
Caravaning-Markt: Raus aus der Komfortzone

Von Michael Kirchberger

Einmal mehr haben die Unternehmensberatung GSR und die Marktforscher von Miios den Caravaning-Markt aus Sicht der Händler betrachtet. Mehr als 100 Betriebe wurden befragt, was sie von der kommenden Saison erwarten. Aus ihren Antworten ergibt sich ein klares Bild: Die fetten Jahre sind vorbei. Das Niveau der Verkäufe pendelt sich auf dem der Vor-Corona-Jahre ein. Aber die waren, verglichen mit früheren Perioden, gar nicht mal schlecht.

Nach einer Dekade permanenten Wachstums stellen sich die Händler nun bestenfalls auf eine Seitwärtsbewegung ein, allerdings auf hohem Niveau, heißt es im Kommentar zur Studie. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen – Inflation, Zinsen, Kaufzurückhaltung – sowie eine gewisse Marktsättigung wirkten sich auf das Geschäft aus. Der Markt werde angesichts ausgereizter Fahrzeugpreise und zum Teil sehr guter Bevorratung für viele Akteure zur Herausforderung und für einige zur Bedrohung. Der Branchenindex gehe im Vergleich zum Frühjahr nochmals um einen Punkt auf 92 zurück, was sich auch in einer rückläufigen Zufriedenheit mit der Umsatzrendite ausdrücke. 2022 hatte er noch bei 100 gelegen.

Weiter zeigt die Studie, dass die Lieferfristen deutlich gesunken sind, aber die Preise bei Neufahrzeugen sehr hoch sind. Für den Handel bedeutet dies: Raus aus der Komfortzone, rein in die vornehmste Rolle des Verkäufers: verkaufen. Dem Kunden hingegen kommt diese Entwicklung ein gutes Stück entgegen. Er muss sich bei einer Neuanschaffung weniger lang gedulden, hat außerdem gute Chancen in den Verkaufsverhandlungen Rabatte oder andere Vergünstigungen zu erhalten. Einen Vorteil bietet etwa Zubehör, das vom Händler selber nachgerüstet werden kann. Hierzu zählen etwa eine Markise, eine stärkere Bordbatterie oder einfach nur Auffahrkeile oder Campingmöbel. Schnell kommen dabei mehrere Tausend Euro zusammen.

Nur noch 14 Prozent der befragten Händler geben sich sehr zufrieden mit der aktuellen Situation, 2022 waren es noch 24, im Jahr zuvor 38 Prozent. In 22 von 100 Betrieben erwartet man einen Rückgang des Geschäfts um mehr als 5 Prozent, in 29 um mehr als 10 Prozent. Optimistischer blickt die Branche auf das Vermietgeschäft. Hier geht die deutliche Mehrheit von einer Verbesserung der Situation aus, da auch genügend Neufahrzeuge verfügbar sind und der eine oder andere potenzielle Kunde einen Kauf aufschiebt und zunächst im gemieteten Mobil ausprobieren will, ob das Fahrzeug den eigenen Ansprüchen genügt.

Mehr als die Hälfte der Händler haben mehr Lagerfahrzeuge als 2022 im Bestand. Als stabil in Nachfrage und im Verkauf werden Campingbusse und Kastenwagen angesehen. Ihnen traut man sogar ein leichtes Wachstum zu. Ein Drittel der Betriebe erwartet Rückgänge bei den Gebrauchtwagenpreisen, die zuletzt aufgrund der Verknappung deutlich überzogen waren. Aktuell sind sie bereits um 14,5 Prozent zurückgegangen. Das ist auf das große Überangebot bei jungen Gebrauchten zurückzuführen. Stabilität weist hingegen das Segment der zwei bis vier Jahre alten Gebrauchtmobile auf.

Der Handel müsse eben wieder kreativ werden, der Einbruch der Verkäufe würde viele Chancen für eine Neuorientierung bieten, sagen die GSR-Vermögensberater. Die Zeiten, in denen per Ansage des Anrufbeantworters Gespräche wegen des hohen Arbeitsaufkommens abgewiesen wurden, neigen sich ihrem Ende zu. Auch jene, in denen, wenn überhaupt, einzig das Telefon für den Neufahrzeug-Kauf abgenommen wurde. Anfragen nach Service-Terminen oder Ersatzteilen ließ mancher Betrieb gerne in endlosen Warteschleifen ins Leere laufen. (aum/mk)

Bilder zum Artikel



Wohnmobile warten auf Käufer: Caravaning wird immer beliebter – und teurer.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Michael Kirchberger



Wohnmobile warten auf Käufer: Caravaning wird immer beliebter – und teurer.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Michael Kirchberger



Die Caravaningbranche boomt.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Michael Kirchberger
