

Nürnberg/Augsburg, 18. März 2021

Studie: Caravaning-Boom zeigt wachsendes Potenzial für Autohändler und Werkstätten

Neue Zielgruppen erwarten Auswahl, Service und Beratung

- **Nicht erst seit Corona: Immer mehr Menschen machen Caravaning-Urlaub**
- **Autohäuser profitieren von Kundennähe und breiterem Modellangebot**
- **Studie zeigt Chancen und Handlungsfelder für Autohäuser und Werkstätten**

Der Caravaning-Boom hat durch die Corona-Pandemie einen weiteren, kräftigen Schub erfahren und dies wird für Autohändler ein immer interessanteres Geschäft. Die „Masterstudie Caravans und Reisemobile in Deutschland“ – herausgegeben von *puls* Marktforschung und der *gsr* Unternehmensberatung – zeigt das Potenzial im Handel und Service sowie dem Mietgeschäft auf. Nun gibt es die Studie mit wertvollen Informationen für die strategischen Überlegungen auch in einer Edition speziell für Autohändler und Werkstätten.

Mit über 107.000 neu zugelassenen Reisemobilen und Caravans war 2020 erneut ein Rekordjahr für die Branche und die aktuellen Umstände rund um die Pandemie lassen ahnen, dass der Wachstumstrend der letzten Jahre weiter zulegen wird. Die bisher größte veröffentlichte Befragung ihrer Art in Deutschland zum Thema Reisemobile und Wohnwagen bestätigt das große Interesse: Über 18 Millionen Menschen in Deutschland beschäftigen sich in irgendeiner Weise mit Caravaning – sei es als Besitzer, Mieter oder mit der Absicht zum Kauf oder zur Miete eines Reisemobils oder Wohnwagens in nächster Zeit. Damit dürfte auch die Zahl der Fahrzeuge weiter steigen: Das Kraftfahrtbundesamt bezifferte zum Stichtag 31.12.2020 die zugelassenen Wohnwagen und Reisemobile auf über 1,4 Millionen.

Geschäftseinstieg oft ohne große Investitionen möglich

Diese Entwicklung macht immer mehr Autohändler neugierig, denn in den Geschäftsfeldern Fahrzeughandel, Service und Vermietung ist viel zu holen – bei oft geringem Mehraufwand, denn wer Nutzfahrzeuge im Angebot hat und repariert, kann diese Ausstattung und Kenntnis auch für ein veritables Geschäft mit Freizeitfahrzeugen nutzen. Spezifische Anforderungen sind allerdings zu beachten, denn die oft kaufkräftige Zielgruppe ist anspruchsvoll. Dies gilt sowohl für die Auswahl an Fahrzeugen vor Ort und eine kompetente Beratung, aber auch für einen leistungsfähigen Service. Dieser ist, was das Fahrzeug angeht, vergleichbar mit dem

PRESSEMITTEILUNG

gängiger Serienfahrzeuge. Beim Aufbau allerdings sind besondere Kenntnisse und Fertigkeiten erforderlich, etwa hinsichtlich der Wasser- und Gas-Anlage oder für die Instandhaltung des Aufbaus innen und außen. Die Studie zeigt hier, dass die Kunden eine gute Betreuung schätzen und dafür auch gerne zahlen.

Mietwagen als Einstieg – für Kunden und Händler

Insgesamt zeigen die Ergebnisse der Studie in den Details, dass sich eine völlig neue Zielgruppe dem Caravaning zuwendet. Die am Caravaning Interessierten sind mit 44 Jahren im Schnitt deutlich jünger als es das „Gartenzweig-Image“ vermuten lässt. Dies spiegelt sich auch in einem immer breiteren Angebot für nahezu jeden Geschmack und Geldbeutel wider. Apropos Budget: Für die Anschaffung eines Reisemobils (neu und gebraucht) wurden laut Angaben der Befragten im Durchschnitt in den letzten Jahren 31.234 Euro investiert, für einen Wohnwagen waren es 12.884 Euro. Hinzu kommen erhebliche Ausgaben für Zubehör: Besitzer geben jährlich zwischen 500 (Wohnwagen) und 1.000 Euro (Reisemobile) für diverses Zubehör aus. Von sehr großer Bedeutung ist das Geschäft mit Mietfahrzeugen. Bis zu 50 Prozent der Caravaning-affinen geben an, innerhalb der nächsten 12 Monate ein Fahrzeug mieten zu wollen, dafür werden im Durchschnitt 100 Euro je Tag investiert.

“Das sind auch für den Autohandel hochinteressante Zahlen“, so Niklas Haupt von *puls* Marktforschung, “bei den Umsatztreibern Kauf, Miete, Service und Zubehör können viele Autohäuser mitmischen.“ So gibt mehr als jeder Fünfte Kaufinteressierte an, sich für die Segmente Campingbus oder Kastenwagen zu interessieren - diese Modelle werden von vielen Fahrzeugherstellern angeboten und entsprechend nicht nur über spezialisierte Wohnmobilhändler vertrieben: 26 Prozent der Neufahrzeug-Käufer geben an, den Vertrag bei einem Autohändler unterschrieben zu haben, bei spezialisierten Händlern sind es 57 Prozent. Ein großes Potenzial stellt auch das Geschäft mit gebrauchten Kompakt-Reisemobilen dar - denn 59 Prozent der Käufer haben ein Fahrzeug mit Vorbesitzer erworben, mehr als die Hälfte allerdings von Privat.

Chancen werden nur zum Teil genutzt

Ganz allgemein ist die Zufriedenheit mit dem Handel ausbaufähig, denn je nach Produktgruppe geben nur rund 30 - 40 Prozent an, „sehr zufrieden“ mit dem Kaufprozess zu sein. Insbesondere bei der Beratung zu den Finanzierungsmöglichkeiten gibt es Verbesserungsbedarf. „Hier bleibt ein großes Potenzial ungenutzt“, sagt Rainer Strobel von der gsr Unternehmensberatung in Augsburg, „und dies betrifft nicht nur zusätzliche Erträge sondern auch Chancen der Kundenbindung und Angebote im After-Sales“. Die Studie gibt detaillierten Aufschluss über alle Aspekte für eine Entscheidung zu Kauf oder Miete – von den Informationskanälen, den Kosten für Nutzung, Versicherung und Wartung bis hin zu den Erwartungen an Produkte und Prozesse sowie deren Erfüllung. Angesichts der gegenwärtigen

PRESSEMITTEILUNG

Herausforderungen im Automobilgeschäft haben sich die Herausgeber der Studie mit Unterstützung der Partner AUTO BILD REISEMOBIL sowie der Nürnberger Versicherung mit Jahn & Partner, der Creditplus Bank und der Kroschke-Gruppe dazu entschieden, eine günstige Edition für interessierte Autohändler und Werkstätten aufzulegen. Die umfangreiche Edition kostet bei € 489,00 (netto zzgl. MwSt.). Alle Informationen zur Bestellung sind online bei *puls* Marktforschung und der gsr Unternehmensberatung abrufbar.

„Wir raten Autohäusern, die Möglichkeiten in diesem Wachstumsmarkt im Einzelfall zu prüfen. Da, wo Vans und Nutzfahrzeuge verkauft und gewartet werden, ist oft mit wenig Aufwand ein konkretes Angebot für Caravaning-Kunden rasch entwickelt“, weiß Rainer Strobel. Seine Berater unterstützen Autohäuser seit vielen Jahren bei diesen Entwicklungen und kennen die spezifischen Anforderungen im Verkauf und Service.

Studie Bestellen unter: <https://www.puls-marktforschung.de/studien/masterstudie-caravan-und-reisemobile.html> oder <https://www.gsr-unternehmensberatung.de/studie-caravans-wohnmobile/>

Über die gsr Unternehmensberatung GmbH

GSR steht für fast 30 Jahre Automobil-Erfahrung und eine 360° Expertise in der Mobilitätsbranche – ganz gleich, ob Managementberatung, Personal- und Qualifizierungsdienstleistungen, Vertriebsimpulse oder Qualitätssicherung. Die Experten der GSR sind Ihr zuverlässiger Partner, um den entscheidenden Schritt in eine erfolgreiche Zukunft zu gehen. Die gsr Unternehmensberatung GmbH hat ihren Sitz in Augsburg und macht Veränderungen zu Ihrer Chance.



Rainer Strobel, Geschäftsführer

Mail: rstrobel@gsr-unternehmensberatung.de

Telefon: +49 821 45 44 330

Über die puls Marktforschung GmbH

puls bietet seit fast 30 Jahren mehr als klassische Marktforschung. Man liefert Inspiration und Orientierung zur Entwicklung, Überprüfung und ggf. Anpassung von Strategien. Die Bandbreite der Themenfelder ist dabei sehr groß, verfolgt aber mit allen Lösungsansätzen ein wesentliches Ziel: den Erfolg eines Unternehmens langfristig zu sichern. Die *puls* Marktforschung GmbH hat ihren Sitz in Schwaig bei Nürnberg und versteht sich als Begleiter für seine Kunden.



Niklas Haupt, Partner

Mail: haupt@puls-marktforschung.de

Telefon: +49 911 95 35 400