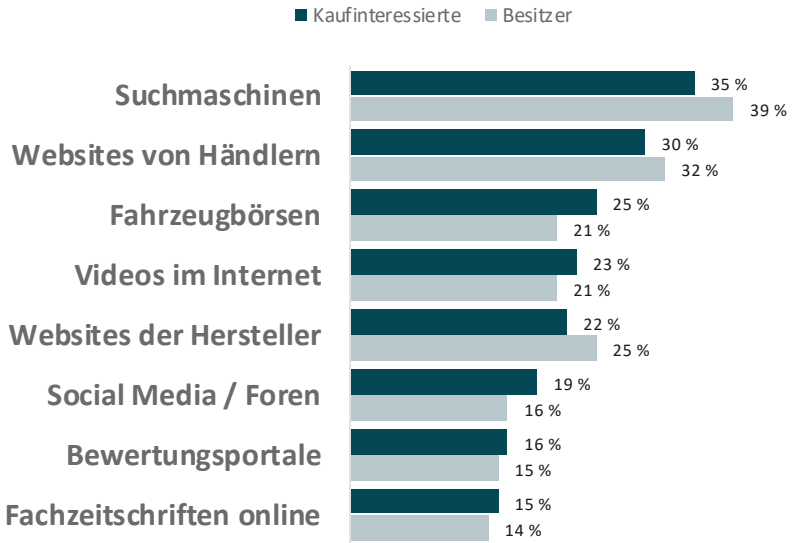
Beim Zubehör: 30 % informieren sich online und kaufen offline – die größte Gruppe.

Frage: „Wo haben Sie sich vor dem (geplanten) Kauf Ihres Wohnwagens / Wohnmobils (bereits) informiert?“
Mehrfachnennung | Basis: Besitzer und Kaufinteressierte n = 1.526 | Quelle: FOCUS CARAVANING B2C 2026, gsr / MiiOS; Zubehör: Besitzer und Kaufinteressierte mit Kaufvorhaben n = 357

03 · INFORMATION

Fahrzeugbörsen: fast jeder kennt sie, jeder Vierte nutzt sie vor dem Kauf

Online-Quellen vor dem Fahrzeugkauf



89 %

kennen mindestens eine Fahrzeugbörse
6 % kennen keine, 5 % k. A.

50–58 %

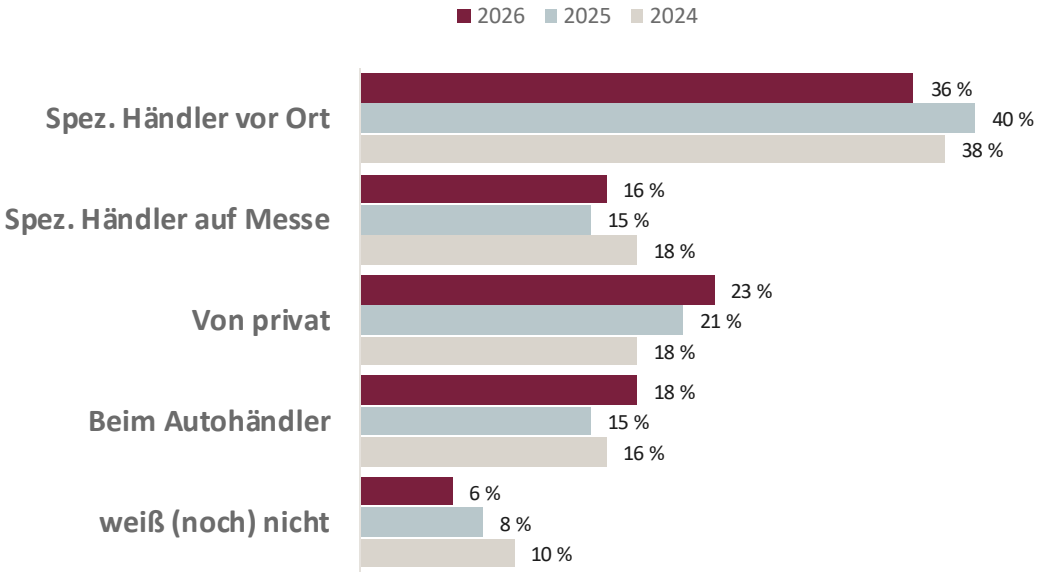
Bekanntheit der großen allgemeinen Fahrzeugbörsen
Nutzung durch Börsen-Informierte: 41–58 %

Fragen: „Wo haben Sie sich online vor dem (geplanten) Kauf informiert?“ / „Welche unabhängigen Fahrzeug-Börsen kennen Sie …?“ / „Über welche haben Sie sich informiert?“
Mehrfachnennung | Basis: Besitzer und Kaufinteressierte n = 1.526 (Kaufinteressierte n = 665); Nutzung: Befragte, die sich über eine Börse informiert haben, n = 342 | Quelle: FOCUS CARAVANING B2C 2026, gsr / MiiOS

03 · KAUF

Report Kauf

Spezialisierter Handel bleibt erster Ansprechpartner – Kauf von privat legt wieder zu



Kernaussagen

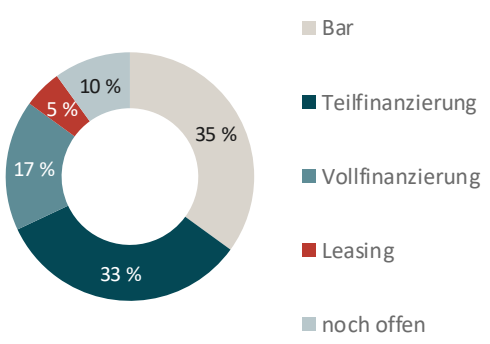
- Spezialisierter Handel inkl. Messe: 52 % (2025: 55 %)
- Kauf von privat steigt auf 23 %
- Gebraucht-Interessenten kaufen zu 30 % privat

Frage: „Wo haben Sie Ihren Wohnwagen / Wohnmobil gekauft bzw. wo werden Sie Ihren Wohnwagen / Wohnmobil voraussichtlich kaufen?“
Quelle: FOCUS CARAVANING B2C 2026, gsr / MiiOS; Kaufinteressierte 2026 n = 665 / 2025 n = 679 / 2024 n = 691

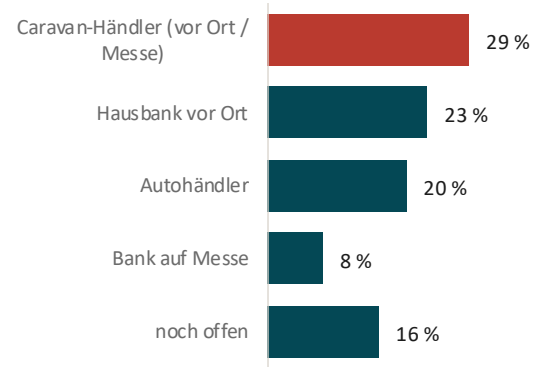
03 · FINANZIERUNG & VERSICHERUNG

Finanzierung und Versicherung: Potenzial, das im Verkaufsgespräch liegen bleibt

Geplante Bezahlung



Wo wird finanziert?



55 % planen Finanzierung oder Leasing

Versicherung

Kfz-Versicherung: 45 % schließen online ab, 43 % offline.

Beratung zu Versicherung ist 16 %, zu Finanzierung 19 % „sehr wichtig“ bei der Händlerwahl.

Zusatzangebote während der Laufzeit bleiben ungenutzt.

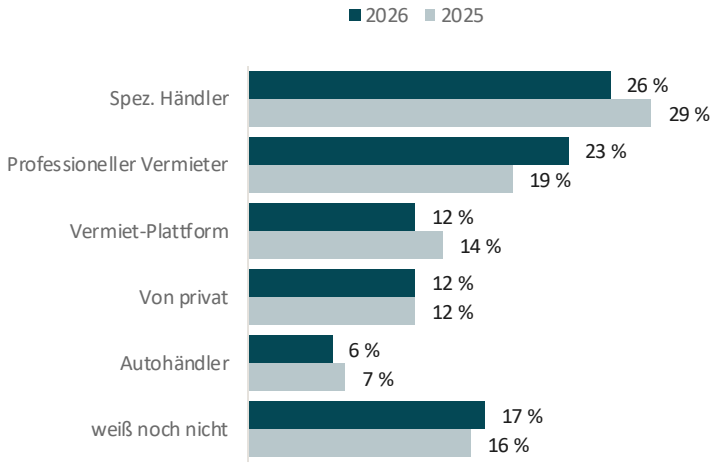
Fragen: „Wie planen Sie Ihren Wohnwagen / Wohnmobil zu bezahlen?“ / „Wo werden Sie wahrscheinlich Ihre Finanzierung / Leasing abschließen?“ / „Wo werden Sie die Kfz-Versicherung abschließen?“
Basis: Kaufinteressierte n = 665; Finanzierungsort: Kaufinteressierte mit Finanzierung / Leasing n = 367 | Quelle: FOCUS CARAVANING B2C 2026, gsr / MiiOS; Beobachtung: gsr-Testkäufe 2026

03 · MIETE

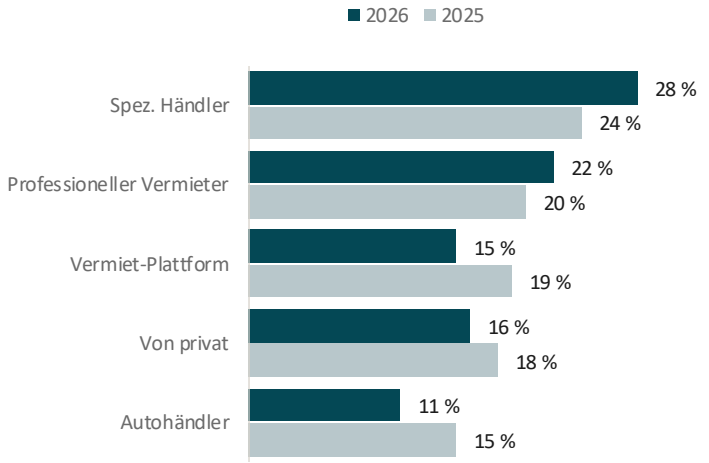
Report Miete

Miete: Der spezialisierte Händler ist erste Adresse – geplant wie tatsächlich

Wo wollen Mietinteressierte mieten?



Wo haben Mieter tatsächlich gemietet?



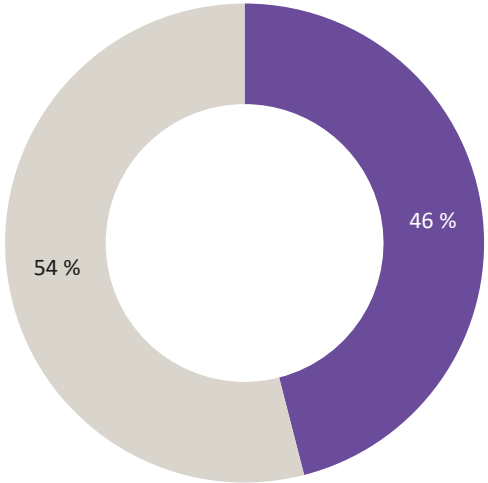
Mieter von heute sind die Käufer von morgen: 46 % der Kaufinteressierten haben vorher gemietet – die Mietflotte ist der beste Zugang zu Neukunden.

Frage: „Von wem haben Sie Ihren (letzten) Wohnwagen / Wohnmobil gemietet bzw. planen Sie voraussichtlich zu mieten?“
Basis: Mietinteressierte 2025 n = 1.043, 2026 n = 975; Mieter 2025 n = 597, 2026 n = 595 | FOCUS CARAVANING B2C 2025/2026; 2025 Mietinteressierte: Berichtsband 2025

03 · MIETE

Report Miete

Mietkanal: Fast jeder zweite Kaufinteressierte hat vorher gemietet



46 %

… der Kaufinteressierten haben zuvor schon einmal ein Freizeitfahrzeug gemietet

2025: 51 %

Frage: „Haben Sie vor dem Besitz / Kaufvorhaben Ihres Wohnwagens / Wohnmobils schon einmal einen Wohnwagen / ein Wohnmobil gemietet?“
Quelle: FOCUS CARAVANING B2C 2026, gsr / MiiOS; Kaufinteressierten = 665

04

Handel, Service & Zubehör

Händlerwahl, Kundenbindung, Shop und Zubehör

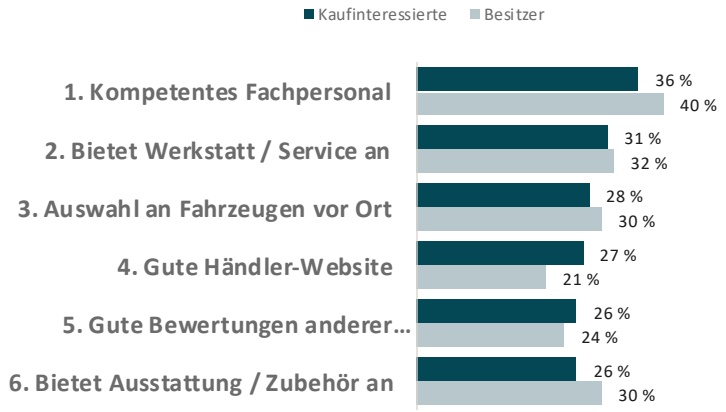


04 · HANDEL

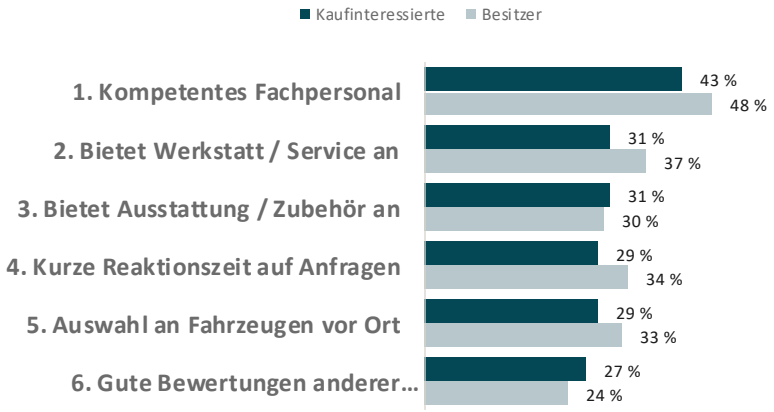
Report Werkstatt

Händlerwahl 2026: Fachpersonal vorn – Werkstatt/Service ist überall Kriterium Nr. 2

Wohnwagen: Top 6 der Kaufinteressierten



Reisemobil: Top 6 der Kaufinteressierten



Werkstatt / Service: Rang 2 bei Wohnwagen und Reisemobil (je 31 %)
Wer Service bietet, gewinnt den Kunden schon beim Kauf – hier liegt das Geschäft der Zukunft.

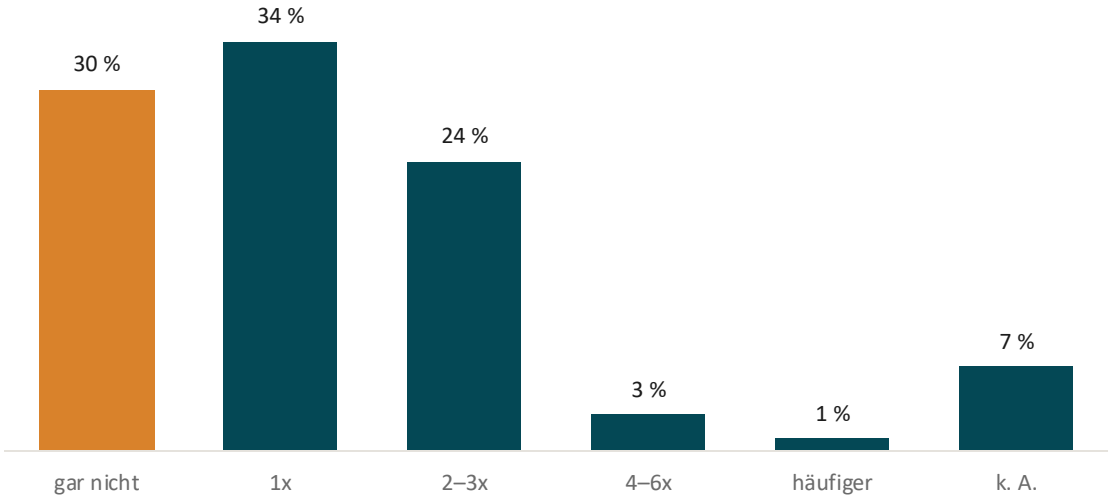
Online-Bewertungen: Wohnwagen Rang 5 (26 %), Reisemobil Rang 6 (27 %)
Für Kaufinteressierte wichtiger als für Besitzer (24 %) – Bewertungen aktiv managen.

Frage: „Wie wichtig sind Ihnen grundsätzlich die folgenden Kriterien bei der Auswahl des Händlers?“
Skala 1–5, Top Box (1 = sehr wichtig) | Basis 2026: Kaufinteressierte WW n = 303, RM n = 362; Besitzer WW n = 391, RM n = 470 | Sonderauswertung Besitzer und Kaufinteressierte | FOCUS CARAVANING B2C 2026

04 · HANDEL

Report Werkstatt

Kontakt zum Händler: 30 % der Besitzer haben keinen, ein Drittel einmal pro Jahr



Kernaussagen

- 30 % der Besitzer: kein Kontakt im Jahr
- 34 % genau einmal
- Nur 29 % mehrmals im Jahr

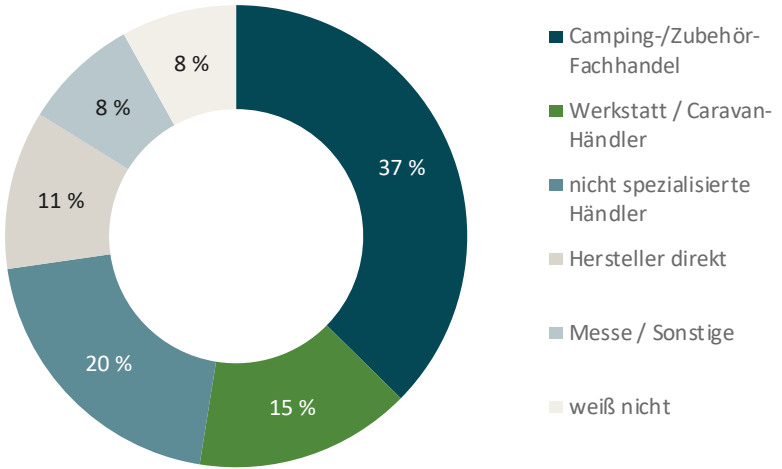
Frage: „Wie häufig haben Sie pro Jahr Kontakt zu einem spezialisierten Händler – egal aus welchem Grund?“
Basis: Besitzer n = 861 | Quelle: FOCUS CARAVANING B2C 2026, gsr / MiiOS (neu 2026)

04 · ZUBEHÖR

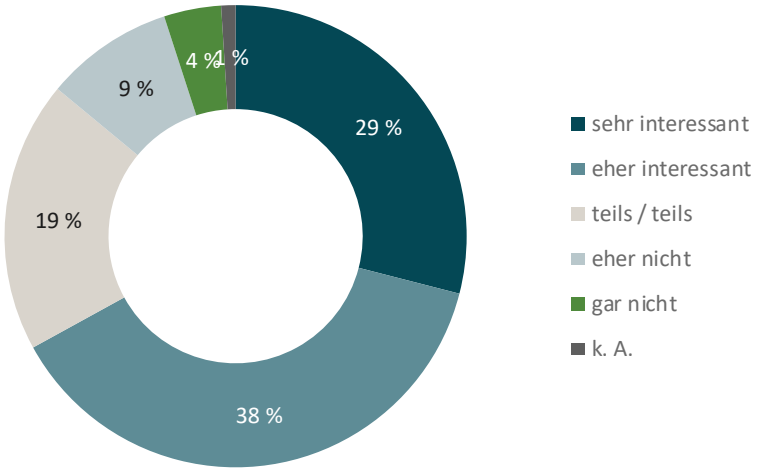
Report Zubehör

Zubehör: Kauf läuft am Caravan-Händler vorbei – Einbau ist die Brücke

Wo wird gekauft? (Einfachnennung)



Online kaufen, beim Fachbetrieb einbauen?



Fragen: „Wo werden Sie mit hoher Wahrscheinlichkeit Ihr Zubehör / Ausstattung im Bereich [Bereich] kaufen?“ / „Wie interessant wäre für Sie eine Kombination aus Online-Kauf und Einbau in einem Fachbetrieb / Werkstatt – inkl. Terminvergabe direkt bei der Online-Bestellung?“

Fachhandel = Camping-/Outdoor-Fachhändler und -Versender; nicht spezialisiert = allgemeine Online-Händler und Sport-Discounter | Basis: Besitzer und Kaufinteressierte mit Zubehör-Kaufvorhaben n = 357; davon mit geplantem Online-Kauf n = 158 | Quelle: FOCUS CARAVANING B2C 2026, gsr / MiiOS

05

Fazit & Ausblick

Key-Learnings, Erfolgstreiber, Q & A und nächste Schritte



05 · ERFOLGSTREIBER

Sechs Erfolgstreiber für gute Entscheidungen und mehr Geschäft 2027

Beratung als Kaufargument

Fachpersonal ist Kriterium Nr. 1 der Händlerwahl, der Händler vor Ort Infoquelle Nr. 1 (35 %).

→ Emotionale Ansprache nutzen, Mitarbeiter qualifizieren, Beratung sichtbar machen.

Einsteiger über Miete und Gebraucht

50 % Erstkäufer (2025: 56 %), 46 % haben vorher gemietet, 55 % wollen gebraucht kaufen.

→ Mietkunden gezielt ansprechen und konvertieren, Gebrauchte mit zusätzlichen Händlerleistungen anbieten.

Bindung über Service

Nur 51 % bleiben beim Verkaufshändler, 30 % haben keinen Kontakt im Jahr; Werkstattsuche fällt schwer.

→ Vielfältige Kontaktanlässe planen, Termin und Kostenzusage verbindlich machen.

Zubehörangebote mit Einbau vor Ort verbinden

Einbauangebot als Differenzierungschance nutzen

→ 50 % der Zubehörkäufer planen den Kauf offline – den Einbau in der Werkstatt als USP gegenüber anderen Offline-Angeboten nutzen; in digitalen Kanälen auffindbar sein.

Finanzierung aktiv anbieten

55 % planen Finanzierung oder Leasing – Besitzer zahlen bislang zu rund zwei Dritteln bar.

→ Finanzierung standardmäßig ins Verkaufsgespräch, Laufzeitangebote nutzen.

Abstellplatz als Kaufhebel

44 % der Kaufinteressierten würden mit bezahlbarem Abstellplatz eher kaufen; 43 % bremsen Abstellprobleme.

→ Abstelllösungen mit Partnern anbieten und mitverkaufen.

Quelle: FOCUS CARAVANING B2C 2026, gsr / MiiOS; Basen siehe Ergebnisfolien; Erstkäufer ohne „weiß nicht / k. A." (2026 n = 636, 2025 n = 647); Zubehör: Besitzer und Kaufinteressierte mit Kaufvorhaben n = 357

05 · TERMINE

Termine und Formate 2026 / 2027

19.11. · 03.12.

Werkstatt-Workshops

19.11.2026, 10:00–10:45 Uhr · 03.12.2026
ab 10:00 Uhr

20.01.27

Brötchenservice live auf der CMT 2027 in Stuttgart
Ab 10.30 Uhr – 12.00 Uhr
Save the date – jetzt anmelden!

20.01.27

Werkstatt-Kompass Deep Dive Workshop
Ab 14.00 Uhr – 16.30 Uhr
Save the date – weitere Infos ab 01.12.26

Basis

Der Caravaning-Kunde 2026/27

Studienband

6

Themenreports

Kauf · Finanzierung · Werkstatt · Zubehör · Miete · Reise

Kontakt

www.focus-caravaning.de

info@focus-caravaning.de

Termine laut Planung FOCUS CARAVANING; CMT-Termin laut Messekalender | Weitere Informationen: www.focus-caravaning.de

Urheberschutz

Alle Rechte vorbehalten



Kaufpreis der Studie: **€1.190,- zzgl. MwSt. / €990,- zzgl. MwSt.** (DCHV)

Stand: November 2026

© Copyright MiiOS GmbH 2026
Änderungen und Irrtümer vorbehalten

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung / Veröffentlichung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und des Vertrags zwischen auftraggebender und auftragnehmender Institution / Organisation ohne Zustimmung der Herausgeber ist unzulässig und wird strafrechtlich verfolgt.

Grafik und Gestaltung

GHD Gerry Hammerl Design

gerryhammerl.design

Vertiefen Sie das Thema.

Der Caravaning Kunde.

UMFANG

> 100 Seiten

PREIS

1.190 €*/
990 €* (DCHV)

FORMAT

PDF-Report

JETZT BESTELLEN

shop.focus-caravaning.de

SCAN ME



WEITERE STUDIENREPORTS VERFÜGBAR

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

05 · NÄCHSTER SCHRITT

Was Sie jetzt mit den Ergebnissen machen können

1

Studienbände

Basisreport und sechs Themenreports – inkl. Online-Vorstellung

2

Online-Vorstellung

Ergebnisse kompakt im Webinar – Studienband später zubuchbar

3

Kurzimpulse & KI-Tools

gsr-Impulse zu Service, After Sales, Marketing; KI für Training, Kundenansprache und Leadgenerierung

4

Werkstatt-Workshops

19.11.2026, 10:00–10:45 Uhr, und 03.12.2026 ab 10:00 Uhr

SCAN ME

Individuelle Auswertungen: Ergebnisse gezielt zu Ihrem Thema – z. B. Plattformen, Region, Zielgruppe – als kompakte Tabelle oder Report.

Formate vorläufig – Stand Abstimmung 15.11.2026 | Weitere Informationen: www.focus-caravaning.de



Quantitativer Research



Qualitativer Research



KI-Ansätze



POS-Research



Research Analytics



Qualification



Strategy



Performance



Management



POS

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

SCAN ME

Ansprechpartner

Niklas Haupt
GESCHÄFTSFÜHRER
MiiOS GmbH

niklas.haupt@miios.de
+49 173 9022 934

Sabine Weber
SENIOR CONSULTANT
gsr Unternehmensberatung

sweber@gsr-unternehmensberatung.de
+49 151 42311 369



