

Volkswagen und Tesla halten Verfolger deutlich auf Abstand

Die beiden Anbieter liegen beim Absatz von batteriebetriebenen Elektrofahrzeugen (BEV) klar vorn. Dahinter sortieren sich Mercedes, Audi, Hyundai und Co. neu. Angesichts der Neuregelungen der staatlichen Förderung legen die Neuzulassungen zu Beginn des Jahres den Rückwärtsgang ein.

Von Udo Sill

Seit Jahresbeginn 2023 gilt ein deutlich reduzierter Umweltbonus beim Kauf von vollelektrischen Fahrzeugen und die Förderung für Plug-in-Hybride ist komplett weggefallen. Daher sind die Neuzulassungen von BEV und PHEV nach enorm hohen Absatzzahlen im Dezember 2022 im Januar 2023 deutlich gesunken. Insgesamt wurden in den ersten vier Monaten dieses Jahres rund 20.000 elektrische Fahrzeuge weniger neu zugelassen als im gleichen Zeitraum 2022. Der Bestand ist zwischen Januar und April dieses Jahres um 124.476 BEV

und 49.332 PHEV gestiegen, wodurch zum 01.05.2023 1.078.057 BEV und 875.820 PHEV auf deutschen Straßen fahren.

Werden alle BEV-Neuzulassungen des Volkswagen Konzerns (Volkswagen, Audi, ŠKODA, SEAT, Porsche) summiert, führt dieser das Ranking der Hersteller mit Blick auf die BEV-Neuzulassungen von Januar bis April 2023 mit einem Anteil von 30 Prozent deutlich an. Bei der einzelnen Betrachtung der Marken steht jedoch

Tesla mit 19 Prozent auf dem ersten Platz und verzeichnet damit eine Anteilssteigerung von fünf Prozentpunkten verglichen mit dem gleichen Zeitraum 2022. Auf dem zweiten Rang hält sich nach wie vor Volkswagen (2022: neun Prozent, 2023: 15 Prozent), während Hyundai (2023: sechs Prozent) seinen dritten Platz an Mercedes (2023: acht Prozent) abtreten musste. Diesen Rang teilt sich das Unternehmen mit der AUDI AG (ebenfalls acht Prozent), die sich damit um zwei Plätze steigert. Dahinter folgen Hyundai, BMW, Smart, ŠKODA und Fiat.

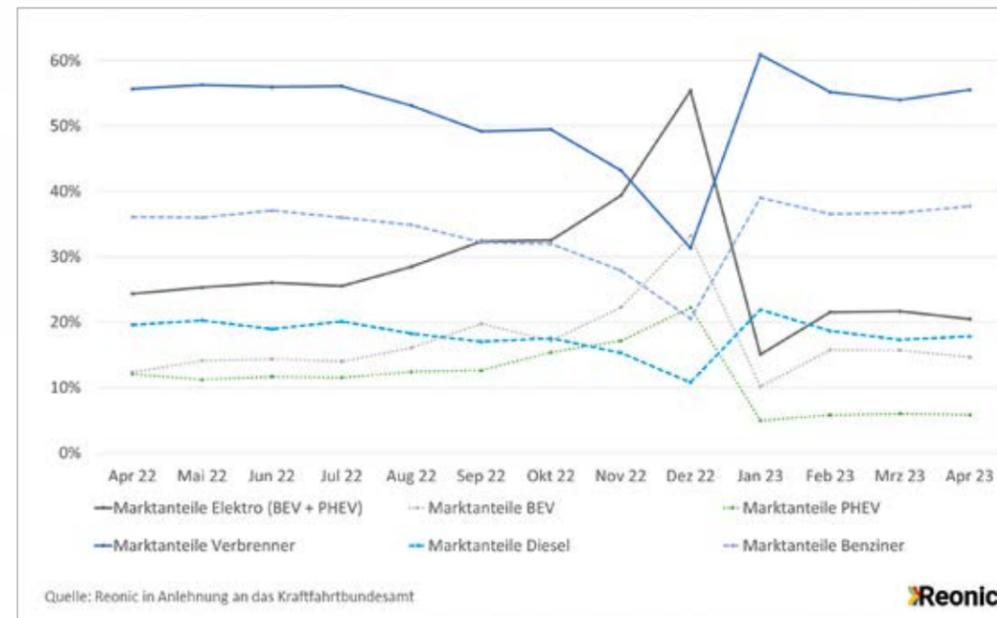
Volkswagen ID.3 steigert seine Beliebtheit

Bei Betrachtung spezifischer Modelle lässt sich Folgendes feststellen: Während in den ersten vier Monaten

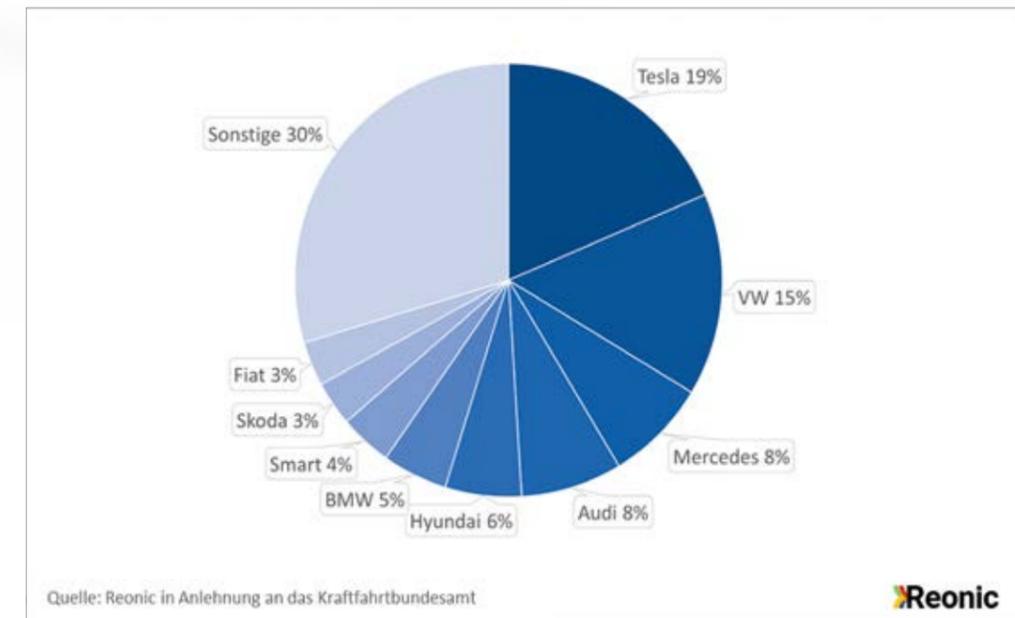
des vergangenen Jahres das Tesla Model 3 9.856-mal und damit am häufigsten verkauft wurde, belegt von Januar bis April dieses Jahres das Tesla Model Y den ersten Rang mit 17.487 verkauften Fahrzeugen. Verglichen mit dem Top-10-Ranking von Januar bis April 2022 haben das Tesla Model 3 (Rückgang: 5.080) und der Fiat 500 (Rückgang: 2.397) in den vier Startmonaten 2023 deutlich Absatzzahlen einbüßen müssen. Der BMW i3 und der Renault Zoe sind sogar vollständig aus der Top 10 gefallen, während der Audi e-tron durch seinen Nachfolger, den Q8, ersetzt wurde.

Das Tesla Model Y (Zuwachs: 12.285), der Volkswagen ID.4/ID.5 (Zuwachs: 5.736), der Smart Fortwo (Zuwachs: 696) und der ŠKODA Enyaq (Zuwachs: 517) können hin-

Entwicklung der Neuzulassungen

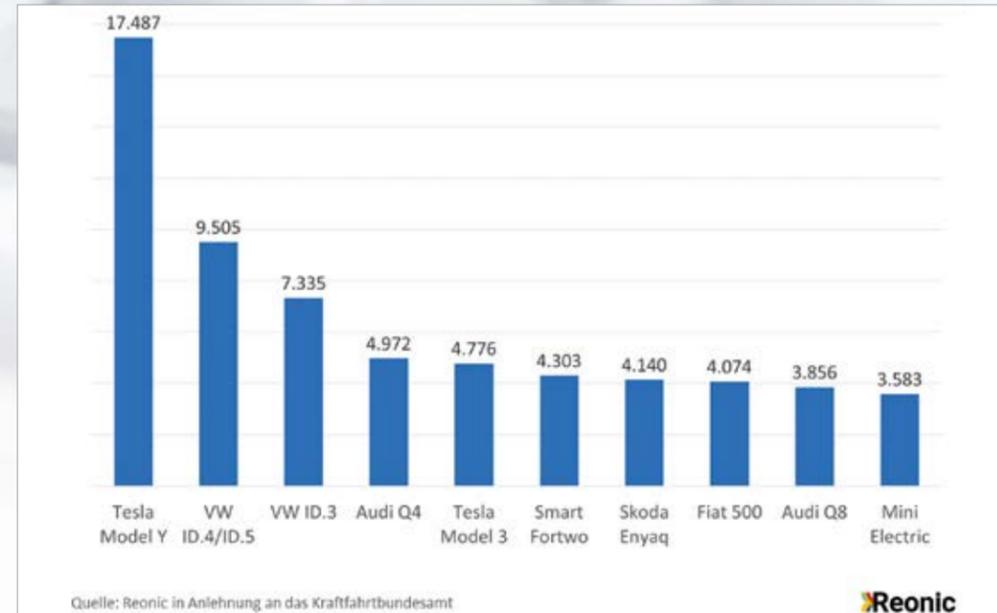


Ranking der kumulierten BEV-Neuzulassungen nach Fahrzeugherstellern – Januar-April 2023



Hinweis: Das Ranking ist aufgrund der anhaltend schwierigen Liefersituation zum Teil ein Indikator der Lieferfähigkeit und schließt somit nicht allein auf die Beliebtheit der einzelnen Modelle.

Top 10 Ranking der kumulierten BEV-Neuzulassungen nach Fahrzeugmodellen – Januar-April 2023

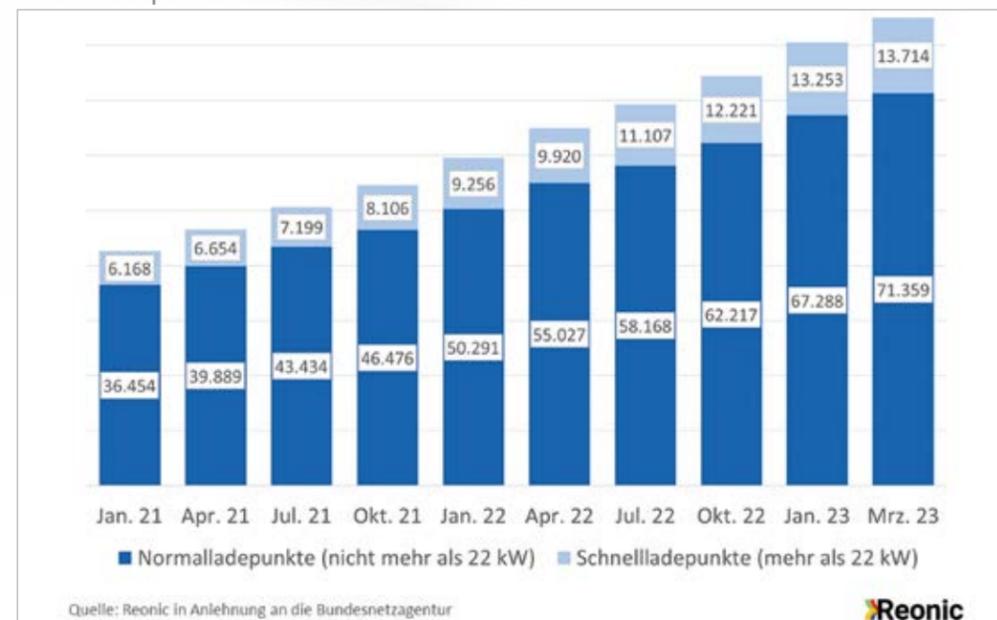


gegen Zuwächse in den Neuzulassungszahlen vermerken. Erwähnenswert ist, dass der Volkswagen ID.3, der Audi Q4 und der Mini Electric im Vorjahreszeitraum nicht in dem Ranking gelistet waren. Im Gesamtranking von Januar bis April 2023 belegt der Volkswagen ID.3 Platz 3,

der Audi Q4 Platz 4 und der Mini Electric den 10. Platz der am häufigsten zugelassenen BEV. <<

Unser Autor ist Mitgründer und Vertriebsleiter der Reonic GmbH.

Anzahl Ladepunkte in Deutschland



„Die Schnellladeinfrastruktur ist aktuell ausreichend“

Wenn es um die Elektromobilität geht, rückt häufig der Punkt Ladeinfrastruktur in den Vordergrund. Über den aktuellen Ausbau-Stand und was beim Thema Laden hierzulande sonst noch getan werden sollte, hat AUTOBUSINESS mit Sven Strube, Honorarprofessor für „Verkehr und Umwelt“ an der Ostfalia Hochschule (Braunschweig/Wolfenbüttel) gesprochen.

AUTOBUSINESS |



AUTOBUSINESS: Professor Strube, wie beurteilen Sie den aktuellen Stand des Ausbaus der Ladeinfrastruktur – insbesondere der Schnellladeinfrastruktur – in Deutschland?

Sven Strube: Nun, lassen Sie uns zunächst die nackten Zahlen anschauen. In Deutschland sind rund 1,1 Millionen reine Elektrofahrzeuge (BEV) zugelassen. Auf diese Elektrofahrzeuge kommen gut 13.000 Schnellladepunkte (HPC). Das macht etwa 76 BEV auf einen HPC-Lader.

AUTOBUSINESS: Hm, ist das viel oder ist das wenig?

Sven Strube: Aus Sicht eines Reisenden, der mit einem BEV quer durch das Land fährt, gibt es natürlich kein 'zu viel'. Aber es gibt ein 'ausreichend'. Das wäre der Punkt, an dem kaum jemand an einer Schnellladesäule warten muss oder dies nur in den

Ferien bzw. Stoßzeiten an Hauptverkehrsadern vorkommt.

AUTOBUSINESS: Und? Muss wer warten?

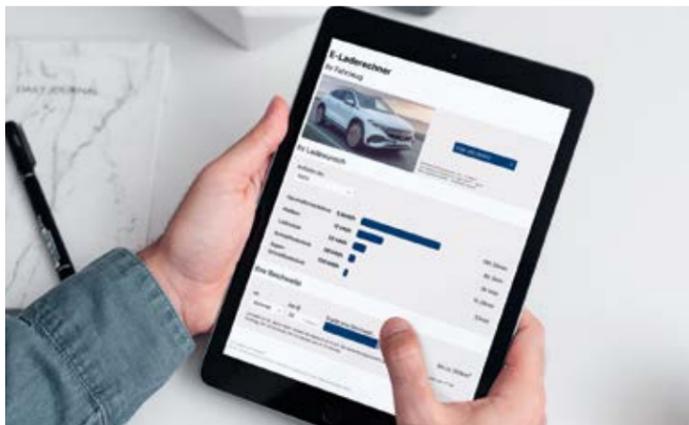
Sven Strube: An einem theoretisch vollbesetzten Ladepark mit zehn HPC-Ladern, fährt alle zwei Minuten ein Fahrzeug weg bzw. wird ein Ladeplatz frei. Jedenfalls dann, wenn 20 Minuten geladen wird. Zwei Minuten Wartezeit liegen deutlich unter der normalen Warte-, Ansteh- und Bezahl-Zeit eines Verbrenners an einer Autobahn-Tankstelle. Zudem kommt ein wichtiger Punkt hinzu, den Elektrofahrer kennen und schätzen: Die angenommenen 20 Minuten Ladezeit sind echte Pausenzeit. Der Fahrer kann Kaffeetrinken, E-Mails beantworten, oder ein paar Schritte gehen. Er muss eben keinen Tankvorgang starten, dabei stehen bleiben, dann beim Bezahlen anstehen,

Bildquelle: © mpohodzhay – shutterstock.com

Mit transparenter Beratung zum Thema E-Mobilität beim Kunden punkten

Die Reonic GmbH übernimmt die Software-Produkte von green|connector zur digitalen Verkaufunterstützung im Bereich der Elektromobilität und erweitert diese um relevante Aspekte wie Reichweiten- und Kostenbetrachtung sowie die Elektrifizierung von Flotten.

Von Udo Sill



nutzte Potenziale profitabel und sinnvoll umzusetzen. Reonic legt dabei besonderen Wert darauf, das Autohaus für den Endkunden als Kompetenzträger in den Vordergrund zu stellen und aktiv Feedback der Verkäufer einzuholen, um diese bestmöglich zu unterstützen. Kunden von Reonic im Volkswagen Umfeld sind beispielsweise die Moll Gruppe, die STARKE Gruppe und die Ehrhardt AG.

Neue Herausforderungen für Autohändler durch die E-Mobilität

Klar ist: Der Aufstieg der E-Mobilität erfordert ein Umdenken im Vertrieb für Autohändler. Traditionelle Vertriebsstrategien müssen an die Unsicherheiten und Bedürfnisse der Kunden im Zusammenhang mit Themen wie Reichweite, Rentabilität oder Förderungen angepasst werden. Um den Kunden eine optimale Beratung liefern zu können, hat Reonic Anwendungen entwickelt, die Autohändler auf ihrer Website integrieren können. Dazu zählt zum Beispiel ein Betriebskostenrechner, welcher einen Vergleich der durch den entsprechenden Händler angebotenen E-Autos und Verbrenner ermöglicht. Zudem wurde von Reonic ein im Kundengespräch einfach bedienbarer Reichweiten-/Ladezeiten-Rechner geschaffen, um die Verkäufer zeitlich und fachlich zu entlasten. Die Lösungen sind sowohl für den Endkunden zur Vorinformation auf der Händler-Website als auch zur Unterstützung der Verkäufer im Beratungsgespräch geeignet.

Förderprogramme und Ladeinfrastruktur in das Beratungsgespräch integrieren

Ein wichtiger Aspekt im Zusammenhang mit E-Fahrzeugen ist die Bereitstellung von Ladeinfrastruktur. Kunden, die sich für die Anschaffung eines E-Fahrzeuges interessieren, fragen sich häufig:

- Wo kann ich mein neues Fahrzeug laden?
- Wie lange dauert ein Ladevorgang?
- Wo bekomme ich eine Wallbox? Und wie wird sie an mein Hausnetz angeschlossen?

Reonic ist ein Augsburgsches Unternehmen, das sich auf digitale Lösungen für Autohäuser im Bereich E-Mobilität spezialisiert hat. Weil green|connector aus strategischen Gründen plant, den Geschäftsbetrieb in diesem Jahr einzustellen, lag es aufgrund des bereits bestehenden partnerschaftlichen Verhältnisses nahe, dass Reonic die Produkte der Essener Firma sowie die laufenden Kundenbeziehungen übernimmt. Im Einverständnis der betroffenen Parteien wurden die Softwarelizenz-Verträge der Hauptprodukte und alle bestehenden Kooperationen mit Reonic neu aufgesetzt, sodass für die Kunden und Partner ein nahtloser Übergang gewährleistet ist. Den bisherigen Kunden von green|connector stehen nun ein erweitertes Portfolio an Lösungen, eine schnellere Weiterentwicklung und ein noch stärkerer Partner zum Thema E-Mobilität zur Seite.

Die Zielsetzung von Reonic

Das übergeordnete Ziel von Reonic ist es, die Mobilitäts- und Energiewende voranzutreiben und den Ausbau von nachhaltigen Technologien mittels verlässlicher sowie individuell zugeschnittener Informationen zu beschleunigen. Die Anwendungen zielen darauf ab, die Akzeptanz nachhaltiger Technologien zu steigern und somit unge-

Autohändler können hier einen Mehrwert bieten, indem sie Lademöglichkeiten auf ihrem Betriebsgelände zeigen und in Zusammenarbeit mit Partnern Installations-Services bereitstellen. Die Verkaufsberater müssen sich auf die neuen Fragen einstellen und ihr Fachwissen ständig aktualisieren. Um diesen Fragen zu begegnen und die Verkaufsberater im Prozess zu unterstützen, stellt Reonic den Wallbox-Assistenten mit anschließendem Installations-Service zur Verfügung. Mit diesem ist für den Kunden schnell und unkompliziert die passende Ladestation gefunden.

Förderungen sind ebenfalls ein entscheidender Faktor bei der Entscheidung für ein Elektroauto. Speziell bei Flottenkunden können Sie sich mit einer Übersicht über die vorhandenen Förderprogrammen zum Thema Ladeinfrastruktur und Flotten gegenüber Mitbewerbern profilieren. Hierzu stellen wir eine einfach bedienbare und verständliche Fördermitteldatenbank zur Verfügung, die eine aktuelle Auflistung der Förderungen auf Bundes- sowie auf Länderebene bietet.

Insgesamt erfordert die E-Mobilität ein proaktives, kundenorientiertes Vertriebskonzept. Mit Blick auf die wachsenden Aufgaben der Autoverkäufer, ist es entscheidend, diese den Prozess aktiv mitgestalten zu lassen und ihnen Unterstützung bereitzustellen.

Mit dem E-Mobilitäts-Ökosystem von Reonic, welches auf mehreren eigenständigen White-Label-Lösungen basiert, sieht der Kunde Ihr Autohaus als Kompetenzträger. Durch die Tools werden interaktiv alle wichtigen Fragen beantwortet, die den Verkauf von E-Autos betreffen. Mithilfe der transparenten Zahlen sowie Fakten sparen die Verkäufer Zeit und steigern das Vertrauen in Ihr Personal, Ihr Unternehmen und die neue Technologie. Beispielsweise können folgende Fragen modellspezifisch und interaktiv abgefangen werden:

- Wie verhält sich die Reichweite bei unterschiedlichen Temperaturen?
- Bieten E-Autos einen Kostenvorteil gegenüber Verbrennern?
- Worauf muss ich beim Thema Ladeinfrastruktur achten?

- Gibt es öffentliche Ladestationen an den für mich relevanten Plätzen?
- Das KMU will den Fuhrpark (teilweise) elektrifizieren: Gibt es dazu Förderungen? Wie viel Ladeinfrastruktur brauche ich in etwa?

Zukunftsthema: Großkundenverkäufer im Bereich E-Flotten unterstützen

Der Vertrieb von elektrischen Flotten stellt Autohäuser vor einige Herausforderungen. Eine zentrale Hürde besteht in der Aufklärung der Fuhrpark-Verantwortlichen über die Vorteile und Besonderheiten von Elektrofahrzeugen im Flottenkontext. Die höheren Anschaffungskosten im Vergleich zu herkömmlichen Fahrzeugen erfordern eine überzeugende Darstellung der langfristigen Einsparungen bei Betriebs- und Wartungskosten sowie eine Betrachtung der Total-Cost-of-Ownership. Zudem muss das Wissen über die Reichweite, die Ladeinfrastruktur und die Kosten nicht nur dem Fuhrpark-Verantwortlichen, sondern jedem einzelnen Nutzer der E-Flotte vermittelt werden. Reonic arbeitet aktuell an einer Lösung für Flotten, die dies analog zu dem E-Mobilitäts-Ökosystem für Privatkunden umsetzt. Dadurch wird jeder Verkäufer und jeder Kunde unkompliziert beim Thema E-Flotte abgeholt. Eine Lösung, die bereits jetzt den Gewerbekunden-Kontext betrifft, ist der Firmenwagenrechner. Dieser ermöglicht den Mitarbeitenden, die monetären Einsparungen bezüglich des geldwerten Vorteils durch die geringere Besteuerung von E-Autos zu ermitteln. <<

Unser Autor ist Geschäftsführer der Reonic GmbH.

Kontakt:

Reonic GmbH
Udo Sill

Telefon: +49 151 27191156

E-Mail: udo.sill@reonic.de

Wir freuen uns auf ein Kennenlernen mit Ihnen. Buchen Sie einfach hierzu unter folgendem Link einen 30-minütigen Onlinetermin: www.reonic.de/industry/dealerships/