SUCCEED-INSIGHTS

Nachrichten, Trends und Entwicklungen
aus der Unternehmerberatungswelt

Sind Autohäuser ein aussterbendes Geschäftsmodell?

Die Automobilindustrie erlebt derzeit ihren wohl fundamentalsten Wandel, der das klassische Geschäftsmodell von Autohäusern massiv unter Druck setzt. Technologische Sprünge, Digitalisierung und neue Antriebsformen lassen viele Unternehmer*innen zweifeln, ob der traditionelle Fahrzeughandel noch eine Zukunft hat. Doch dieser Umbruch markiert nicht das Ende, sondern die notwendige Evolution hin zum modernen Mobilitätsdienstleister.

In diesem Artikel erfahren Sie, wie Sie die aktuellen Herausforderungen nutzen, um Ihren Betrieb zukunftssicher und wettbewerbsfähig aufzustellen.



DIESES MAL IM BLICKPUNKT

Die Zukunft des Autohauses
als Mobilitätsdienstleister

SUCCEED
DIE UNTERNEHMERBERATER

©Erik Mclean von Pexels via Canva.com

Wandel statt Stillstand

Der traditionelle Dreiklang aus Neuwagenverkauf, Gebrauchtwagenhandel und Werkstattservice gerät durch externe Faktoren zunehmend ins Wanken. Digitale Plattformen und der Direktvertrieb der Hersteller treten in direkte Konkurrenz zum stationären Handel. Kunden sind heute oft besser informiert als der Verkäufer selbst, da sie sämtliche Daten und Testberichte online abgerufen haben, bevor der erste physische Kontakt stattfindet. Dies erfordert ein Umdenken: **Das Autohaus muss sich von einem reinen Verkaufsort zu einem Erlebnisraum wandeln, in dem die haptische Erfahrung und die persönliche Beratung einen echten Mehrwert bieten**, den das Internet nicht leisten kann.

Tipp: Investieren Sie in eine nutzerfreundliche Website inklusive virtueller Probefahrten, um den Kunden bereits digital abzuholen.

Ein weiterer wesentlicher Treiber des Wandels ist die technologische Disruption durch die Elektromobilität und perspektivisch das autonome Fahren. Da Elektrofahrzeuge aufgrund fehlender Verschleißteile wie Getriebe oder Auspuffanlagen deutlich weniger wartungsintensiv sind, werden die Erträge im klassischen Werkstattgeschäft zwangsläufig sinken. Unternehmer*innen müssen diesen Umsatzrückgang kompensieren, indem sie sich frühzeitig als Experten für Elektromobilität positionieren. Dies reicht von der spezialisierten Wartung bis hin zur Beratung und Installation von Ladeinfrastruktur beim Kunden zu Hause oder im Betrieb.

Tipp: Nutzen Sie Partnerschaften mit Energieversorgern, um Ihren Kunden Komplettpakete aus Wallbox und Installation anzubieten.

Parallel dazu verändert sich das generelle Verständnis von Mobilität in der Gesellschaft, weg vom reinen Besitz hin zur flexiblen Nutzung ("Nutzen statt Besitzen"). Gerade jüngere Generationen und Bewohner urbaner Räume hinterfragen die Notwendigkeit eines eigenen PKWs, was den Trend zu Carsharing und Auto-Abos befeuert. Für Sie als Händler bedeutet dies, **das Geschäftsmodell zu diversifizieren und sich als regionaler Mobilitätsdienstleister zu etablieren, der nicht nur Autos verkauft, sondern Mobilität in Form von flexiblen Mietmodellen, Leasing oder Sharing-Angeboten bereitstellt.**

Tipp: Prüfen Sie die Einführung von flexiblen Auto-Abo-Modellen, um Kunden langfristig zu binden, ohne dass diese ein Fahrzeug kaufen müssen.



©Erik Mclean von Pexels via Canva.com

Wandel statt Stillstand

Um in diesem kompetitiven Umfeld zu bestehen, ist eine exzellente **Kundenbindung (Customer Loyalty)** wichtiger denn je. Da Produkte zunehmend austauschbar werden, ist die Qualität der Dienstleistung und der persönlichen Beziehung das entscheidende Differenzierungsmerkmal. Durch den **Einsatz moderner CRM-Systeme und digitaler Tools** können Sie Kunden proaktiv ansprechen – etwa durch **personalisierte Angebote oder Erinnerungen** – und so die Loyalität erhöhen. Gleichzeitig sollten **innovative Technologien wie Augmented Reality (AR) im Showroom** genutzt werden, um Konfigurationen erlebbar zu machen, die physisch nicht vor Ort sind.

Tipp: Digitalisieren Sie Ihre Terminvergabe und Kommunikation, um die Effizienz zu steigern und die Erreichbarkeit zu optimieren.

Schlussendlich erfordert die Sicherung des Lebenswerks eine **Offenheit für neue Produkte** und Dienstleistungen, die über den Tellerrand des klassischen KFZ-Gewerbes hinausgehen. Dies kann die **Erweiterung der Produktpalette um Mikromobilität (z.B. E-Bikes oder E-Scooter) oder Finanzdienstleistungen und Versicherungen** beinhalten. Wer sein Autohaus als Zentrum für moderne Fortbewegung versteht und den Mut hat, alte Pfade zu verlassen, wird auch in Zukunft eine zentrale Rolle im Leben seiner Kunden spielen.

*Das Autohaus ist keineswegs ein aussterbendes Geschäftsmodell, doch seine traditionelle Form hat ein Ablaufdatum. Die Zukunft gehört jenen Unternehmer*innen, die den Wandel von der reinen Verkaufsfläche hin zum vielseitigen Mobilitätszentrum aktiv gestalten. Indem Sie die Chancen der Digitalisierung nutzen, sich auf neue Antriebstechnologien spezialisieren und flexible Nutzungsmodelle anbieten, machen Sie Ihren Betrieb krisenfest. Begreifen Sie die aktuellen Herausforderungen als Anlass, Ihre Strategie zu schärfen und Ihr Unternehmen als unverzichtbaren Partner für individuelle Mobilität neu zu positionieren.*



©Antoni Shkraba von Pexels via Canva.com