

Caravaning-Handel

Branchen-Report

03/25



Inhalt

.....	
Für ein besseres Miteinander	02
Drei starke Partner	03
Eine „Will“-Investition	04
Der Branche geht es gut	05
Herausforderungen	06
Mehr als ein PKW	07
Ein Jahr im Handel	09
Alles, nur kein Durchschnitt	10
Marktdaten in Europa	12
Caravaning-Handel Spezial	13
Medien-Spiegel	16
Die Zukunft gehört den Profis	19
Spannendes Netzwerk	20
Der Handel ist transparent	21
Branchen-Barometer	22

HERAUSGEGEBEN VON

Für ein besseres Miteinander

Der vorliegende Branchen-Report hat das Ziel, Kapitalgebern des Caravaning-Handels und anderen Interessierten einen fundierten Überblick über die Caravaning-Branche zu verschaffen. Er richtet sich vor allem an diejenigen, die die Branche nicht oder noch nicht im Detail kennen und sich ein umfassendes Bild über ihre Entwicklung, Herausforderungen und Chancen machen möchten.

Die Herausgeber des Branchen-Reports Caravaning-Handel haben täglich mit den beliefernden Herstellern, den finanzierenden Banken und den verkaufenden Händlern zu tun. Daraus ist die Idee entstanden, das Wissen

rund um den Caravaning-Handel zu teilen. Und so insbesondere die Kredit gebenden Hausbanken sowie begleitende Steuerberater und Wirtschaftsprüfer mit den Besonderheiten unserer Branche vertraut zu machen.

Wir stellen den Branchen-Report allen Händlern zur Verfügung, damit sie diesen – gerne angereichert um eigene betriebsbezogene Informationen – an ihre Partner weitergeben. Zusätzlich wird in dem Report an zahlreichen Stellen auf weiterführende Web-Links verwiesen, die dem Leser vertiefende Informationen liefern.

Die Initiatoren des Branchen-Reports Caravaning-Handel:



Europas größte Caravaning-Fachhandelskette. Seit 1997 existiert unsere exklusive Caravaning Premium Gemeinschaft mit 45 Handelsbetrieben.
www.intercaravaning.de



Patrick Mader, Geschäftsführer



Deutschlands größter Branchen-Verband für Fachhandel, Vermietung und Service mit ca. 430 Mitgliedsbetrieben und über 100 Fördermitgliedern. Seit 1974 vertreten wir die Interessen des Caravaning-Fachhandels.
www.dchv.de



Ariane Finzel, Geschäftsführerin



Beratung, Training, Digitalisierung: Gemeinsam mit Händlern, Herstellern und Dienstleistern arbeiten wir seit 2010 an der Zukunft des Caravaning-Handels.
www.caraconsult.de



Edmund Cramer, Geschäftsführer

Drei starke Partner für den Caravaning-Handel

InterCaravaning – Europas größter Händlerverbund

Seit bald 30 Jahren steht die Händlerkooperation InterCaravaning mit ihren 45 ausgewählten Mitgliedern für Qualität und Service rund um die mobile Freizeit. Die Gemeinschaft bietet ihren Premium-Fachhändlern das Handwerkszeug, um in allen Unternehmensbereichen bestens informiert und optimal aufgestellt zu sein. Vom gemeinsamen Einkauf und der Vermarktung im Fahrzeugbereich, über Vermietaktivitäten und Serviceleistungen bis hin zum umfassenden Zubehörkonzept im Camping-Kaufhaus – InterCaravaning schafft handfeste Vorteile für alle Bereiche des Unternehmens. Zusätzlich profitieren die IC-Partner von zahlreichen Statistiken, einem einmaligen Auftragsvergleich, einem breiten Weiterbildungs- und Schulungsprogramm sowie dem unbezahlbaren offenen Austausch auf Augenhöhe innerhalb der Mitglieder. Dank der engen Zusammenarbeit mit externen Agenturen, Dienstleistern und Banken haben die Mitglieder Zugriff auf ein umfangreiches Experten Netzwerk. Als Gruppe verantworten die IC heute rund ein Fünftel der deutschen Neuzulassungen.

DCHV – Die Interessenvertretung

Der Deutsche Caravaning Handels-Verband e. V. (DCHV) mit Sitz in Stuttgart vertritt seit 1974 die fachlichen, beruflichen und wirtschaftlichen Interessen des Caravaning-Fachhandels gegenüber Gesetzgebern, Behörden und in der Öffentlichkeit sowie gegenüber anderen Wirtschaftsorganisationen und Institutionen. Er bringt sich aktiv mit weiteren Branchenverbänden in die deutsche und europäische Lobbyarbeit ein. Bundesweit sind derzeit rund 430 Fachhandelsbetriebe und über 100 Fördermitglieder aus Industrie und Dienstleistung im DCHV organisiert. Über die Interessenvertretung hinaus bietet der DCHV seinen Mitgliedern eine Vielzahl von Informationen, Rechtshilfen und Branchen-Statistiken wie den DCHV-Marktradar zu den Branchengehältern und zur Zulassungsentwicklung. In der DCHV-Akademie profitieren die Caravaning-Betriebe von einem umfangreichen Angebot an technischen und betriebswirtschaftlichen Fortbildungslehrgängen. Des Weiteren schult der DCHV in der Nachhaltigkeitsberichterstattung (ESG/CSR-Kriterien) und honoriert Bestleistungen mit dem „Grünen C“. Der Digital-Ausschuss setzt sich für die Digitalisierung der gesamten Branche ein.

CaraConsult – Wir können Handel

CaraConsult ist die auf den Caravaning-Handel spezialisierte Unternehmensberatung. Das 15-köpfige Team aus Betriebsberatern und Fach-Spezialisten begleitet Caravaning-Händler bei der kontinuierlichen Weiterentwicklung ihrer Betriebe unter allen Aspekten einer modernen Betriebsführung. Die Leistungspalette reicht von der Optimierung von Werkstatt-Prozessen über die Erstellung von Banken-Reports bis hin zur Nachfolge-Begleitung. CaraConsult entwickelt und betreibt zahlreiche digitale Services für den Caravaning-Handel, z.B. Schnittstellen zu ERP-Systemen, CRM-Lösungen, KI-Chatbots etc.. Mehr als 80 Caravaning-Handelsbetriebe nutzen das monatliche Finanz-Reporting und nehmen so automatisch am einzigen Betriebsvergleich in der Branche teil. Mehr als 200 Betriebe liefern ihre Antworten zu dem vierteljährlichen Branchen-Barometer. Dadurch verfügt CaraConsult über einen tiefen Branchen-Einblick.

Keine „Muss“- sondern eine „Will“-Investition

Auch wenn Caravaning-Händler Fahrzeuge mit Rädern verkaufen: Caravaning-Handel hat nicht viel mit dem PKW-Handel gemeinsam. Auch wenn das viele Außenstehende auf den ersten Blick glauben.

Warum?

- Ein Freizeitfahrzeug ist keine „Muss“- sondern eine „Will“-Investition
- Kunden kaufen kein Fahrzeug, sondern Wohnen, Urlaub und Glücksmomente
- So individuell wie jede Wohnung ist, so individuell ist jedes Freizeitfahrzeug
- Caravaning-Handel ist immer auch Zubehör-Shop, Vermietung und Spezial-Umbau
- Die Caravaning-Branche ist familiär geprägt, man kennt sich
- Der Markt ist noch immer sehr national geprägt, es gibt nur wenige internationale Player
- Die Markt-Teilnehmer sind echte Mittelständler, die in ihrer Region verwurzelt sind und ein hohes soziales Verantwortungsgefühl haben

Damit ist Caravaning auch unabhängig von der KFZ-Konjunktur. Die 1%-Versteuerung für Dienstwagen ist nicht relevant, steigende Spritpreise werden mental auf das Urlaubskonto gebucht, Elektro-Mobilität wird noch einige Zeit dauern, chinesische Hersteller sind bei den Endkunden nicht bekannt. Urlaub, Freiheit und Individualität sind die Treiber unserer Branche.

Dazu kommt, dass Caravaning etwas für alle Altersgruppen ist: Junge Familien mieten zuerst, oder starten mit einem günstigen Wohnwagen oder einem bezahlbaren Kastenwagen. Mit steigendem Einkommen und älter werdenden Kindern werden auch die Fahrzeuge größer. Sind die Kinder dann erst mal aus dem Haus, kann es auf große Reise gehen und die Fahrzeuge rutschen dann schon mal schnell über die 100.000 Euro-Grenze.

Und immer ist der erste Ansprechpartner der Fachhändler vor Ort. Mit seiner Kompetenz und Urlaubs-Erfahrung, seiner großen Auswahl, seiner Fach-Werkstatt und seinem Zubehör-Shop.

Fakten-Box

- Es gibt kein zentrales Register für die Anmeldung von Caravaning-Handelsbetrieben, daher existiert keine genaue Zahl. Wir gehen derzeit von ca. 600 professionellen Handelsbetrieben aus.
- Die kleineren Betriebe liegen im Umsatz unter 10 Mio., mittelgroße Betriebe zwischen 10 und 25 Mio., die großen Betriebe darüber.
- Unter anderem aufgrund großer TV-, Print- und Online-Kampagnen des Herstellerverbands CIVD (www.caravaning-info.de) hat die Branche in den letzten 10 Jahren ihr Image deutlich verbessert und großes Wachstum erzeugt.
- Die Corona-Pandemie hat einen zusätzlichen Schub erzeugt.
- Caravaning als Urlaubsform ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Das Interesse ist unverändert hoch, wie alle Besucherzahlen auf den Messen und Höfen bestätigen.



Der Branche geht es gut

So, wie die Presse während Corona unsere Branche „hochgejubelt“ hat, so gefallen sich derzeit viele Influencer, Redakteure und selbst ernannte Branchenexperten als Totengräber des Caravanning-Handels. Weder das eine noch das andere ist richtig. Die aktuellen Zulassungszahlen von Freizeitfahrzeugen liegen auf einem weiterhin stabilen Niveau (s. unten).

Der Handel hätte gerne auf die Corona-Jahre verzichtet. So viel Geld dadurch auch in die Kassen der Händler gespült wurde, so klar war allen, dass dieser Reichtum nur geliehen ist. Ewig wird das so nicht weiter gehen. Zudem wurde der konjunkturelle Aufschwung im Handel mit sehr viel Stress und Unzufriedenheit eingekauft. Wer wartet schon gerne 18 Monate auf sein Fahrzeug?

Insofern ist die aktuelle Entwicklung lediglich die Korrektur eines überhitzten Marktes – nicht mehr, aber auch nicht weniger. Der Handel ist wieder lieferfähig. Kunden können sich ihr Wunsch-Fahrzeug aussuchen und müssen nicht das kaufen, was gerade produzierbar ist.

Die Herausforderung des Caravanning-Handels ist derzeit nicht die Nachfrage – die ist stabil hoch. Das Problem sind die aufgrund der Lieferketten-Problematik aufgebauten Bestände auf den Höfen der Caravanning-Händler und bei den Herstellern selbst. Diese müssen jetzt abfließen:

- Die Hersteller haben das erkannt und haben ihre Produktion zum Teil massiv gedrosselt. Außerdem unterstützen sie ihre Handelspartner durch Abverkaufshilfen.
- Auch große Branchenbanken, wie z.B. die **Deutsche Leasing** und **Santander** begleiten ihre Handelspartner mit Fingerspitzengefühl.
- InterCaravanning, DCHV und CarConsult helfen dem Handel mit Informationen, Werkzeugen und Kommunikation.

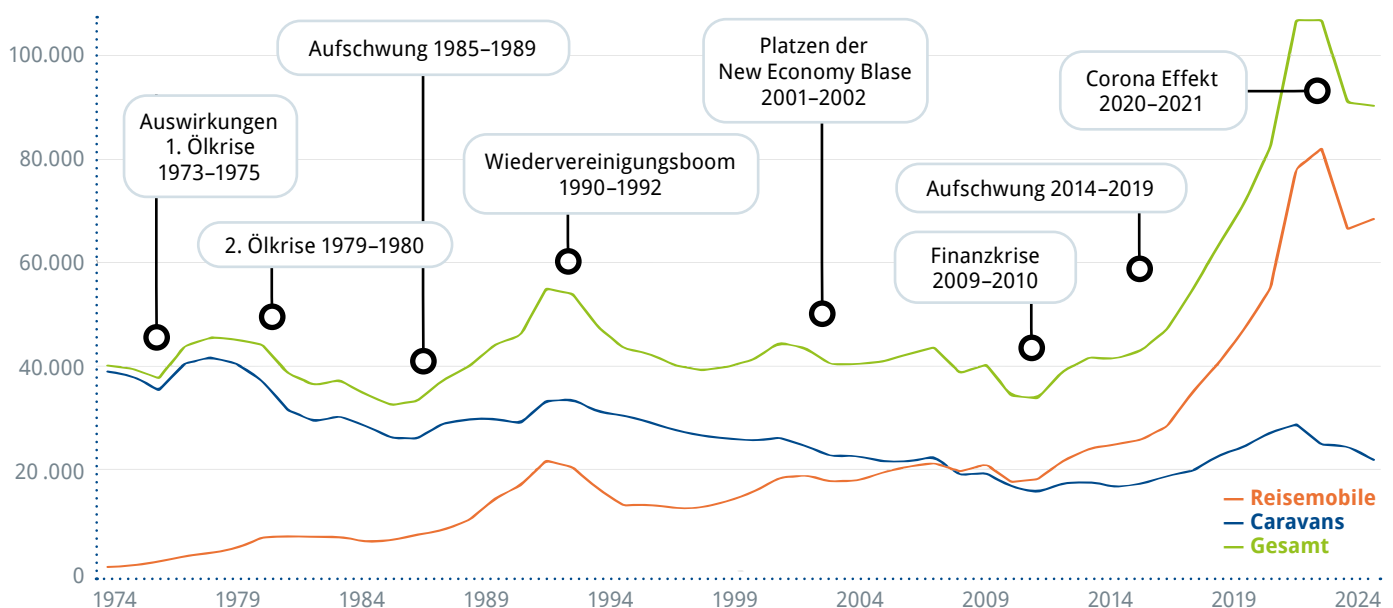
An dieser Stelle kommen die Hausbanken ins Spiel: Die allermeisten Händler haben in den Corona-Jahren finanzielle Polster aufgebaut und

können rückläufige Umsätze und Ergebnisse gut verkraften. Aber nur, sofern die Kreditgeber einen langfristigen Blick auf die Branche werfen und nicht kurzfristig reagieren.

Info-Box Banken

- Vergleichen Sie die aktuelle Entwicklung mit der von 2020 und früher – die Corona-Jahre waren eine Ausnahme, die so nicht wieder kommen wird.
- Stecken Sie Ihren Kreditnehmer nicht in den „Branchen-Topf“, sondern analysieren sie ihn individuell: Geschäftsmodell, Marken, Margen etc.
- Achten Sie nicht nur auf die aktuell rückläufigen Erträge, sondern auch auf die in den letzten drei Jahren aufgebaute Substanz.
- Betrachten Sie ab sofort die drei Corona-Jahre mit den drei „Nach“-Corona-Jahren. Im Durchschnitt über alle sechs Jahre werden Sie in der Regel befriedigende Zahlen erkennen.

Neuzulassungen von Campingfahrzeugen der letzten 50 Jahre



Quelle: DCHV

Herausforderungen



Caravaning-Infrastruktur

Eine Herausforderung ist die Caravaning-Infrastruktur. Aufgrund der hohen Nachfrage der letzten Jahre ist in den touristisch beliebten Regionen das Angebot knapp. Die gesamte Branche arbeitet am Ausbau der Infrastruktur, der von hohen bürokratischen Hürden geprägt ist. Des Weiteren soll die Attraktivität weniger frequentierter Regionen gesteigert werden. Es gibt verschiedene Kategorien von Camping- und Stellplätzen, die von einfachen naturnahen Übernachtungsplätzen bis hin zu Premium-Campingplätzen mit umfassender Ausstattung und Zusatzangeboten reichen.



Nachhaltigkeit & EU-Taxonomie

Die bundes- und europaweiten rechtlichen Anforderungen an die Unternehmen nehmen ständig zu. Dies betrifft auch das Thema Nachhaltigkeit mit der wachsenden Relevanz in der Gesellschaft. Es lohnt sich für den Caravaning-Handel sich bereits frühzeitig mit dem Thema auseinanderzusetzen. Die Urlaubsform Caravaning weist einen geringeren CO₂-Fußabdruck auf als andere Urlaubsformen. Einige Hersteller und Händler haben sich bereits auf den Weg gemacht, indem sie CO₂-Emissionen messen, um sie anschließend zu reduzieren und zu kompensieren (Klimaneutrales Unternehmen). Die Elektrifizierung der Fahrzeuge wird ebenfalls diskutiert und pilotiert, steckt aber noch in den Anfängen.



Technologische Entwicklung, Qualität und Kundenbindung

Moderne Campingfahrzeuge sind mit immer modernerer Technik ausgestattet, die sich ständig weiterentwickelt. Dies umfasst alles von Solarpanels bis hin zu App-gesteuerten Funktionen. Des Weiteren arbeitet der Caravaning-Händler mit einer Vielzahl an Chassis-Servicepartnern zusammen wie Fiat und Mercedes und ist von deren Antriebsarten abhängig. Oft ist die Führerscheinklasse B mit 3,5 t der limitierende Faktor. Dies alles ist hoch komplex, was der Caravaning-Fachhändler im Service beherrschen muss, um den Kunden ein optimales Serviceerlebnis zu bieten. Auch hier wird am Ausbau der deutschland- und europaweiten Kapazitäten gearbeitet, um die Kundennachfrage bedienen zu können.



Digitalisierung

Der Kunde von heute erwartet digitale Lösungen über alle Touchpoints hinweg. Die Branche ist in der Digitalisierung allerdings noch in den „Kinderschuhen“, da sie eine Vielzahl von verschiedenen Systemen ohne echte Vernetzung nutzt. Diese starke Fragmentierung erschwert die Standardisierung. Dies setzt die gesamte Branche unter Druck, innovative Lösungen zu entwickeln. Digitale Lösungen müssen zukünftig nicht nur effizient, sondern auch nachhaltig sein. Die Implementierung neuer Technologien wie künstliche Intelligenz und vernetzte Systeme erfordert erhebliche Investitionen und technisches Know-how.



Lieferketten

Ein durchschnittliches Reisemobil besteht aus Tausenden von Teilen. Dazu gehören das Fahrgestell, die Karosserie, der Motor, die Innenausstattung (wie Betten, Küche, Bad), Elektronik, Wasser- und Abwassersysteme, Heiz- und Kühlsysteme sowie viele kleinere Komponenten wie Schrauben, Dichtungen und Kabel. Dies alles neben dem Fahrzeugbestand zu bevorraten, ist sehr kapitalintensiv und bei der aktuellen Zinslast eine weitere Herausforderung. Caravaning-Betriebe haben nur bedingt Einfluss auf die Lieferketten und daher häufig eine sehr lange Durchlaufzeit von Serviceaufträgen.



Fachkräfte

Der Fachkräftemangel ist auch in der Caravaning-Branche eine große Herausforderung. Laut der aktuellen DCHV-Umfrage existieren bei 53% der Befragten unbesetzte Stellen. Fachkräfte fehlen bei diesen Betrieben vor allem im Bereich Service, wo Mitarbeiter für die Auftragsannahme, die Montage und die Werkstattleitung gesucht werden. Die Einarbeitung ist in allen Unternehmensbereichen sehr zeitintensiv, da es kaum Standards und bis vor Kurzem keine eigenen Berufsbilder gab. Mit bundesweiten Kampagnen wird mit allen Beteiligten an der Steigerung der Attraktivität der Branche für Fachkräfte gearbeitet.

Mehr als ein PKW



Pick-up

Wohnkabine auf PKW aufgesetzt

Besonderheit

Kann nach Bedarf abgesetzt oder aufgeladen werden, gute Geländetauglichkeit je nach Pickup.

Basisfahrzeug

Fiat Ducato, Ford Transit, Mercedes Sprinter, Renault Master, VW Crafter

Führerscheinklasse

Ab Führerscheinklasse B bis 3,5 t

Preisspanne

Ab ca. 30.000 EUR



Wohnwagen/Caravan

Anhänger, der speziell für Wohnzwecke konzipiert ist. Er wird in der Regel von einem Auto oder einem anderen Fahrzeug gezogen.

Besonderheit

Der Anhänger kann am Urlaubsort abgestellt werden und man kann mit dem PKW die Umgebung erkunden. Bis zu 7 Schlafplätze möglich.

Basisfahrzeug

Kein Basisfahrzeug, dient als Anhänger.

Führerscheinklasse

Führerscheinklasse BE über 750 kg

Preisspanne

Ab ca. 15.000 EUR



Urban Vehicle/Urban Camper

Kompakter, umgebauter PKW, der speziell für den Einsatz in städtischen Umgebungen entwickelt wurde.

Besonderheit

Kombinieren die Mobilität eines Autos mit den Annehmlichkeiten eines Wohnmobils und sind ideal für spontane Ausflüge, Wochenendtrips oder sogar als mobiles Büro. Für bis zu 4 Personen.

Basisfahrzeug

Toyota Proace Verso, Opel Zafira Life, Mercedes Benz Vito, Opel Movano

Führerscheinklasse

Ab Führerscheinklasse B bis 3,5 t

Preisspanne

Ab ca. 35.000 EUR



Kastenwagen/Camper Van

Ein Kastenwagen, oft auch als Camper Van bezeichnet, ist ein umgebauter Kleintransporter, der als Wohnraum dient.

Besonderheit

Durch den Transporter höher als der Urban Camper. Kastenwagen sind allerdings kleiner und wendiger als herkömmliche Wohnmobile, was sie ideal für das Fahren in Städten und auf engen Straßen macht. Für bis zu 4 Personen.

Basisfahrzeug

Fiat Ducato, Ford Transit, Mercedes Benz Sprinter, VW Crafter, Peugeot Boxer, Citroën Jumper, Renault Master

Führerscheinklasse

Ab Führerscheinklasse B bis 3,5 t, C1 bis 7,5 t

Preisspanne

Ab ca. 50.000 EUR

Mehr als ein PKW



Alkoven-Reisemobil

Der Alkoven ist die charakteristische Nase, der mit dem Reisemobilaufbau über der Fahrerkabine des Basisfahrzeugs konzipiert wird.

Besonderheit

Der Alkoven lässt sich als Schlaf- und Stauraum nutzen. Aus diesem Grund werden Alkoven-Reisemobile häufig von Familien genutzt, wengleich auch Modelle ausschließlich für Paare erhältlich sind. Für bis zu 6 Personen.

Basisfahrzeug

Fiat Ducato, Ford Transit, Mercedes-Benz Sprinter, Renault Master, Iveco Daily, Volkswagen Crafter

Führerscheinklasse

Ab Führerscheinklasse B bis 3,5 t, C1 bis 7,5 t

Preisspanne

Ab ca. 65.000 EUR



Teilintegriertes Reisemobil

Eine Art von Wohnmobil, bei dem die Fahrerkabine des Basisfahrzeugs erhalten bleibt und in den Wohnbereich integriert wird.

Besonderheit

Sie bieten mehr Platz und Komfort als Kastenwagen, sind aber oft schlanker und aero-dynamischer als Vollintegrierte. Sie sind sowohl für Kurztrips als auch für längere Touren geeignet. Für bis zu 6 Personen.

Basisfahrzeug

Fiat Ducato, Ford Transit, Mercedes-Benz Sprinter, Renault Master, Volkswagen Crafter

Führerscheinklasse

Ab Führerscheinklasse B bis 3,5 t, C1 bis 7,5 t

Preisspanne

Ab ca. 60.000 EUR



Integriertes Reisemobil/Liner

Auch als vollintegriertes Wohnmobil bekannt. Das ist ein Fahrzeug, bei dem das Fahrerhaus vollständig in den Wohnbereich integriert ist.

Besonderheit

Diese Art von Wohnmobil ist ideal für Reisende, die viel Komfort und Platz wünschen und bereit sind, in ein hochwertiges Fahrzeug zu investieren. Für bis zu 6 Personen.

Basisfahrzeug

Fiat Ducato, Mercedes Benz Sprinter, LKW- und Omnibusschassis von: Iveco, Mercedes, Volvo

Führerscheinklasse

B bis 3,5 t
C1 bis 7,5 t
C1E bis 12 t

Preisspanne

Ab ca. 100.000 Euro

Ein Jahr im Caravaning-Handel



Kern-Saison im Caravaning-Handel ist „O bis O“ (Ostern bis Oktober). Im Frühling, spätestens mit dem Beginn der Vermiet-Saison zu Ostern beginnt die heiße Zeit im Caravaning-Fachhandel. Diese dauert bis zu den Herbst-Ferien im Oktober, dem damit verbundenen Ende der Haupt-Mietsaison und dem Abverkauf der Mietfahrzeuge.

Das bedeutet aber nicht, dass in den anderen Monaten nichts passiert. Auch im Januar und Dezember werden Fahrzeuge verkauft – nur eben nicht in den Stückzahlen wie in den anderen Monaten. Anders sieht es in der Service-Werkstatt aus. Hier ist die Auslastung ganzjährig hoch. Während den Sommer-Monaten kann es dann schon einmal zu mehreren Wochen Vorlaufzeiten kommen, u.a. weil Urlauber auf der Durchreise mit „Notfall-Reparaturen“ dazu kommen.

Alles, nur kein Durchschnitt

Valide statistische Erhebungen über die Anzahl und Strukturen der Caravaning-Händler gibt es nicht. Die Händler-Strukturen sind bunt: Es gibt sehr kleine Caravaning-Händler, die einen Händler-Vertrag mit nur einer Marke haben. Dann gibt es die vielen, teilweise nebegewerblichen Fahrzeug-Vermieter, die ihre Mietfahrzeuge am Ende der Saison verkaufen und damit auch den Handel beeinflussen. Des Weiteren gibt es diejenigen, die ihr Geschäft als sogenannter Voll-Sortimenter in Vollzeit betreiben, hinsichtlich ihrer Betriebsgröße aber auch große Unterschiede aufweisen.

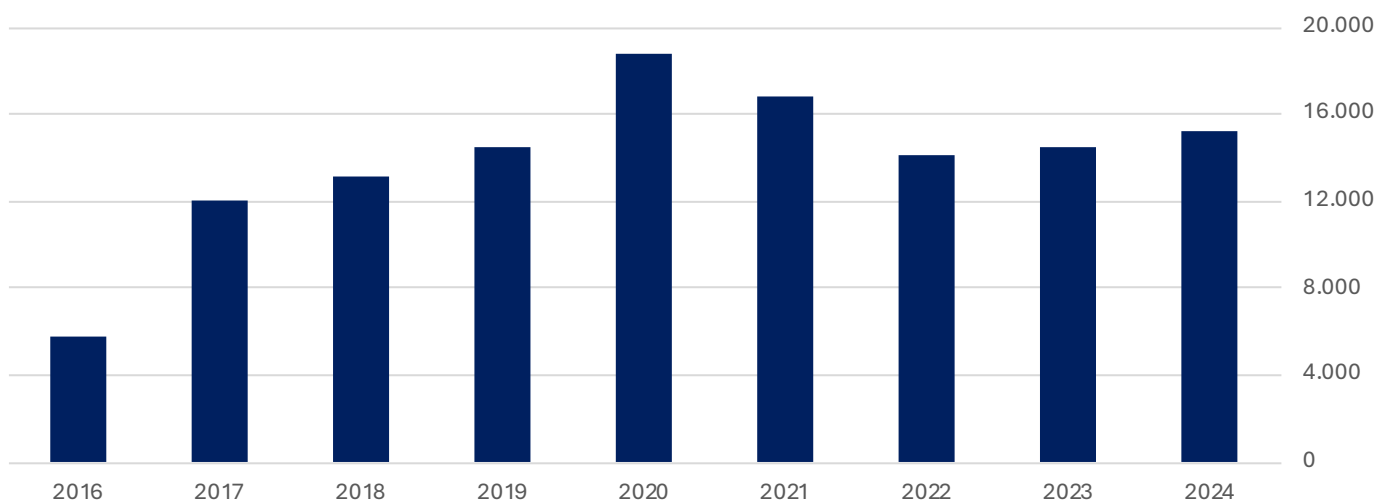
Darauf basierend gehen wir derzeit von ca. 600 Caravaning-Händlern in Deutschland aus (ca. 430 davon sind Mitglied im DCHV). Im Gegensatz zu den 36.170 Autohäusern (Stand 2023, Quelle Statista.com) ist die Zahl klein und bestätigt noch einmal, wie wenig Caravaning- und PKW-Handel miteinander vergleichbar ist.

Regional verteilt ist eine größere Zahl von Caravaning-Händlern in den „Caravaning-affinen“ großen Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Bayern zu finden.

Die meisten Caravaning-Händler sind über Verträge gebundene Mehrmarken-Händler, d.h. sie führen zwei oder vier und auch noch mehr unterschiedliche Marken. Manchmal sind es Marken einer Hersteller-Gruppe, manchmal Marken unterschiedlicher Hersteller. Zwar haben vereinzelt Händler andere Handelsbetriebe übernommen, ein klassisches Filialsysteme wie in anderen Handelsbranchen gibt es derzeit aber (noch) nicht.

Die nachfolgenden Charts zeigen die Entwicklung der durchschnittlichen Umsätze (Quelle: Betriebsvergleich CaraConsult). An dem Chart „Handel“ wird gut erkennbar, wie die Corona-Pandemie 2020 – 2022 die Handelsumsätze zuerst nach oben gezogen hat, diese wegen der Lieferengpässe der Hersteller dann aber wieder gesunken sind. Bei einem Vergleich mit den „Vor-Corona“-Zahlen wird erkennbar, dass der Handelsumsatz im Durchschnitt gestiegen ist.

Entwicklung der durchschnittlichen Umsätze: Handel (in T EUR)

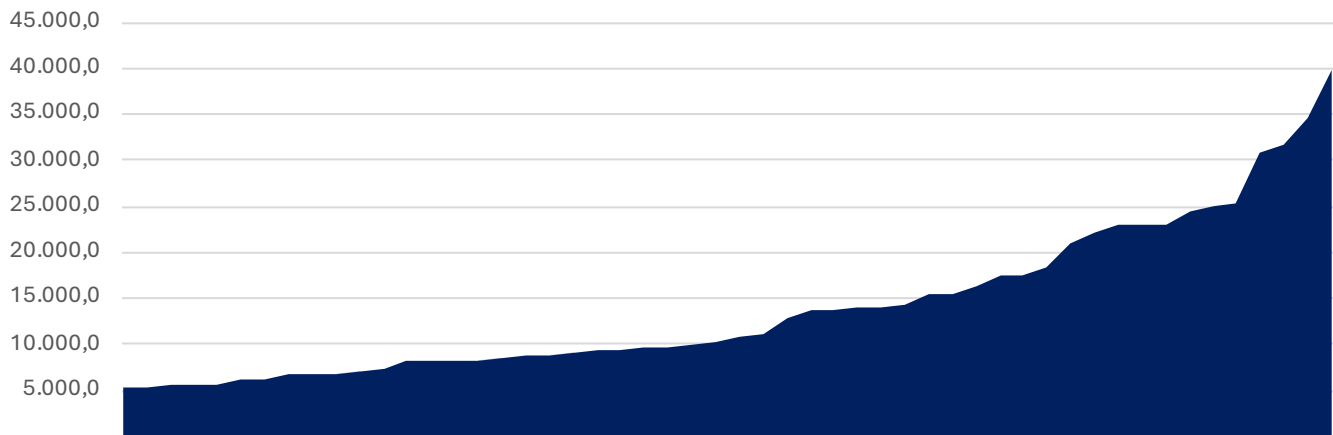


Quelle: Betriebsvergleich CaraConsult

Wie das mit Durchschnittswerten manchmal so ist: Sie bilden die Wirklichkeit nur bedingt ab. Die Bandbreite der Umsätze je Betrieb reicht nämlich von ca. 3,0 Mio. bis über 100 Mio. EUR. Nimmt man die Betriebe mit einem

Umsatz kleiner 5,0 Mio. und größer 40 Mio. EUR heraus, dann zeigt sich, dass die „Mitte“ der Caravaning-Branche zwischen 8,0 Mio. und 25,0 Mio. EUR Handelsumsatz liegt:

Bandbreite der Umsätze je Betrieb (in T EUR)

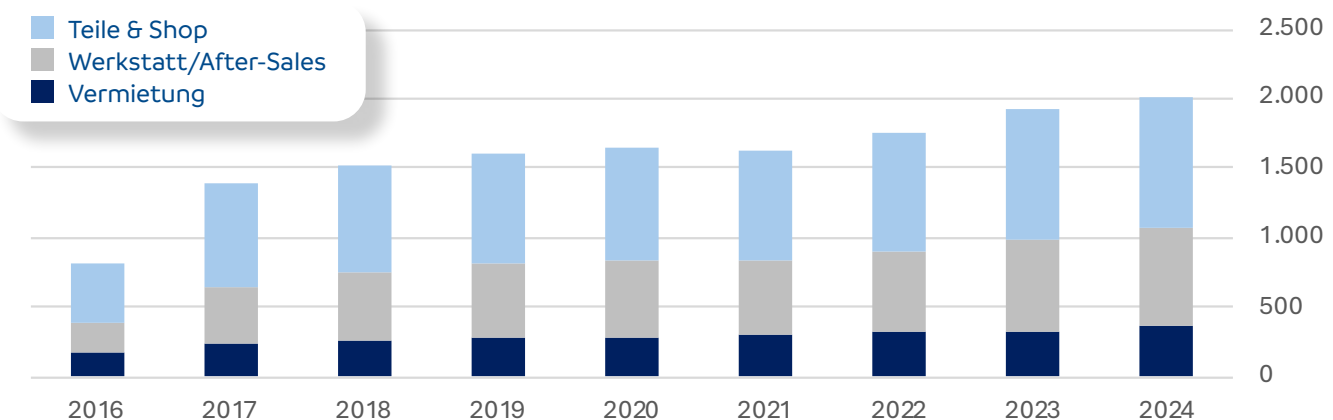


Quelle: Betriebsvergleich CaraConsult

Eine weitere interessante Größe sind die sogenannten „Dienstleistungsumsätze“. Sie müssen zum Handelsumsatz dazu addiert werden, um den betrieblichen Gesamtumsatz abzubilden. In unserer Branche machen diese Umsätze ca. 10% des Gesamtumsatzes aus. Auch sie sind in den letzten Jahren

kräftig gestiegen – nachvollziehbarerweise: Größere Mengen an Fahrzeugbeständen ziehen automatisch „After-Sales“-Geschäft nach sich. Hier wird auch in Zukunft Wachstum entstehen, viele Caravaning-Betriebe investieren aktuell in ihre Werkstätten. Professionelle Betriebe erzielen hier gute Erträge.

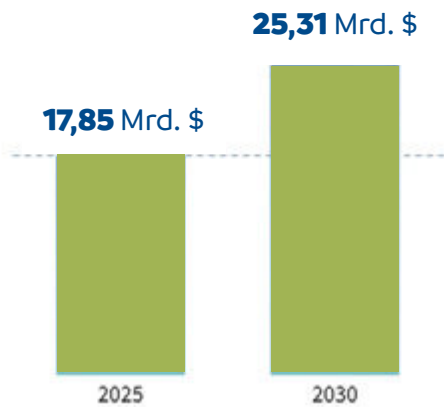
Entwicklung der durchschnittlichen Dienstleistungsumsätze (in T EUR)



Quelle: Betriebsvergleich CaraConsult

Deutschland führt

Der europäische Camping- und Caravaning-Markt (Umsatz)



Study Period	2020 – 2030
Base Year For Estimation	2024
Forecast Data Period	2025 - 2030
Market Size (2025)	USD 17.85 Billion
Market Size (2030)	USD 25.31 Billion
CAGR (2025 - 2030)	7.23 %
Market Concentration	Low

Quelle: Mordor Intelligence

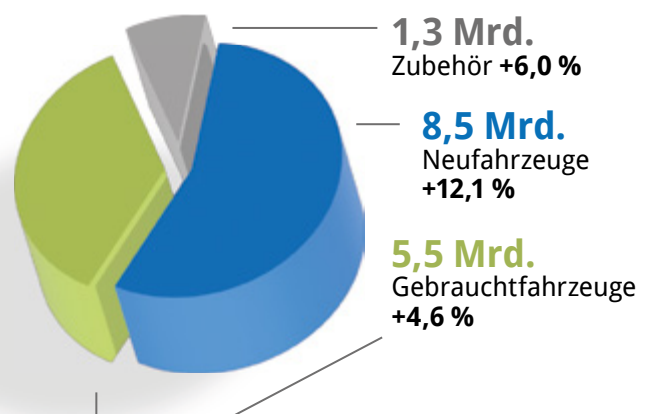
Die Begeisterung für einen authentischen, anpassungs-fähigen und selbstbestimmten Urlaub in der Natur bleibt ungebrochen. Trotz der aktuellen Herausforderungen in Europa, wie dem Mangel an Stellplätzen, Lieferverzögerungen bei Fahrzeugen und Ersatzteilen sowie den weiterhin hohen Kraftstoffpreisen, bleibt dieser Camping-Boom bestehen. In Deutschland erzielt die Freizeitfahrzeug-Industrie mittlerweile einen jährlichen Umsatz von über 15 Milliarden Euro. Hinzu kommt der Umsatz gemeinsam mit dem Camping-Tourismus (19,5 Milliarden Bruttoumsatz durch Campingtourismus in Deutschland. Quelle: dwif 2024). Um das noch lange nicht ausgeschöpfte Potenzial langfristig zu nutzen, wird es zunehmend wichtiger, dass Hersteller, Caravaning-Händler und Vermieter von Reisemobilen und Caravans sowie die Betreiber von Stellplätzen den zukünftigen Ansprüchen nach hoher Nachhaltigkeit, Qualität und Verfügbarkeit ihrer Produkte gerecht werden.

Vier Herstellergruppen stehen für einen Marktanteil von mehr als 70% in Deutschland. Den verbleibenden Rest teilen sich mehr als 30 weitere Hersteller. Ca. 1,85 Mio. Personen sind 2024 in Deutschland im Besitz eines Reisemobils oder Caravans. Seit 2013 sind die Reisemobil-Neuzulassungen in Deutschland um fast 170% gestiegen.

Vanlife und Downsizing treffen den Nerv der Zeit und der demografische Wandel in Europa wird die Zielgruppe der aktiven Senioren bis 2030 auf über 21,3% der Bevölkerung wachsen lassen. Zudem spielen Nachhaltigkeit und ökologisches Bewusstsein bei der Reise- und Urlaubsplanung eine immer größere Rolle.

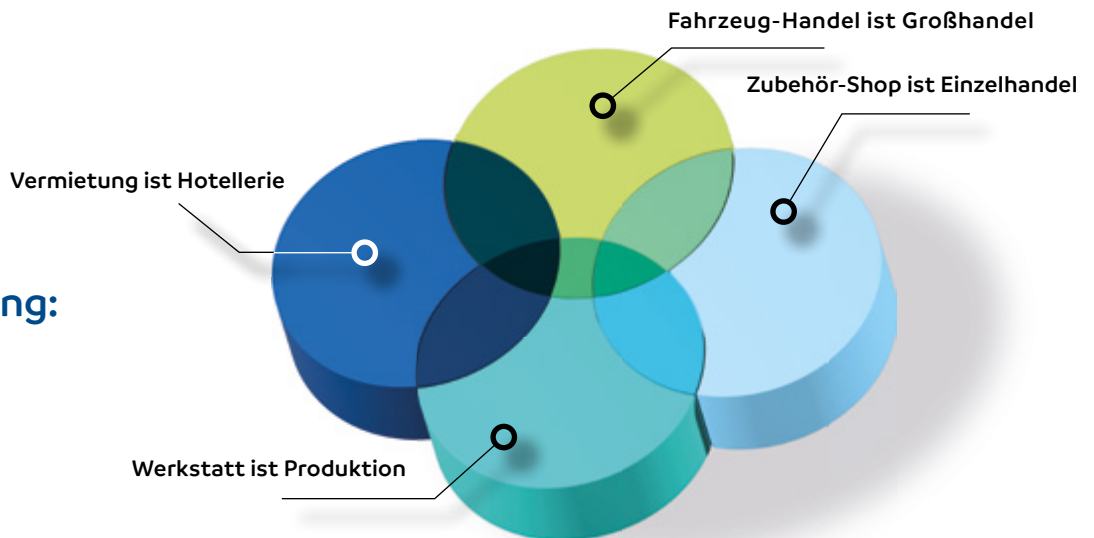
Die deutsche Freizeitfahrzeug-Industrie boomt: Umsatz 15,3 Mrd. (+8,8 %)

Quelle: CIVD-Erhebungen, Schätzungen



BWL für Profis: Vier in Eins

Das ist Caravanning:



Caravanning-Handel sind vier unterschiedliche Geschäftsbereiche in nur einem einzigen Unternehmen. Das muss ein mittelständischer Händler erstmal steuern können. Hier kommt die Auflösung:

Vier in Eins:

1 Fahrzeuge muss der Händler oftmals Wochen und Monate im Voraus konfigurieren und bei seinem Hersteller vorbestellen. Er weiß zu diesem Zeitpunkt oftmals noch gar nicht, wie sich die Nachfrage entwickelt und was der Markt – die Kunden – eigentlich wünschen. Er geht also in das Bevorratungs-Risiko, eben **wie ein Großhändler**.

2 Während ein Fahrzeug mal ganz schnell 80.000 Euro kostet, liegen in den Regalen des **Zubehör-Shops** Cent- und Euro-Artikel. Ware, die sich schnell drehen muss und die binnen 24 Stunden nachgeliefert werden kann. Er muss sich um Preisauszeichnung, Regalierung und Aktionsware kümmern, eben **wie ein Einzelhändler**.

3 In der **Werkstatt** kann man das Fahrzeug nicht mal eben an das Diagnose-Gerät hängen. Die Wünsche der Kunden sind vielfältiger. Der Händler kümmert sich um klappernde Schranktüren, verstopfte Abwasserleitungen und defekte Elektrokabel. Er baut Fahrzeuge komplett um und kümmert sich um Gas, Wasser, Elektrik – eben **wie ein Handwerker**.

4 In der **Vermietung** ist viele Wochen während des Jahres Ruhe und dann geht die Urlaubssaison los. Plötzlich sind alle auf dem Händler-Platz und wollen die Schlüssel für ihr sauberes Urlaubsmobil übernehmen. Check-In. Zwei Wochen später geben sie es zurück. Check-Out. Reinigung. Kleinere Reparaturen. Und vier Stunden später will der nächste Mieter in den Urlaub – genau **wie in der Hotellerie**.

Diese vier Geschäftsfelder müssen betriebswirtschaftlich spezifisch gesteuert werden. Sie haben unterschiedliche Prozesse, Umsätze, Roherträge. Sie benötigen unterschiedlich qualifiziertes Personal. Sie sorgen für unterschiedliche Folgekosten. Und alle Fäden laufen beim Unternehmer zusammen, der alles orchestrieren muss.

Welche Branche kennen wir noch, die „Vier-in-Eins“ ist?

BWL für Profis: Die wichtigsten Kennzahlen

Worauf ist in der Saison 2024/25 zu achten, wenn es um die betriebswirtschaftliche Analyse eines Caravaning-Händlers geht? Hier in Kurzform die wichtigsten Kennzahlen.

Fahrzeughandel

Im Vordergrund steht der Rohertrag, also der Saldo aus Umsatz abzüglich Wareneinsatz. Dabei werden auch Skonti und Boni berücksichtigt. Das Verhältnis aus Rohertrag zu Umsatz wird als Rohertragsquote oder auch Marge bezeichnet.

Diese Marge steht derzeit massiv unter Druck. Wir können uns dem „Diktat von Angebot und Nachfrage“ nicht entziehen. Wie bereits dargestellt, sind die Bestände im Markt sehr hoch, was bei allen Händlern zu sinkenden Rohertragsquoten führt. Es ist nicht die Regel, es kommt aber vor, dass derzeit Fahrzeuge unter Einstandspreis verkauft werden müssen. Üblicherweise werden aktuell Margen im Neuwagen-Handel von 5-10% erzielt. Das allein reicht für ein positives Betriebsergebnis nicht aus. Sobald die Bestände im Markt geringer geworden sind, werden sich die Margen wieder stabilisieren. Wir rechnen damit im Laufe des Jahres 2025, spätestens zum Caravan-Salon in Düsseldorf.

Außerdem spielen die Standtage eine große Rolle. Wie lange dauert es, bis ein Bestandsfahrzeug abverkauft ist? Per Oktober 2024 lag der durchschnittliche Wert für Neufahrzeuge bei 247 Tagen (*). Das ist zu hoch. Angestrebt wird eine Zahl <180 Tagen, dann würden sich Lagerfahrzeuge rechnerisch mindestens zweimal pro Jahr umschlagen. Die Differenz von 67 Tagen schlägt sich natürlich in höheren Zinsaufwendungen nieder.

Werkstatt/Service

Der Werkstatt kommt in der aktuellen Situation ein besonderes Augenmerk zu. Die hohen verkauften Fahrzeugmengen der letzten drei Jahre sind ein Segen für die Branche. Sie alle müssen in die Werkstatt (Wartung) und ein großer Teil „will“ in die Werkstatt (Anbau, Umbau etc.). Hier stecken enorm hohe Erlös-Potenziale für den Handel, die allerdings aktiv gehoben werden



müssen: Professionalisierung der Prozesse, Einstellung und Ausbildung von Monteuren, ordentliche Kalkulation der Werkstatt-Stundensätze etc.

Vermietung

Nachdem zwei große bundesweit tätige Vermiet-Organisationen im Herbst 2024 Insolvenz angemeldet haben, steigen die Chancen für die Caravaning-Fachhändler mit ihrem regionalen Ansatz wieder, im Vermietgeschäft zu wachsen. Fahrzeuge sind genügend vorhanden, Nachfrage auch. Jetzt gilt es, die Nachfrage durch gutes Vermiet-Marketing in das eigene Unternehmen zu ziehen. Sofern ein Händler die Vermietung für sich als strategisches Geschäftsfeld definiert hat, sollten die Umsätze in 2025 steigen. Die wichtige „Leit-Kennzahl“ hier lautet: Mindestauslastung je Reisemobil 100 Tage.

Shop

Der Shop spielt in dem Vier-Klang der meisten Caravaning-Händler eine eher nachgelagerte Rolle. Wenn die Rohertragsquote >20% liegt und der Shop personell schlank geführt wird, sollten keine größeren Risiken entstehen.

Personalaufwandsquote

Nach dem Wareneinsatz ist die größte Aufwandsposition eines Caravaning-Händlers der Personalaufwand. Wir empfehlen, diese ins Verhältnis zum erwirtschafteten Rohertrag zu setzen.

Aufgrund des Drucks auf den Rohertrag (sinkende Margen) und den gestiegenen Personalkosten steigt diese Kennzahl gerade. Generell gelten folgende Leitplanken für die Personalaufwandsquote:

< 30%

Eher unrealistisch

30-40%

Hervorragender Wert, lässt den Rückschluss auf eine sehr gute Ertragslage zu

40-50%

Guter Wert, Unternehmen hat seine Prozesse im Griff, Ertragslage sollte gut sein

50-60%

Je höher desto kritischer, Umsatzrendite des Händlers vermutlich kleiner 1%

> 60%

Problematische Ertragslage zu vermuten, Händler muss reagieren

Per Oktober 2024 lag die Quote in der Branche bei 53,3% (*). Die allermeisten Händler liegen auch im Planjahr 2025 bei Quoten >50%. Erstmals seit vielen Jahren muss daher auch der Caravaning-Handel wieder über Personal-Einsparungen nachdenken. Das ist in der aktuellen wirtschaftlichen Lage in Deutschland nicht ungewöhnlich und damit kein „Negativ-Kriterium“ für den Caravaning-Handel.

Zinsaufwandsquote

Caravaning-Handel ist sehr Kapital-intensiv. Die erforderlichen hohen Lagerbestände, die aus dem Geschäftsmodell „Fahrzeug-Großhandel“ resultieren, können in der Regel nicht aus Eigenkapital bedient werden. Aus diesem Grund sind die Zinsaufwendungen für einen Händler regelmäßig hoch. In den Jahren der außergewöhnlichen Niedrigzins-Phase war das nicht so. Viele Betriebe hatten Zinsaufwandsquoten (Zinskosten im Verhältnis zum Rohertrag) von 1-3%.

Diese Zeiten sind vorbei. Per Oktober 2024 liegt die durchschnittliche Zinsaufwandsquote bei 13,4%, was betriebswirtschaftlich betrachtet zu hoch ist. Auch das eine Folge der hohen Bestände die fremdfinanziert sind. Mit Nivellierung der Bestände sollte die Quote wieder sinken. Angestrebt wird hier eine Quote von <10%.

***) Quelle:** Betriebsvergleich CaraConsult auf Basis von mehr als 80 teilnehmenden Händlern

Caravaning boomt und hat ein Medienecho

← Zurück

Samstag, 18.01.2025

Schnäppchenzeit für Wohnmobile

Nach dem Boom in der Corona-Zeit haben die meisten Hersteller auf Kurzarbeit umgestellt. Die Lager im Handel sind zu voll und die Preise deutlich gestiegen.

Von Daniel Mohr, Frankfurt

Die Punktschläge aus dem Hause Knaus Tabbert im Herbst sind laut und heftig gewesen. Der blauenfarbige Campingwagenhersteller hatte nicht nur über die Verhaltung seiner Vertriebswege wegen des Verdachts der Bestechlichkeit in schweren Ausmaß berichten müssen, sondern auch die Produktion neuer Fahrzeuge in den wichtigsten Märkten eingestellt. Von Ende Januar an soll die Produktion wieder anlaufen. Der Blick in die Branche zeigt aber: Knaus Tabbert ist kein Einzelfall. „Wir vertreiben zehn Marken, neun davon sind seit Oktober in Kurzarbeit“, sagt Carsten Thrun, Wohnmobelhändler aus Mühlheim an der Ruhr. „Derzeit werden auf den einschlägigen Verkaufsplattformen rund 23.000 Fahrzeuge angeboten, die Hälfte davon wäre ein schöner Bestand“, sagt Thrun. „Es ist ein bisschen wie bei Kfzfabrikschließungen: Früh bestellen ist auch in unserer Branche besser, als heranzukommen und keine Ware mehr zu haben.“

FAZ 01/25

Derzeit hat die Branche das umgekehrte Bild. Die Lager sind zu voll und die Preise...



Ab in den Urlaub? Auch dank der hohen Nachfrage stiegen die Absatzpreise um 35 bis 45 Prozent.

...können den Umsatz erhalten, aber die Stückzahl hat gelitten.“ Dirk Fohr, Inhaber der Niermann Caravaning Gruppe im rheinland-pfälzischen Pfalz, spricht von einer Zangenbewegung, in die Händler geraten: „Im Rechenbeispiel: Wenn wir 2019 hundert Fahrzeuge auf dem Hof hatten, war das ein Materiallager von angemessenen zehn Millionen Euro. Heute sind dieselben Fahrzeuge gut und gerne 30 Prozent teurer, und diese 13 Millionen Euro müssen nun zu den seit 2022 stark gestiegenen Zinsen finanziert werden.“

Patrick Mader, Geschäftsführer der Caravaning-Händlergemeinschaft mit 47 Mitgliedern, die etwa ein Fünftel der Neuzulassungen in Deutschland verantworten, sieht seine Branche zwar unter Druck, aber lässt nicht an der Nachfrage...

...bei, jeder kocht sein Süppchen, aber wir müssen uns als Branche viel besser vernetzen, auch mit der Mittelstandsbranche. Das ist interessant an den Fachmessen...

Handelsblatt 08/23

Caravaning-Branche legt auch nach der Pandemie gute Zahlen vor

Der Urlaub mit Wohnwagen oder Wohnmobil hat während der Pandemie viele neue Fans gefunden. Die Nachfrage bleibt hoch, doch es gibt Herausforderungen in der Produktion.

16.08.2023 - 14:42 Uhr



Schick und gemütlich unterwegs

Das Eriba Car und der Vica Camper sind zwei relativ neue Campervans auf dem Markt. Im Test überzeugen beide. Die Unterschiede liegen in den Details.

24.10.2024 Von Marco Völkel



Handelsblatt 08/24

Ein neues Kapitel der Raumfahrt

Von Michael Kirchberger
04.09.2024, 12:20 Lesezeit: 5 Min.

FAZ 09/24



Reisemobile und Wohnwagen sollen auf knappem Raum viel Komfort bieten. Mit ein paar pfiffigen Ideen geht da noch etwas. Zu besichtigen derzeit auf dem Caravan Salon in Düsseldorf.

Das sind die spannendsten Neuheiten des Caravan-Salons in Düsseldorf

Eine Fülle von Premieren, vor allem bei Reisemobilen und Camper-Vans, wartet in diesem Jahr die Besucher des Düsseldorfer Caravan-Salons. Diese Neuheiten sind besonders interessant.

23.08.2024 - 13:01 Uhr



Mit dem X-Pedition 600 MQ betritt die Knaus-Tabbert-Marke Weinsberg Neuland und streift das Image der Einstiegsreihe ab. Foto: Weinsberg

Handelsblatt 08/24



Warum sich die Euphorie um Wohnmobile und Wohnwagen gelegt hat

Die vergangenen Jahre liefen für Reisemobilhersteller und -händler sehr gut. Doch mittlerweile hat sich die Euphorie der Branche gelegt. Dafür gibt es hardteste Gründe.

07.12.2024 - 14:52 Uhr

Handelsblatt

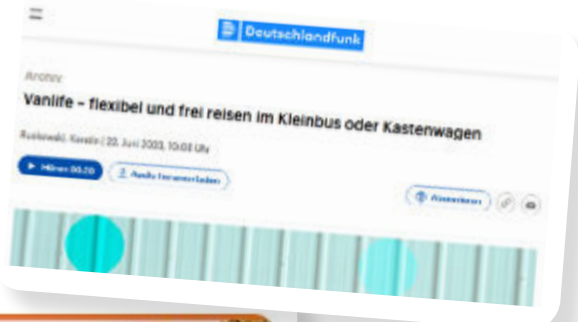


Handelsblatt 12/24

Süddeutsche 10/24

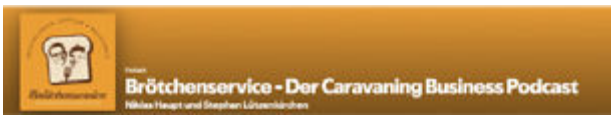


Deutschlandfunk/Marktplatz 06/23



Ein ganz "normales" Campingwochenende mit...
Gogo4Camper
88K views • 9 months ago

Gogo4Camper 07/24



Podcast Brötchenservice 01/25



ROCKET CAMPER PROTOTYP PODCAST VAN + positive Mensch...
1.5K views • 3 weeks ago

Camper Tobì 02/25



CleverCampen, Spotify 11/24



EUROPEAN INNOVATION AWARD 2023
Strahlende Sieger



Reisemobil International hat auf der CMT in Stuttgart Neuzulassungen der Caravaningbranche ausgezeichnet. Sie wurden in 17 Kategorien prämiert.

Schöne Erfolg. Der European Innovation Award 2023... (text continues with details about the award ceremony and winners).

Reisemobil International 03/25



DCHV
23 neue Fachkräfte

DCHV-Präsident Kai Liboran überreichte den 23 Absolventen des Lehrgangs „Fachkraft für Caravan-Technik“ ihre Zertifikate. Insgesamt sieben Wochen Unterricht zu modernster Caravan-Technik in der Fahrzeugakademie Schwömfurt und bei ausgewählten Zulieferern haben die Teilnehmer in ihre Weiterbildung zur Fachkraft für Caravan-Technik investiert. Dabei haben sie die theoretischen und praktischen Unterrichtseinheiten absolviert und die jeweiligen Abschlussprüfungen erfolgreich abgelegt. Der Lohn dieses Engagements ist das Zertifikat „Fachkraft für Caravan-Technik“.

Die Ausbildung zur Fachkraft für Caravan-Technik ist der Kern dieser erfolgreichen Zusammenarbeit. Seit 1997 ist dieser Lehrgang staatlich anerkannt. Durch den modularen Aufbau kann die Weiterbildung über zwei oder mehrere Jahre hinweg besucht werden und besteht dann aus Ausbildungseinheiten in der Fahrzeugakademie und Praktikum am Caravaning-Fachbetrieb. Die Teilnehmer erlangen eine fundierte Qualifikation mit einer anerkannten Abschlussprüfung.

Die Lehrinhalte umfassen sieben Themenbereiche: Fahrwerksysteme und Trägersysteme, Holz- und Kunststofftechnik, Unfallvermeidung, An-, Ein- und Ausbauen, Bordelektronik und Bordblechtechnik, Heizung-, Lüftung- und Klimatechnik, Sanitärtechnik, Betriebsorganisation.

Camping, Cars und Caravans 12/24

DAS MAGAZIN FÜR CARAVANING-EXPERTEN



Camper Professional 01/25

B2C Studienreports

Fokus Caravaning 24



18,1 Milliarden Euro Umsatz in 2022

Unserer aktuellen Studie zufolge überholte die größte Anbieter des Camping- und Motorhome/Reisebusse Markt die deutsche Wirtschaft im Jahr 2022 hinsichtlich Umsatz. Insgesamt erwirtschafteten Reisemobile und Caravaning einen historischen Höchstumsatz von 18,1 Milliarden Euro Umsatz. Das ist ein Anstieg um 1,1 Milliarden Euro gegenüber dem Vorjahr.



CIVD/GfK Marketing & Consumer Intelligence 10/22

diwf_11/23 Studie unter: dwif ermittelt Wirtschaftsfaktor Caravaning und Camping-Tourismus

Die Zukunft gehört den Profis

Die Branche boomt. Qualifizierte Mitarbeiter sind eine wichtige Voraussetzung für die Kundenzufriedenheit und damit für den Erfolg der Unternehmen des Caravaning-Fachhandels.

Mit auf die Branche zugeschnittenen Weiterbildungsangeboten leistet der DCHV einen wesentlichen Beitrag zur Qualitätssicherung und -steigerung im Caravaning-Fachhandel und in dessen Werkstätten. Eine weitere Besonderheit der Branche ist, dass es lange keine branchenspezifischen Ausbildungsberufe gab. Seit über 25 Jahren gibt es daher die „Fachkraft für Caravantechnik“. Dies ist eine 7-wöchige Weiterbildung für Servicemitarbeitende, die in einem Handwerksberuf ausgebildet sind und für die Besonderheiten der Caravaning-Branche in 7 Modulen weitergebildet werden:

- ➔ **Modul 1:** Fahrwerkstechnik und Trägersysteme
- ➔ **Modul 2:** Holz- und Kunststofftechnik
- ➔ **Modul 3:** Unfall-Instandsetzung
- ➔ **Modul 4:** Bordelektrik und -elektronik
- ➔ **Modul 5:** Heizungs-, Lüftungs- und Klimatechnik
- ➔ **Modul 6:** Sanitärtechnik
- ➔ **Modul 7:** Betriebsorganisation

Seit 2023 gibt es erstmalig nach der Neuordnung des Berufsbilds eine branchenspezifische Fachrichtung im Berufsbild Karosserie-/Fahrzeugbaumechanik: die Fachrichtung Caravan- und Reisemobiltechnik.

Der DCHV stellt für seine Mitgliedsbetriebe im Rahmen seiner Ausbildungs-Offensive Informationsmaterial und Imagefilme zur Verfügung.

Weitere Informationen erhalten Sie unter info@dchv.de und unter:



Quelle: DCHV Ausbildungs-Flyer

Der Motor, der berufliche Beziehungen antreibt

Bei allem Wettbewerb ist die Caravanning-Branche eine „große Familie“. Man kennt sich gut. Hersteller, Händler und Dienstleister tauschen sich regelmäßig auf diversen Branchenveranstaltungen aus. Dazu gehören z.B. die jährlichen Händlertagungen der Hersteller mit der Vorstellung ihrer neuen Produkte, die Tagungen des DCHV oder zahlreiche Händler-Veranstaltungen rund um die beiden großen Messen CMT in Stuttgart und CSD in Düsseldorf. Informationsaustausch und Kontaktpflege werden großgeschrieben.

InterCaravanning BranchenTalk

Ein besonderer und seit Jahren etablierter Termin ist der im Frühjahr stattfindende BranchenTalk zu dem die InterCaravanning Gruppe einlädt. Die Besonderheit hieran ist das jährlich wechselnde Thema, welches sich immer am aktuellen Marktgeschehen orientiert. Über 130 hochrangige Branchenvertreter aller Bereiche tauschen sich hier unter professioneller Moderation offen aus. Dabei spielt auch der „Blick über den Tellerrand“ der Branche immer wieder eine Rolle. Viele der dort gegebenen Impulse finden sich in den kommenden Strategien und Ausrichtungen der Branche wieder.

DCHV-Branchentreff- Jubiläumsfeier mit Auszeichnungen

Alljährlich am ersten Abend des Caravan-Salon in Düsseldorf, der weltgrößten Caravanning-Messe, versammelt der DCHV die Repräsentanten der deutschen Caravanning Branche zu seinem Branchentreff. Im Laufe des Abends werden Auszeichnungen wie das „Goldene C“ und das „Grüne C“ an Mitgliedsbetriebe verliehen, die in den vier Kategorien Fahrzeugverkauf und -vermietung, Werkstatt- und Serviceleistungen, Zubehörverkauf und Warenwirtschaft sowie Umwelt- und Qualitätsmanagement besondere Leistungen erbringen. Bekannt ist der Abend auch für seinen Branchen-Oscar „LUPO“, ein Lieferanten- und Partnerschaftspreis, der an Hersteller, Zulieferer und Dienstleister für besondere Verdienste in der Caravanning-Branche vergeben wird.



BranchenTalk InterCaravanning



Branchentreff DCHV mit Preisverleihung „Goldenes C“

Monats-Kennzahlen statt Jahres-Abschluss

In der Caravaning-Branche gibt es eine Besonderheit: Den monatlichen Händler-Betriebsvergleich auf Basis der BWA. Er steht allen Händlern zur Verfügung, die am monatlichen Finanz-Reporting teilnehmen. Seit 2008 existiert dieser Betriebsvergleich und wird stetig weiterentwickelt.

Das Finanz-Reporting zeigt spezielle betriebswirtschaftliche Kennzahlen des Caravaning-Händlers im Vergleich zur Gruppe aller Teilnehmer. Damit steigt es tiefer in die

wirtschaftliche Analyse ein als die klassischen Jahresabschluss-Analysen und Branchenvergleiche der Banken. Zudem werden die Zahlen monatlich zeitnah erhoben und analysiert.

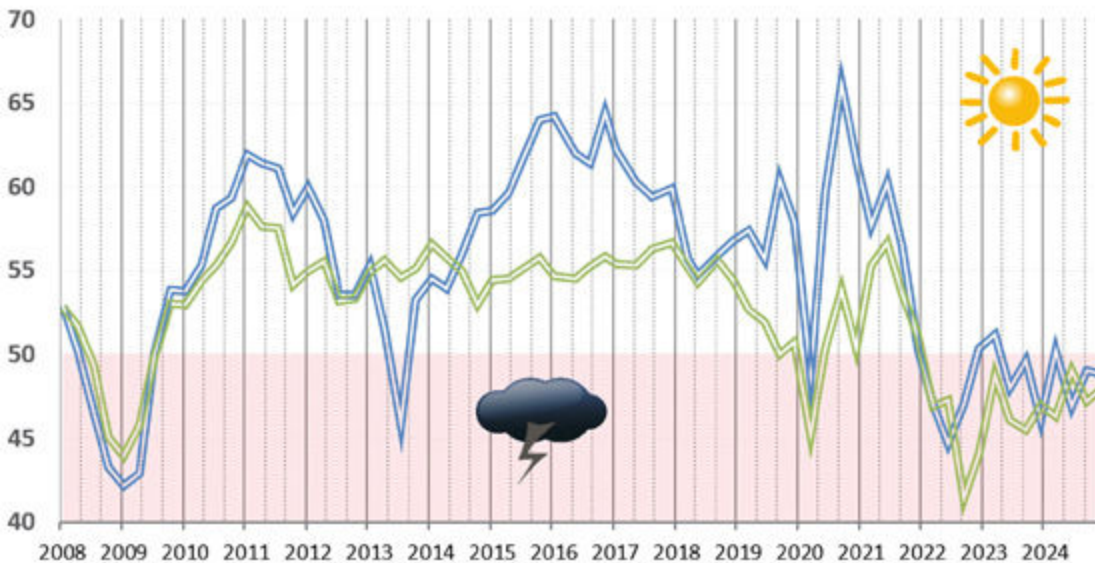
Der Betriebsvergleich ist integriert in zahlreiche Händler-Kennzahlen, so dass dieser auf einen Blick sieht, wo er sich im Vergleich zum Gruppen-Durchschnitt bewegt und seinen Betrieb optimal steuern kann.



Beispiel Chefreport Musterbetrieb, CaraConsult Finanzreporting

Gute Stimmung in der Branche

— CaraConsult-Barometer **48,8** -0,2 Punkte ggü. der letzten Befragung
— Ifo-Geschäftsklima-Index **48,0** 0,9 Punkte ggü. der letzten Befragung



Quelle:
 CaraConsult GmbH,
[www.caraconsult.de/
 caravaning-barometer](http://www.caraconsult.de/caravaning-barometer)

Seit 2007 erfasst das Caravaning-Barometer vierteljährlich die aktuelle Marktlage im Caravaning-Handel. Über 500 Handelsbetriebe in Deutschland werden regelmäßig befragt, wodurch ein repräsentatives Stimmungsbild für die Branche entsteht.

Neben Verkaufszahlen für Reisemobile, Wohn- und Kastenwagen werden auch Entwicklungen in den Bereichen Service, Vermietung und Shop analysiert und zusätzlich ein Blick voraus geworfen. Ergänzend beleuchten wechselnde Zusatzfragen aktuelle Branchenthemen.

Wertvolle Einblicke für alle Beteiligten

Mit mehr als 70 durchgeführten Befragungen seit 2007 bietet das Caravaning-Barometer eine wertvolle Datenbasis für Händler, Hersteller und weitere Marktakteure wie z.B. Kreditgeber. Die Ergebnisse liefern nicht nur Einblicke in Trends und Veränderungen, sondern ermöglichen es auch frühzeitig auf Marktveränderungen zu reagieren und strategische Entscheidungen fundiert zu treffen. Das Caravaning-Barometer dient dadurch als verlässlicher Indikator für die wirtschaftliche Entwicklung des Caravaning-Handels und ist ein wertvolles Instrument für alle.

Nach einer kurzen Anmeldung über das Formular unter www.caraconsult.de/caravaning-barometer erhalten Sie im Barometer-Club direkten Zugriff auf alle bisher veröffentlichten und kommentierten Umfrage-Ergebnisse.

Jahresrückblick 2024 – Stabilität in einem dynamischen Markt

Das Jahr 2024 zeigt mittlerweile wieder ein helleres Stimmungsbild im Caravaning-Handel. Allen Markt-Teilnehmern ist klar, dass die wirtschaftlich herausragenden Jahre für die Branche während der Corona-Pandemie eine einmalige Ausnahme bleiben werden. Normalität ist eingeleitet, die aktuelle Entwicklung muss mit dem Jahr 2019, also der Zeit vor Corona, verglichen werden. Trotz hoher Bestände und Preisdruck bleibt die Nachfrage stabil und die Branche schaut optimistisch nach vorne. Das Interesse an Caravaning ist ungebrochen. Die Stimmung in der Caravaning-Branche ist in den meisten Betrachtungszeiträumen besser als die Gesamtstimmung in der deutschen Wirtschaft (ifo Geschäftsklima-Index zum Vergleich).

Haftungsausschluss

Die hier veröffentlichten Informationen beruhen auf Erfahrungswerten und/oder sind gängige Praxis in den Branchen-Unternehmen und/oder sind Gegenstand der allgemeinen Betriebswirtschaft. Alle Angaben wurden auf Plausibilität geprüft. Für die Richtigkeit übernehmen die Verantwortlichen keine Gewähr. Der Report wurde mit größtmöglicher Sorgfalt und nach bestem Wissen verfasst. Der Inhalt stellt eine Meinungsäußerung dar. Für aufgrund dieses Berichtes durch den Leser getroffene Entscheidungen wird keine Haftung übernommen.

Bildnachweise

Cover: Burmeister Caravan Center GmbH
Seite 2: InterCaravanning, DCHV, CaraConsult
Seite 4: Freizeit-Center Albrecht GmbH & Co. KG
Seite 7: Etrusco GmbH
Seiten 7 und 8: CIVD
Seite 14: Caravan-Center Dahnke GmbH
Seite 20: InterCaravanning, DCHV

Herausgeber

© 2025

InterCaravanning GmbH & Co. KG

Im Metternicher Feld 5-7
56072 Koblenz
info@intercaravanning.de
<https://www.intercaravanning.de>

Deutscher Caravanning Handels-Verband e.V.

Große Falterstraße 3
70597 Stuttgart (Degerloch)
info@dchv.de
<https://dchv.de>

CaraConsult GmbH

Friedrichstr. 52
D-60323 Frankfurt
info@caraconsult.de
<https://www.caraconsult.de>

Chefredaktion

Ariane Finzel, Edmund Cramer, Patrick Mader

Grafik und Layout: Sebastian Hort