

InterCaravanning BranchenTalk 2026

Let's get digital? Die Caravanning-Branche zwischen KI und Persönlichkeit

Koblenz, 27. Mai 2026 – Der BranchenTalk von InterCaravanning zählt seit Jahren zu den wichtigsten Terminen der Caravanning-Branche. Ende April trafen sich Händler, Hersteller und branchennahe Dienstleister, um die drängenden Zukunftsthemen des Caravan-Handels zu diskutieren. Unterstützt von Dometic fand der Talk in diesem Jahr in Tauberbischofsheim statt – mit Fokus auf neuer Technologie, optimierter Wirtschaftlichkeit und den Bedürfnissen der Kunden der Zukunft.

Jüngere Zielgruppen, veränderte Kaufgewohnheiten und neue Erwartungen an Service und Kommunikation: Der klassische Caravanning-Kunde wandelt sich – und stellt die gesamte Branche vor neue Herausforderungen. Welche Antworten es darauf geben kann, diskutierten rund 150 Teilnehmende beim jährlichen BranchenTalk von InterCaravanning, Europas größter Fachhandelskette für Reisemobile und Wohnwagen. Moderiert wurde der Abend von Edmund Cramer, Unternehmensberater und Gründer der CaraConsult GmbH, der mit seiner langjährigen Branchenexpertise die Diskussionen zu den Schwerpunkten Technologie, Wirtschaftlichkeit und Kunde der Zukunft leitete.

Künstliche Intelligenz als Problemlöser?

Besonders aktuell war dabei das Thema KI im Handel. Im Mittelpunkt stand die Frage, welche Rolle Künstliche Intelligenz im Caravanning-Handel spielen kann und soll. Jörg von Steinäcker (Steinäcker Consulting) gab zentrale Impulse: Wer sich im Markt behaupten will, müsse technologische Veränderungen nicht nur akzeptieren, sondern aktiv gestalten. Wichtig sei außerdem die Unterscheidung von KI und reaktiver Automatisierung – beispielsweise in Form von Chat-Bots. Vertreter der jüngeren Händlergeneration – Michael Büttner (Frankana / Freiko), Nic Burmeister (Burmeister Caravan-Center), Fabian Albers (Albers Reisemobile) und Tim Weigand (CaraConsult) – teilten diese Einschätzung und betonten generell den praktischen Nutzen neuer Technologien: Besonders in der Kundenkommunikation könnten KI-basierte Lösungen Prozesse vereinfachen und so Kapazitäten für das freisetzen, was wirklich zählt – die persönliche Bindung zum Kunden.

Händler als „Vertrauensarchitekten“

Genau diese Beziehung rückte Prof. Dr. Philipp Hoog (BBE Handelsberatung) in den Fokus seines Vortrags. Die Rolle der Händler verändere sich grundlegend: Statt klassischer Produktberatung stehe künftig die aktive Pflege von Kundenbindung im Vordergrund – der Händler werde zum „Vertrauensarchitekten“. Für die Branche bedeutet das: Nähe zum Kunden nicht als Belastung, sondern als strategischen Vorteil zu begreifen. „Kunden entwickeln sich nicht einheitlich, sondern sehr unterschiedlich“, ergänzte Sarah Becker, Geschäftsführerin von Wohnwagen Becker, in der anschließenden Diskussionsrunde. „Die Branche steht vor der Aufgabe, diese vielseitigen Ansprüche besser zu verstehen und darauf aufbauend langfristige Beziehungen zu entwickeln.“

Wirtschaftliche Realität im Handel

Neben den Chancen der Digitalisierung wurde beim Branchentalk aber auch die wirtschaftliche Realität im Handel offen diskutiert. Hersteller, Händler und Finanzierungspartner stehen gleichermaßen unter Druck. Michael Wiesner zeigte anhand der digitalen Transformation bei Würth Industrie Service, wie Technologie den Handel grundlegend verändern kann. In der Diskussion mit Joachim Roth (Openbank by Santander), Bernhard Möller (Vertrieb & Händlernetzentwicklung Knaus Tabbert AG), Dirk Fohr (Niesmann Caravanning), Matthias Scholz (Deutsche Leasing) und Kai Dhonau (DCHV, Hymer B1 Centrum) wurde deutlich: Die Übertragbarkeit solcher Erkenntnisse auf den Caravanning-Handel erfordert branchenspezifische Lösungen und neue Strukturen. Umso wichtiger wird also die Zusammenarbeit innerhalb der Branche, denn zukunftsfähige Lösungen entstehen nur gemeinsam.

Veränderungen gemeinsam begegnen

Im Anschluss an den Branchentalk begrüßte Dometic CEO Juan Vargues die Teilnehmenden mit einem Vortrag zur Strategie des Unternehmens. Er zeigte sich zuversichtlich: Die Nachfrage nach mobilen Freizeitlösungen bleibe langfristig auf hohem Niveau – mit einer klaren Verschiebung hin zu mehr Flexibilität. Entscheidend sei, Kundenbedürfnisse frühzeitig zu erkennen und alle Zielgruppen konsequent mitzudenken. Das Fachwissen der Händler spiele dabei eine Schlüsselrolle: „Ihr Wissen ist die beste Grundlage, die wir haben, um Branchenherausforderungen zu begegnen.“

Patrick Mader, Geschäftsführer von InterCaravanning, brachte das Fazit des Branchentalks auf den Punkt: „Man kann Veränderungen nicht statisch begegnen. Gerade jetzt ist es wichtiger denn je, miteinander zu sprechen, zu wachsen und sich weiterzuentwickeln. Nur so wird es für jeden Einzelnen möglich sein, im Markt erfolgreich zu bleiben.“

**SEIT ÜBER 25 JAHREN
ALLES AUS EINER HAND**

INTERCARAVANING.DE



**INTER
CARAVANING**

EUROPAS GRÖSSTE CARAVANING FACHHANDELSKETTE

Bilder:



©Hotel DAS BISCHOF

SEIT ÜBER 25 JAHREN
ALLES AUS EINER HAND

INTERCARAVANING.DE



INTER
CARAVANING

EUROPAS GRÖSSTE CARAVANING FACHHANDELSKETTE



SEIT ÜBER 25 JAHREN
ALLES AUS EINER HAND

INTERCARAVANING.DE



INTER
CARAVANING

EUROPAS GRÖSSTE CARAVANING FACHHANDELSKETTE



BU: Mit neuen Anforderungen auf Kundenseite gerät auch die Caravanning-Branche zunehmend unter Veränderungsdruck.

Für Rückfragen wenden Sie sich an das Pressebüro:

K1 Kommunikation GmbH
Isabelle Weber
Rolandstraße 69 - 50677 Köln
M: +49-(0)176-55746400
E-Mail: isabelle@k1-kommunikation.de