

## **PRESSEINFORMATION**

April 2020

### **Prof. Dr. Stefan Bratzel: „Corona-Krise lässt Auto-Abo-Nachfrage steigen.“**

- **Das eigene Auto im Abo – risikolose Mobilität**
- **Unsichere Zukunft fördert Wunsch nach Flexibilität**
- **Handel profitiert durch Nutzung von Bestandsfahrzeuge**
- **Auto Abo erleichtert Einstieg in Elektromobilität**

**Corona trifft den Autohandel mit voller Härte und verändert das Geschäft rasant. Gefragt sind nun Impulse für die Bestandware der Händler und attraktive Angebote für verunsicherte Kunden. Der renommierte Automobilexperte Prof. Dr. Stefan Bratzel äußert sich zur Situation und sieht im Auto-Abo einen Trend sowie eine Chance für die Branche.**

Seit nahezu vier Wochen sind die Autohäuser ebenso geschlossen wie viele Zulassungsstellen, die Produktion von Neufahrzeugen ist gestoppt und die Käufer sind verunsichert. In einer repräsentativen Studie<sup>1</sup> von puls Marktforschung unter Automobilhändlern für den Fachtitel Autohaus erklären 83 Prozent, dass sie für die nächsten drei Monate eine Verschlechterung des Neuwagengeschäfts erwarten. Deutschlands Schlüsselindustrie bedarf daher neuer Impulse, um nach Corona wieder in Gang zu kommen.

Der Automobilexperte Prof. Dr. Stefan Bratzel vom Center of Automotive Management (CAM) in Bergisch Gladbach sieht unter anderem im Trend zum Auto-Abo eine wertvolle Chance für das Automobilgeschäft: „Auto-Abo spricht die Autokunden mit einer derzeit wichtigen Flexibilität und einem einfachen, digitalen Buchungsprozess an. Die durch die Corona-Krise verunsicherten Verbraucher und Unternehmen werden langfristige Vertragsbindungen derzeit eher meiden.“ Dies bestätigt eine weitere Studie<sup>2</sup> von puls Marktforschung unter Autokäufern. Demnach rechnen 51 Prozent der Autokäufer damit, dass das Auto-Abo an Relevanz gewinnen wird, wogegen die bisherigen Treiber des Geschäfts: Leasing (35 Prozent) und Kauf/Barzahlung (10 Prozent) jeweils an Bedeutung verlieren werden.

Das Auto-Abo von ViveLaCar setzt dabei mit einem innovativen Ansatz den Maßstab: Mit nur wenigen Klicks können interessierte Kunden ein geeignetes Fahrzeug auswählen und abonnieren. Es gibt keine fix definierte Laufzeit, das Abo kann jederzeit mit einer Frist von nur drei Monaten gekündigt werden. Die monatliche Abo-Rate beinhaltet alle Kosten außer Tanken und richtet sich nach dem gewählten Kilometerpaket. Auch hier bleiben die Abonnenten flexibel: Sie können ihr Kilometerpaket ab sofort monatlich wechseln – und die Rate passt sich an.

„Die Menschen kennen Abo-Modelle bereits aus anderen Lebensbereichen, wie zum Beispiel das Streamen von Filmen und Musik oder auch die Angebote im Fitness-Bereich“, so Prof. Dr. Bratzel, „dieser Trend ist nicht aufzuhalten und wird sich auch im Automobilgeschäft durchsetzen.“

Bei ViveLaCar werden ausschließlich Fahrzeuge zum Abonnement angeboten, die sich im Bestand der Markenhändler befinden und innerhalb von wenigen Tagen geliefert werden können. Somit macht ViveLaCar den Markenhändler zum Abo-Anbieter und wird in der gegenwärtigen Krise zu einem sehr wichtigen Absatzkanal. Denn derzeit warten über 1 Mio. Fahrzeuge über alle Marken hinweg im Handel auf Käufer. „Selten war der Bestand so hoch wie jetzt und wir bieten dem Handel und Endverbraucher über das Auto-Abo mit ViveLaCar schnelle Mobilität in unsicheren Zeiten zu attraktiven Kosten“, so Mathias R. Albert, CEO von ViveLaCar. „Der hohe Fahrzeugbestand im Handel ist ein Problem, denn das drückt am Ende die Preise“ erklärt Prof. Dr. Bratzel. „Die Händler sind klug beraten, das Auto-Abo für sich zu entdecken und neue Kunden anzusprechen.“

Die Corona-Krise überlagert derzeit das Thema Umstieg auf Elektromobilität. Erschwerend kommt die Schwellenangst der Endverbraucher gegenüber dem neuen Antrieb hinzu und so steckt auch dieser Markt fest. „Mit einem flexiblen Auto-Abo kann man ohne Risiko ein E-Fahrzeug im Alltag ausprobieren“ ist Prof. Dr. Bratzel überzeugt und regt an, dass „Hersteller und Handel hier entsprechende Angebote machen. Anders als bei herkömmlichen Fahrzeugen müssen die Kunden Vertrauen in die Technik und das Aufladen der Batterie gewinnen“.

Bereits heute bietet ViveLaCar einige E-Fahrzeuge im Abo an und das Angebot wird sich stark entwickeln. „Wir stehen mit vielen Herstellern und Händlern hierzu in Kontakt und es gibt ein großes Interesse. Zudem haben wir soeben eine Test-Kooperation mit Jaguar Land Rover Deutschland gestartet und werden in den kommenden Tagen das Angebot auch um zahlreiche Fahrzeuge dieser emotionalen Marken erweitern können. Dann können private Kunden und Gewerbetreibende aus 24 Marken, verschiedenen Antrieben und mehr als 400 Modellen auswählen“, so Mathias R. Albert.

#### **Über ViveLaCar:**

*Die ViveLaCar GmbH ist ein Mobility Fintech Start-up aus Stuttgart und verbindet erstmals das Angebot an attraktiven Bestandsfahrzeugen beim Marken-Vertragshändler mit einem innovativen Auto-Abo für Endkunden. Der gesamte Ablauf ist digitalisiert und ermöglicht eine für Händler und Abonnenten einfache, transparente und sichere Abwicklung. Wenige Klicks reichen, um auf der Plattform www.ViveLaCar.com auf ein breites Angebot an aktuellen Fahrzeugen vieler Marken und Modelle, welche im Abo angeboten werden, zurückzugreifen und diese voll digital zu buchen. Mit einer sofortigen Verfügbarkeit und nur drei Monaten Kündigungsfrist bietet ViveLaCar.com den Kunden eine einzigartige Flexibilität. ViveLaCar schließt damit die Lücke zwischen der Kurzzeitmiete, Kauf und Leasing.*

**Abdruck honorarfrei \* Beleg erbeten**

<sup>1</sup>AUTOHAUS Pulsschlag, April 2020, *puls* Marktforschung GmbH

<sup>2</sup>Autokäufer-Puls, April 2020, *puls* Marktforschung GmbH

#### **Kontakt Presse und Belegadresse:**

ViveLaCar GmbH, Zettachring 10, D-70567 Stuttgart, Ansprechpartner: Stephan Lützenkirchen  
Tel: +49/711/25273012, E-Mail: [stephan.luetzenkirchen@vivelacar.com](mailto:stephan.luetzenkirchen@vivelacar.com)

MediaTel Kommunikation & PR, Haldenweg 2, D-72505 Krauchenwies-Ablach,  
Ansprechpartner: Peter Hintze, Tel. +49/7576/9616-12, E-Mail: [hintze@mediatel.biz](mailto:hintze@mediatel.biz)