

Panel 2.4: Fahrzeughandel in Österreich: Partner für Flotte und Fuhrpark

Gerald Windisch (BVe): Rolle des Fahrzeughandels verändert sich, dadurch entstehen neue Geschäftsmodelle. – Goran Maric (Stellantis): Am Ende zählen die Bedürfnisse der Kunden. – Dietmar Rath (Volvo): Für Innovation und Entwicklung ist internationale Zusammenarbeit notwendig. (Moderation: Gerald Windisch)

Fahrzeughandel wird zur zentralen Anlaufstelle

Gerald Windisch (BVe) skizzierte in seinem Impulsvortrag die wachsende Rolle des Fahrzeughandels als integrativer Partner der gewerblichen Mobilitätswende. Gefragt seien künftig nicht nur Fahrzeuge, sondern ganzheitliche Lösungen für Flottenkunden. Dazu zählen beispielsweise TCO-Bewertung, Lade- und Depotkonzepte, Energieversorgung, Batteriegesundheit, Restwerte und digitales Fuhrparkmanagement. Der Handel werde damit zur Organisationsplattform und zentralen Anlaufstelle für Unternehmen. Daraus ergeben sich neue Geschäftsmodelle wie Fleet-, Truck- oder Depot-as-a-Service, flexible Abo-Modelle und Second-Life-Konzepte für Batterien. Parallel dazu brauche es laut Windisch schnellere Netzanschlüsse, mehr Preistransparenz und skalierbare MCS-Korridore im Schwerlastfernverkehr.

Services beim Fahrzeugkauf inklusive

Um dieser neuen Rolle gerecht zu werden, müssen die Verkäufer entsprechend geschult sein, betonte Dietmar Rath (Volvo Car Austria). Goran Maric (Stellantis) unterstrich, dass am Ende die Bedürfnisse der Kunden zählen – ob rein elektrisch oder hybrid, ob privat oder gewerblich. Alle Stellantis-Nutzfahrzeuge verfügten bereits serienmäßig über integrierte Datenanbindung. Andreas Kostelecky (Maxus Motors) sieht die größte Herausforderung für kleinere Marken darin, mit begrenztem Portfolio möglichst viele Segmente abzudecken. Gerade im innerstädtischen Bereich ortet er zu wenig politische Unterstützung.

Zwischen globaler Kooperation und europäischer Unabhängigkeit

Ein weiteres Thema waren die technologischen und strategischen Herausforderungen auf Herstellerseite. Dietmar Rath erklärte, wie wichtig starke Kooperationen für die Weiterentwicklung seien. Volvo entwickle viele Lösungen gemeinsam mit dem chinesischen Mutterkonzern Geely, produziere aber weiterhin in Schweden und Belgien und möchte so die nordeuropäische Identität der Marke bewahren. „China ist State of the Art. Man kann Zukunftstechnologien nicht mehr allein entwickeln“, so Rath. Lukas Putz (MAN Truck & Bus Österreich) hob hervor, dass durch die Eigenfertigung von Batterien die Abhängigkeit vom Zukauf entfalle. Dank modularer Batteriepacks lasse sich Reichweite und Nutzlast flexibel anpassen, etwa für Müllfahrzeuge oder innerstädtische Kipper. Auch MAN analysiere mit den Kunden im Detail, welche Konfigurationen nötig sind.

Stahlunternehmen: „Wir wollen einen Schritt voraus sein.“

Die Sicht der Flottenanwender bestätigte das zuvor Gesagte: Der Handel soll nicht nur Fahrzeuge verkaufen, sondern ganzheitliche Lösungen bieten. Roman Divoky (Frankstahl) berichtete, dass das Stahlhandelsunternehmen kürzlich den ersten elektrischen Lkw in Betrieb genommen habe. Eine All-inclusive-Lösung hätte er sich allerdings schon vor drei, vier Jahren gewünscht. Auch seine Partner „wollen sich nicht mit x Ladekarten beschäftigen“. Innovation und Vorbildwirkung seien zentrale Motive für den frühen Umstieg gewesen. Als Marktführer stehe man unter Beobachtung – „wir wollen einen Schritt voraus sein“, so Divoky.

Zwei zentrale Punkte kristallisierten sich als Konsens heraus: Erstens die notwendige Transformation des Fahrzeughandels, mit allen Chancen und Herausforderungen. Zweitens die klare Ausrichtung an den Kundenbedürfnissen, verbunden mit kompetenter Beratung und ehrlicher Kommunikation.