

Schneller Wechsel im Auto-Abo

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

21/12/2022 Die Autoindustrie erfindet sich neu. Muss sie auch. Und das nicht nur beim Antrieb. Kunden wünschen Unabhängigkeit, mehr Flexibilität und weniger Kapitalbindung. Die Anbieter reagieren.

Menschen wollen mobil sein. Die Erfindung des Dampfschiffes vor 300 Jahren war ein Meilenstein. Es folgten im Jahr 1825 die erste Eisenbahn, dann das Flugzeug und das Auto. In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts entwickelten viele Leute den Wunsch, einen eigenen Personenwagen zu besitzen. Das Auto vor der Haustür wurde schnell zum Statussymbol. Durch gesellschaftliche Themen wie Nachhaltigkeit und Klimaschutz sowie die Entwicklung zur sogenannten Sharing Economy – dem befristeten Ausleihen oder gemeinsamen Nutzen zum Beispiel von Fahrzeugen – ist in den vergangenen Jahren die Zahl der Menschen schnell gewachsen, die veränderte Ansprüche an die Automobilität stellen. Die Nachfrage verändert die Angebote. Eines der neuen Produkte: das Auto-Abo.

Abonnement-Verträge für den Bezug von Zeitschriften, für TV- und Musik-Streamingdienste sind

Klassiker. Aber funktioniert das auch bei Autos? Die ersten Anbieter von Fahrzeugen zu Flatrate-Tarifen rollten 2017 auf den Markt. Anfänglich waren es vor allem unabhängige Start-ups. Dann folgten Volvo, Jaguar Land Rover und eine Handvoll weiterer Hersteller. In der Regel übernehmen in den Hauptquartieren der Hersteller die hauseigenen Financial-Services-Organisationen die operative Verantwortung. Sie sind sozusagen die Autobanken, die sich traditionell um Finanzierungen und Leasing von Fahrzeugen kümmern.

Auch die klassischen Autovermieter wie Europcar, Hertz und Sixt sind auf den Zug aufgesprungen. Der hat Fahrt aufgenommen. Im Abo angeboten werden Kleinwagen wie Opel Corsa, Mittel- und Oberklasse-Limousinen wie der Volkswagen Passat oder der Audi A4. Aber auch Sportwagen wie der Porsche 911. Die Nachfrage nach Abonnements für Autos steigt rasant. Im Jahr 2021 lag die Zahl der abgeschlossenen Verträge in Deutschland nach Einschätzung von Porsche Consulting bereits bei über 50.000. Das Prinzip: Kunden zahlen einen pauschalen monatlichen Beitrag für die Nutzung des Fahrzeugs während der Vertragslaufzeit. Alle Kosten sind in der Monatsrate inbegriffen: Wartung, Verschleiß, Hauptuntersuchung, Versicherung, Kraftfahrzeugsteuern. Der Abonnent als Kunde muss lediglich den Kraftstoff zahlen – oder beim E-Auto den Strom –, die Autowäsche und das Nachfüllen von Betriebsmitteln.

Was unterscheidet das Auto-Abo vom Auto-Leasing? Zunächst die Vertragslaufzeit. Sie ist kürzer. Während man sich beim Leasing für mindestens zwölf Monate verpflichten muss, locken einige Auto-Abo-Anbieter Kunden mit einer nur einmonatigen Laufzeit. Auch sechs- oder neunmonatige Vertragszeiten sind möglich. Die Kosten pro Monat fürs Fahrzeug liegen je nach Marke und Modell zwischen wenigen hundert Euro und über 3.000 Euro. Bei der überwiegenden Mehrzahl der zur Verfügung stehenden Fahrzeuge ist die Ausstattung bereits konfiguriert. Änderungen sind meist nicht mehr möglich. Die Vertragsbedingungen und Details wie Anmeldegebühr, Mindestalter (je nach Anbieter zwischen 18 und 25 Jahren), Anzahl der im Vertrag eingetragenen weiteren Fahrberechtigten, Lieferfrist oder Kilometerpauschale ähneln denen für Langzeitmietwagen. Fährt ein Abonnent oder eine Abonnentin mehr Kilometer als vereinbart, so müssen diese in der Regel am Ende auch extra bezahlt werden. Wie beim Leasing entsteht für Nutzende kein Eigentumsrecht am Fahrzeug.

Wie aber profitieren die Unternehmen von dem neuen Geschäftsmodell? Der Mehrzahl der Abo-Anbieter geht es auf diesem neuen Markt eher um mittel- und langfristige Ziele. Viele Anbieter investieren derzeit in diese neuen Geschäftsmodelle, um herauszufinden, wie hoch das Potenzial ist. Eine Studie des Marktforschungsinstituts Puls aus dem Jahr 2020 zeigt, dass das größte Interesse in der Altersgruppe der 30- bis 50-jährigen Frauen und Männer besteht, in der fast 40 Prozent der Befragten Auto-Abo-Angebote „sehr interessant" finden. Auch als Testmarkt für Produkte der Elektromobilität eignet sich das Auto-Abo, weil so mancher Interessierte über diesen Weg ausprobiert, ob ein E-Fahrzeug im Alltag für ihn sinnvoll ist. Volumenhersteller, die jährlich Millionen Fahrzeuge produzieren, nutzen das Auto-Abo zudem, um dem einen oder anderen Modell aus der Modellpalette etwas zusätzlichen „Schub" zu geben. Auch Leasing- und Carsharing-Rückläufer lassen sich über Abonnements ein weiteres Mal vermarkten.

Bereits 2020 startete Porsche Financial Services (PFS) das erste Auto-Abo-Modell für die Dachmarke

Porsche. Neben der Ansprache weiterer Zielgruppen stand für PFS auch der Aufbau eines nachhaltigen und wirtschaftlichen Geschäftsmodells als weitere Stütze für das Kerngeschäft im Fokus. Mit Porsche Drive Abo sollen Porsche-Kunden und Kunden in spe die Möglichkeit haben, „flexibel auf sich ändernde Lebenssituationen zu reagieren und dabei den Fahrspaß mit einem Porsche zu genießen", sagt Christoph Köhler, Senior Consultant im Bereich Mobility Services bei der Managementberatung Porsche Consulting. Mit seinen Kollegen hat er die Autofinanzexperten in der Tochtergesellschaft PFS des Sportwagenherstellers beim Abo unterstützt.

Porsche setzt auf eine Mindestlaufzeit von sechs Monaten, die Kündigungsfrist beträgt drei Monate. Die Kosten für das Abo sind abhängig vom jeweiligen Modell und dessen Ausstattung. Sie liegen beispielsweise für den Porsche 911 zwischen 2.800 und 3.500 Euro.

Porsche Consulting unterstützt den Stuttgarter Sportwagenhersteller bei der Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle. Christoph Köhler: „Wir begleiten Porsche beim Auto-Abo auf dem gesamten Wertschöpfungsweg." Erfolgreich sei man dabei, weil Porsche Consulting in der Lage ist, neue Ideen direkt am Markt zu testen. „Durch unseren Service-Development-Ansatz können wir Innovationen innerhalb weniger Wochen am Markt mit echten Kunden validieren, ohne einen direkten Bezug zu einer Marke herzustellen", erläutert Köhler. Zudem liefert Porsche Consulting aufgrund seiner Expertise in der Autowelt Analysen und Optimierungen, erstellt betriebswirtschaftliche Kalkulationen und unterstützt beim Aufbau agiler Produktorganisationen.

Der Premium-Anbieter Porsche hat sein Abo-Modell in der Zwischenzeit weiterentwickelt. Entstanden ist eine zweite Geschäftsmodell-Säule: Porsche Drive Flex. Das besonders Attraktive ist die freie Modellwahl während der Abo-Laufzeit: heute 911, morgen Cayenne, übermorgen Taycan. Christoph Köhler: „Egal ob der Weg ins Büro, Fahrspaß am Wochenende, ein Familienausflug oder ein Roadtrip mit Freunden – der Kunde hat ein Höchstmaß an Flexibilität, kann innerhalb der vielseitigen Flotte schnell und unkompliziert sein Fahrzeug wechseln." Monatlicher Fixpreis: 2.899 Euro. Die Mindestlaufzeit bei Porsche Drive Flex beträgt drei Monate, die Kündigungsfrist einen Monat.

Interview mit Marc Rieß: Träume erfüllen auf Zeit

Dr. Marc Rieß ist Geschäftsführer und Chief Operating Officer der Porsche Financial Services GmbH – einer 100-prozentigen Tochtergesellschaft des Sportwagenherstellers Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG. Im Gespräch mit dem Porsche Consulting Magazin beschreibt Rieß, was das Besondere bei Porsche Drive Abo ist.

Porsche Financial Services ist im August 2020 mit Porsche Drive Abo gestartet. Wie ist dieses neue Angebot seitdem angenommen worden?

Sehr gut. Wir haben mit kleinen Schritten begonnen. Dazu gehörten beispielsweise die Einführung neuer Prozesse und umfangreiche Händlerschulungen. Die Betreiber der Porsche Zentren spielen als unsere Partner und Garanten für Qualität auch für Drive Abo eine besonders wichtige Rolle. Wir haben

schon viele Kunden gewonnen. Für 2023 und die Folgejahre hoffen wir auf deutliche Steigerungen. Die größte Nachfrage für das Programm besteht aktuell bei den Baureihen 911 und Taycan.

Was unterscheidet Porsche Drive von anderen Auto-Abo-Modellen?

Über die Online-Plattform „Porsche Finder" können sich Interessierte und Kunden ihr Wunschfahrzeug aus einer Vielzahl von sofort verfügbaren Modellen aus unserem Bestand aussuchen, reservieren und das Fahrzeug über ihr lokales Porsche Zentrum abonnieren. Zu einem monatlichen Paketpreis ermöglichen wir die Nutzung des Fahrzeugs in vielen Ländern Europas, auch durch einen Zweitfahrer. Abgedeckt sind alle Kosten des Unterhalts sowie zum Beispiel auch für unseren Mobilitätsservice, die Porsche Assistance. Die hilft bei einer Panne oder einem Unfall. Außerdem ist beim Porsche Drive Abo das Connect-Paket „Navigation & Infotainment" inklusive. Nur die Kosten für das Tanken oder Laden fallen zusätzlich zum Paketpreis an. Der Händler vor Ort ist vollständig eingebunden. Er berät und steht neben Porsche Financial Services über die gesamte Laufzeit als kompetenter Ansprechpartner zur Verfügung. Der einfache und flexible Zugang zu unseren Porsche Fahrzeugen ohne langfristige Laufzeiten steht auch mit unserem neuen Produkt „Porsche Drive Flex" zur Verfügung. Im Rahmen eines Pilotprojektes bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit, zu einem monatlichen Paketpreis und mit einer Mindestlaufzeit von drei Kalendermonaten ihr Porsche Modell täglich mit einer Vorlaufzeit von jeweils zwei Werktagen zu wechseln.

Welche Ziele verfolgt Porsche mit seinem Auto-Abo-Angebot?

Marktstudien haben gezeigt, dass dieses Segment ein großes Potenzial hat. Daher möchten wir in diesem zukunftsträchtigen Geschäftsfeld nicht an der Seitenlinie stehen, sondern uns mit unseren Stärken einbringen und zusätzliche Mehrwerte für unsere Kunden schaffen. Unser Ansatz ist es, mit Porsche Drive Abo und Porsche Drive Flex eine neue und jüngere Kundengeneration an die Marke Porsche heranzuführen.

Wie lautet Ihre Prognose für den jungen Markt der Auto-Abos?

Die Entwicklung ist seit 2018 sehr dynamisch. Wir erwarten nicht nur in Deutschland signifikante Wachstumsraten. Auch in den USA und in China sehen wir Potenzial. Mit unseren Angeboten sind wir bestens aufgestellt, um auch dort unseren Kunden einen Mehrwert zu bieten.

Porsche Financial Services

Die Verantwortung für alle Porsche Mobilitätsservices ist bei Porsche Financial Services gebündelt. Die 100-prozentige Tochtergesellschaft des Stuttgarter Sportwagenherstellers baut die flexiblen Mobilitätsmodelle stetig aus. Der einfache und flexible Zugang zu den Fahrzeugen ohne langfristige Laufzeiten steht dabei im Fokus. Das Angebot umfasst zudem maßgeschneiderte Leasing- und Finanzierungsangebote für Porsche Fahrzeuge und die exklusiven Volkswagen-Marken Bentley, Lamborghini und Bugatti sowie Händlerfinanzierungen, Versicherungen und Kreditkarten. Das

Unternehmen ist mit mehr als 600 Mitarbeitenden international tätig und betreut weltweit mehr als 320.000 Leasing- und Finanzierungsverträge (Stand: 2022).

Info

Text erstmalig erschienen im Porsche Consulting Magazin.

MEDIA ENQUIRIES



Jan Boris Wintzenburg

Director Communications and Marketing
Porsche Consulting GmbH
+49 (0) 152 3911 8663
jan_boris.wintzenburg@porsche-consulting.com

Bildunterschriften

Pfad: Schneller Wechsel im Auto-Abo/Bilder/Bild_1.jpg
Titel: Dr. Marc Rieß, Geschäftsführer und COO bei Porsche Financial Services, 2022, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Dr. Marc Rieß, Geschäftsführer und Chief Operating Officer bei Porsche Financial Services, setzt auf eine enge Einbindung der Porsche Handelsorganisation bei den Porsche Drive Produkten. Credit: Porsche Consulting/Jörg Eberl

Pfad: Schneller Wechsel im Auto-Abo/Bilder/Bild_2.jpg
Titel: Dr. Marc Rieß, Geschäftsführer und COO bei Porsche Financial Services, 2022, Porsche Consulting
Bildunterschrift: „So mancher wird möglicherweise zunächst ein Abo nutzen, später einen Porsche leasen und dann kaufen", sagt Marc Rieß. Credit: Porsche Consulting/Jörg Eberl

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2022/unternehmen/porsche-consulting-schneller-wechsel-im-auto-abo-30747.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/6494831e-d752-49c5-8d4f-3510b41752eb.zip

Externe Links
https://www.porsche-consulting.com/de/home/