

# Es liegt nicht an den Kunden, man muss auch Fahrzeuge anbieten

Wie Autohändler und ihre Kunden den Trend zur Elektromobilität wahrnehmen, und wie der Handel agieren sollten – darüber hat sich Marlene Buchinger, Expertin für erneuerbare Energie und Elektromobilität, mit dem Autohändler Wolf Warncke unterhalten.

Von Marlene Buchinger

**W**ie sieht es mit der Bereitschaft zur Elektromobilität im Autoland Deutschland aus? Marlene Buchinger, Geschäftsführerin Buchinger Kuduz, ist Autorin des Blogs #RestartThinking – Wege zur Veränderungsfähigkeit. Sie hat sich im November 2020 mit dem norddeutschen VW-Händler Wolf Warncke unterhalten.

**Buchinger:** Das Autohaus Warncke ist in der Branche bekannt, da es weit mehr E-Fahrzeuge als der Wettbewerb verkauft. Wie hoch ist euer Verkaufsanteil bei E-Autos?

**Wolf Warncke:** In der Pkw-Sparte betrug der Verkaufsanteil der vollelektrischen PKWs von Januar bis Oktober 2020 47 %. Wir reden hier aber nicht von Hybrid. Hybrid wird häufig nur aus steuerlichen und nicht aus ökologischen Gründen gekauft – die meisten Hybrid-Kunden fahren in der Praxis zu wenig elektrisch. Nur rund 28 % der Hybrid-Fahrer nutzen diesen Antrieb wie vorgesehen. Es ist eine Katastrophe, dass die Regierung (Anm. Deutschland) nicht mehr Verantwortung übernimmt, um gegen diese Verschwendung von Steuergeldern vorzugehen, denn viele der Hybrid-Fahrer haben die Prämie gar nicht verdient.

**Buchinger:** Was ist die meistgestellte Frage bei E-Autos? Wovon haben die Kunden am meisten Bedenken?

**Warncke:** Reichweite und Laden sind die Hauptpunkte, die angesprochen werden. Ich nenne das auch Betriebssicherheit. Wenn diese Punkte nicht gegeben sind, interessieren sich die Kunden nicht näher für das Auto oder den Preis. Tesla hat in der Anfangszeit den Strom verschenkt, damit Sicherheit erzeugt und die Leute überzeugt.

**Buchinger:** Vielerorts ist es bei Händlern schwierig, einen Termin zum Testfahren zu bekommen, weil es zu wenige Fahrzeuge gibt. Zudem ist dort oft wenig Know-how vorhanden und man hat das Gefühl, E-Autos sind lästig. Was macht ihr, um den Kunden das unbekannte Ding Elektroauto näher zu bringen?

**Warncke:** Es liegt nicht an den Kunden, man muss auch Fahrzeuge anbieten. Erstens haben wir immer mehr E-Autos angemeldet als nachgefragt wurden, daher waren Probefahrten immer möglich. Und zweitens haben wir unseren Verkaufsmitarbeitern eine andere Denkweise mitgeben: Nämlich, dass der Beratungsaufwand zwar höher ist, aber dass man sich durch Erfahrung und Exper-

terwegs, weitere Strecken sind möglich und der Verbrauch ist niedrig. Ich habe selbst sogar schon mal eine Fahrt über Land mit 8 kWh/100 km geschafft. Das macht die leichte Bauweise möglich, aber trotzdem ist das Fahrzeug sicher. Der Einstiegspreis liegt bei etwa 22.000 Euro abzüglich der Umweltprämie, die beim e-Up absolut berechtigt ist. Das Angebot ist sehr attraktiv.

**Buchinger:** Wie siehst du die VW-Elektroauto Neuentwicklung auf der ID-Plattform?

**Warncke:** Es ist schade, dass der Verbrauch etwas höher ist als beim e-Golf, besonders da es sich um eine Neuentwicklung handelt. Man hatte die Chance, das E-Auto

## Wird E-Mobilität nur halbherzig gemacht, läuft uns der internationale Markt davon.

tise gegenüber anderen Verkäufern profilieren kann. Über den Preis oder den Rabatt kann jeder Verkäufer – auch ein schlechter – verkaufen. Wenn man aber durch Wissen und Kompetenz dem Kunden Sicherheit gibt, dass er eine gute Entscheidung trifft, dann hat man einen fachlichen Vorteil. Diese Sicherheit ist beim E-Auto entscheidend. Wenn der Verkäufer unsicher ist, dann kauft der Kunde nicht.

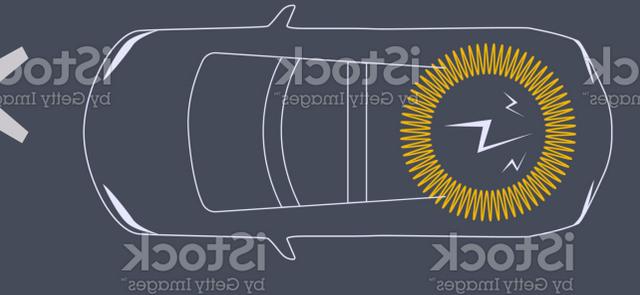
**Buchinger:** Welches ist dein Lieblingsmodell unter den E-Autos?

**Warncke:** Der e-Up ist mein Favorit – auch wenn ich den ID.3 kenne. Der e-Up hat eine 32 kWh-Batterie, das reicht bei einem Kleinwagen absolut aus. Er ist flott un-

auf der neuen Plattform neu zu denken. Klar, es gibt jetzt eine größere Reichweite – aber beim Modellwechsel des E-Golfs von 2014 auf 2017 wurden bei gleicher Baugröße und ähnlichen Werten plötzlich 50 % mehr Batteriekapazität erreicht. Jetzt hatte ich gehofft, dass bei einem von Grund auf neu konzipierten Modell, drei Jahre später, bessere Verbrauchswerte möglich sind.

**Buchinger:** Was hältst du von Gasfahrzeugen?

**Warncke:** Innerhalb der Verbrenner-Welt bin ich ein Fan von CNG-Fahrzeugen. Der Erdgas-Antrieb bedeutet eine Zwischenstufe von fossiler Energie und E-Mobilität – passend für Leute, die sich noch nicht an die



Wolf Warncke betreibt ein Autohaus in Tarmstedt in der Nähe von Bremen – gemeinsam mit seinem Bruder Peter in der dritten Generation. 45 Mitarbeiter kümmern sich um den Verkauf, die Reparatur und Wartung von PKW und Nutzfahrzeugen vornehmlich der Marke VW.

E-Mobilität trauen. Der Golf 8 kann jetzt als Erdgas-Variante bestellt werden, der Caddy 5 bald auch.

**Buchinger:** Du vertrittst seit Jahren die Ansicht, dass der Autverkäufer zum Mobilitätsdienstleister werden muss. Was sich dazu in der Branche in den letzten Jahren getan?

**Warncke:** Wir sind mit einem VW im Car-Sharing Anfang 2014 gestartet. Der Groschen war damals gefallen, als der lokale Sportverein über eine Verlosung einen VW-Bus bekommen hatte. Das Fahrzeug wurde aber wenig eingesetzt, manchmal stand er wochenlang, bis er manchmal «aus Mitleid» bewegt wurde. Dann kam über die Initiative Regenbogen die Idee mit einem Verleih-Caddy. Firmen aus der Region sponsornen über Werbung das Fahrzeug, das lokalen Vereinen für die Nutzung zur Verfügung steht. Das Fahrzeug muss nur vollgetankt

zurück gegeben werden. Das Autohaus ist Drehscheibe für die Abwicklung.

Genau das ist die Art der Denkweise: Warum soll sich jeder Verein ein eigenes Auto hinstellen? Und mit diesem Modell muss sich nicht ein jeder um Anmeldung, Wartung, TÜV, Versicherung und vieles mehr selbst kümmern. Es geht darum Mobilität zu nutzen, anstatt zu besitzen.

Von 2018 bis 2020 haben wir an einem Test mit dem Car-Sharing Anbieter Greenwheels mit einem Pool von acht Fahrzeugen in unserer ländlichen Region, verteilt auf sechs Dörfer, teilgenommen. Basis war die private E-Car-Sharing-Initiative in der Samtgemeinde Tarmstedt, die bereits seit 2015 existierte. Aber die Nutzerzahlen waren noch zu gering, um das wirtschaftlich auf Dauer zu betreiben. Dennoch haben wir in der Zeit wertvolle Erfahrungen sammeln können.

**Buchinger:** Was hast du darüber hinaus unternommen, um Mobilitätsdienstleister zu werden?

**Warncke:** Schon vor vier oder fünf Jahren bin auf den lokalen Verkehrsverbund zugegangen, da ich selber gerne Bus und Bahn fahre. Meine Frage war, »warum schaffen wir es nicht, eine Mobilitätskarte umzusetzen?«. Außerdem verkaufen wir seit Jahren das Niedersachsen-Ticket bei uns im Autohaus, sind als »Metronom-Treffpunkt« eine offizielle Ticket-Verkaufsstelle. Denn die Zukunft ist doch die Vernetzung der Fahrzeuge. Dazu muss man die unterschiedlichen Verkehrsmittel auf einfache Art kombinieren können. Der Nutzer muss eine Karte haben und nur noch einsteigen.

Meine Idee, die ich dem Verkehrsverbund vorgestellt habe, war eine Karte, mit der man gleichzeitig ein Leihauto und Buslinien nutzen kann. Darauf hat aber niemand reagiert. Ich habe dann nachgefragt. Als Antwort ist nur gekommen: »Wir haben Sie nicht verstanden.«

**Buchinger:** VW will nun der Elektroauto-Konzern werden – von der Führungsspitze sind dazu ganz neue Töne zu hören. Wie siehst du diesen Wandel?

**Warncke:** Man kennt das Tempo am chinesischen Markt. Daher kommt die Vorgabe von ganz oben, dass E-Mobilität die Zukunft ist. In China fahren schon Millionen E-Fahrzeuge, in Deutschland bejubelt man schon monatlich 30.000 Anträge für die E-Auto-Prämie, den Umweltbonus.

Und zweitens hat man in China schon mal erlebt, wie es ist, wenn man in einem Markt noch nur die Rücklichter anderer sieht. VW hatte früher 40 oder 50 % Marktanteil am chinesischen Markt. In China fahren derzeit nur wenige Prozent E-Autos von europäischen Herstellern. Daran erkennt man die Zeichen der Zeit.

Ich bin schon über das Tempo erstaunt und frage mich, ob man jene Kunden verlieren wird, die nicht von E-Mobilität überzeugt sind. In den nachgelagerten Ebenen der deutschen Autohersteller ist es nicht ganz so eindeutig, da es hier auch um persönliche Interessen, wie verkaufte Stückzahlen und gewohnte Erfolgsprämien geht.

Die Konzernspitze weiß jedenfalls, wenn E-Mobilität nur halbherzig gemacht wird, läuft uns der internationale Markt davon. Und wenn man weiß, um wieviel einfacher es ist, ein E-Auto zu bauen, dann weiß man auch, wie gefährlich die neuen Mitbewerber am Markt sind. ■

Das Gespräch ist ungekürzt erschienen unter [www.buchingerkuduz.com/de/restart-thinking/](http://www.buchingerkuduz.com/de/restart-thinking/)