SEIT ÜBER 25 JAHREN
ALLES AUS EINER HAND
INTERCARAVANING.DE

INTER
CARAVANING
EUROPAS GRÖSSTE CARAVANING FACHHANDELSKETTE

Der Caravaning-Händler der Zukunft

Vom Verkäufer zum Vertrauensarchitekten

Koblenz, 06. Oktober 2026. Jünger, digitaler, anspruchsvoller: Die Kundschaft im Caravaning verändert sich. Während der Handel sein früheres Informationsmonopol verliert, gewinnt er als Orientierungsgeber, Problemlöser und Vertrauensarchitekt an Bedeutung. Sarah Becker, Geschäftsführerin von Wohnwagen Becker, und Prof. Dr. Philipp Hoog, Partner bei der BBE Handelsberatung GmbH, erklären, warum persönliche Beratung auch in Zukunft unverzichtbar bleibt.

Kaum ein Kunde kommt heute noch unvorbereitet in ein Verkaufsgespräch: Online-Recherche, Vergleichsportale und Künstliche Intelligenz ermöglichen es, sich bereits vor dem ersten Händlerkontakt umfassend über Fahrzeuge zu informieren. Das verändert die Beratung und die Rolle des Handels. „Technische Daten, Preise und Ausstattungen können mittlerweile selbst recherchiert werden. Unsere Aufgabe als Händler ist es, herauszufinden, was der einzelne Kunde tatsächlich braucht“, sagt Sarah Becker, Geschäftsführerin von Wohnwagen Becker aus Fuldatal.

Kaufprozess bleibt komplex

Mehr Informationen machen die Entscheidung nicht automatisch einfacher. „Der Kunde kommt zwar heute häufig schon gut informiert zum Händler, aber meist mit zehn neuen Fragen im Gepäck“, erklärt Prof. Dr. Philipp Hoog von der BBE Handelsberatung GmbH. Trotz online abrufbarer Informationen erstreckt sich der Kaufprozess im Caravaning laut BBE Handelsberatung GmbH häufig 90 bis 180 Tage. „Die Online-Recherche reduziert das Informationsdefizit, aber nicht das gefühlte Risiko einer fünf- oder sechsstelligen Investition“, so Hoog.

Für Erstkäufer kommt hinzu, dass sie nicht nur ein Fahrzeug wählen, sondern auch eine Vorstellung von ihrer künftigen Freizeitgestaltung konkretisieren müssen. „Und diese Vorstellung muss erst einmal in ein konkretes Fahrzeug übersetzt werden“, betont Sarah Becker. Dabei spielen neben Grundriss, Fahrzeuggröße, Zuladung und Ausstattung auch Aspekte wie Finanzierung, Stellplatz und Service eine Rolle.

Vom Produktverkauf zum Lösungsverkauf

Für Händler bedeutet das: Nicht das Fahrzeug sollte am Anfang des Verkaufsgesprächs stehen, sondern der Kunde. „Kunden suchen nicht einfach ein Wohnmobil, sondern die passende Antwort auf die eigene Lebenssituation, ihr Reiseverhalten und ihr Budget“, erklärt Hoog. Händler müssen also Informationen filtern, Zusammenhänge herstellen, Alternativen aufzeigen und zu einer langfristig passenden Entscheidung beitragen.

Entscheidend ist daher das Zusammenspiel beider Welten: Kunden recherchieren und vergleichen online, konkrete Fragen klären sie weiterhin persönlich mit dem Händler.

Vertrauen wird zum Wettbewerbsvorteil

Wenn Informationen überall verfügbar sind, entsteht Vertrauen durch Verlässlichkeit während der gesamten Kundenbeziehung. Neben transparenten Preisen, realistischen Lieferzeiten und

nachvollziehbaren Betriebskosten sind es vor allem ehrliche Einschätzungen der Händler, die bei Kunden Wirkung entfalten. „Manchmal schafft ein ‚Das brauchen Sie nicht' mehr Vertrauen als jedes Verkaufsargument", weiß Becker. „Der Kunde soll am Ende nicht das Gefühl haben, dass wir ihm möglichst viel verkauft haben, sondern dass er für sich die richtige Entscheidung getroffen hat."

Die Kundenbeziehung endet aber nicht mit der Fahrzeugübergabe: Wartungen, Reparaturen und Nachrüstungen schaffen über Jahre hinweg weitere Kontaktpunkte. Wer erreichbar bleibt, Zusagen einhält und bei Problemen zuverlässig unterstützt, stärkt die Kundenbindung. Für Händler wird der Service damit zu einem zentralen Bestandteil des Vertrauensversprechens.

Der Händler als Vertrauensarchitekt

Hoog bringt diese neue Rolle mit einem Begriff auf den Punkt: „Händler werden künftig noch stärker zu Vertrauensarchitekten." Die Zukunft des Handels liegt somit nicht darin, mehr Informationen bereitzustellen – sondern darin, die richtigen Fragen zu stellen, individuelle Lösungen zu entwickeln und Kunden verlässlich durch komplexe Entscheidungen zu begleiten.

Bilder:



BU: Für Prof. Dr. Philipp Hoog steht fest: „Vertrauen entsteht durch eingehaltene Versprechen."



BU: Auch aus Händlersicht ist der Wandel spürbar: Sarah Becker weiß, worauf es in Zukunft ankommt.

SEIT ÜBER 25 JAHREN
ALLES AUS EINER HAND
INTERCARAVANING.DE

INTER
CARAVANING
EUROPAS GRÖSSTE CARAVANING FACHHANDELSKETTE

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