



E-MOBILITÄT

»Wer kann auf 25 Prozent Marktanteil verzichten?«

Im Handel unbeliebt, von der Politik gefördert, von Kunden mehr und mehr gefordert: Das E-Auto wird über kurz oder lang Anpassungsmaßnahmen im Autohaus erfordern. Ein Interview.

Das E-Mobil kommt. Welche Anpassungsnotwendigkeiten sind im Autohaus, vor allem auch im Service zu treffen? AUTOHAUS-Herausgeber Hannes Brachat sprach darüber mit Dennis Hartmann und Andreas Lemke von Cotedo Service aus München.

AH: Herr Hartmann, wie stufen Sie das aktuelle Bewusstsein in der Branche zum Thema E-Auto ein?

D. Hartmann: Das Elektroauto ist in der Branche nicht beliebt. Seine Zukunftsfähigkeit wird angezweifelt, sein ökologischer und ökonomischer Fortschritt immer noch schlechterdet.

AH: Wie müsste das Bewusstsein in Anbetracht der anstehenden E-Mobilitätsveränderung aussehen?

D. Hartmann: Wir brauchen in Sachen E-Auto eine Aufbruchstimmung! Die Poli-

tik fordert und fördert sie, die Kunden sind interessiert, die Energieversorger beteiligen sich an Lösungen ... Volkswagen äußert sich ganz markant für E-Autos. Das schließt ja die Fortentwicklung anderer Technologien nicht aus. Wasserstoff zum Beispiel. Die Experten gehen derzeit davon aus, dass mittelfristig ca. 25 Prozent der Neuwagen reine Elektroautos oder Hybride sein werden. Welches Autohaus kann schon auf 25 Prozent Marktanteil verzichten?

Autohäuser werden nach und nach Mobilitätsdienstleistungen offerieren. Stromtankstellen oder Betreibermodelle

» Wir brauchen in Sachen E-Auto eine Aufbruchstimmung! «

Dennis Hartmann

für Flottenkunden mit Ladeservice seien beispielhaft genannt.

Das Konzept

AH: Wie ist das Geschäftsmodell E-Mobilität aus Ihrer Sicht zu konzipieren, wenn Sie an die Hardware, die Werkstattgestaltung und die Ausrüstung denken?

A. Lemke: Wir hören häufig: „Unsere alte Wallbox wird das schon machen“. Die Entwicklung in der Ladetechnik hat sich in den letzten zwei Jahren sichtbar verändert. Das liegt zum einen an der größeren Anzahl von (geplanten) E-Fahrzeugen, aber auch an den gestiegenen Anforderungen an die technische Leistungsfähigkeit. Wo früher noch eine einfache Wallbox ihren Dienst tat, werden heute vernetzte Ladecluster eingesetzt, die ihre Daten im 4G-Netz (bald mit 5G) übertragen und so eine Steuerung der einzelnen Ladepunkte in Echtzeit ermöglichen. Dass

Fotos: © iRepair / stock.adobe.com, Cotedo, Prof. Hannes Brachat

die Ladesäulen alle aktuellen gesetzlichen Normen und Gesetze erfüllen müssen, halten wir für selbstverständlich!

AH: Und wie sieht das in der Werkstatt aus?

D. Hartmann: Die meisten Betriebe können mit ihrem existierenden Equipment Elektrofahrzeuge instand setzen. Der einzige Arbeitsplatz, an dem wirklich Änderungen stattfinden und eine sorgfältige Vorbereitung essenziell ist, ist der Akkutauschplatz. Also der Bereich, in dem Eingriffe in das Hochvolt-System vorgenommen werden. Hier steht die Sicherheit an erster Stelle. Das Raumangebot muss geprüft werden. Fluchtwege und Quarantäneplätze müssen angelegt werden. Eine spezielle Ausrüstung ist nicht nötig. Um die Sicherheit der Mitarbeiter zu gewährleisten, sind unbedingt Qualifikationsmaßnahmen notwendig. Das Tragen persönlicher Schutzausrüstung ist Pflicht!

E-Auto und Werkstattauslastung

AH: Bringt das E-Auto für die Werkstatt weniger Arbeit mit sich?

D. Hartmann: Wer seine Prozesskosten im Griff hat, sollte da nichts befürchten. Elektroautos bringen zwar aufgrund stark reduzierter Wartung tendenziell weniger Umsatz pro Durchgang, sie zeigen aber bereits deutlich ihre Bedarfe im Bereich der Elektronik, Batteriepflege oder auch Reifen. Es werden aber zweifellos zunehmend mehr Durchgänge für gleichen Umsatz nötig. Die Aufgabe ist es daher, vor allem die Effizienz in den Abläufen zu erhöhen. Und das gelingt. Auch dank Digitalisierung.

Mitarbeiterqualifizierung

AH: Was gilt es im Verkauf und im Service zu beachten? Wie wichtig ist die Qualifizierung der Mitarbeiter?

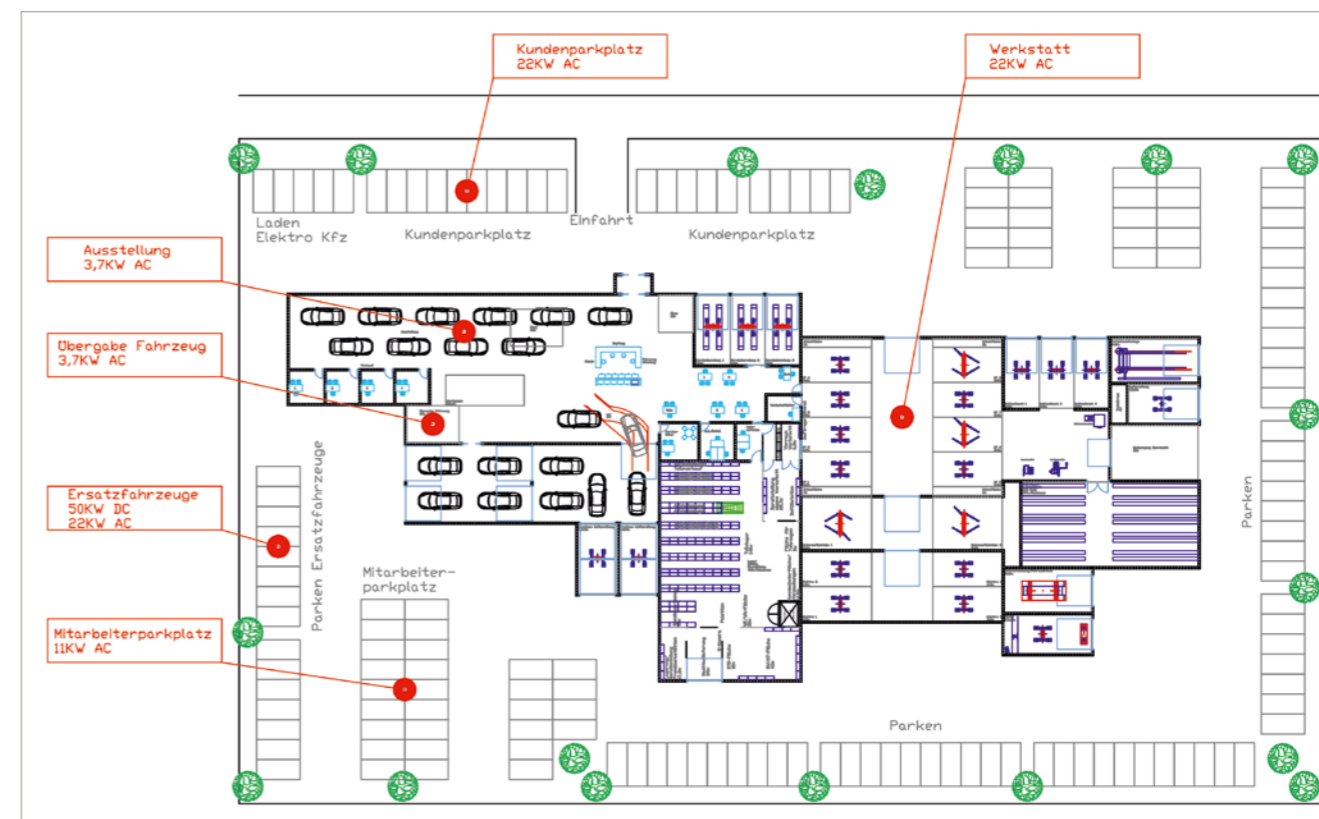
D. Hartmann: Ohne die bereits erwähnte durchdachte Ladeinfrastruktur kann ein erfolgreicher Vertrieb und Service von Elektrofahrzeugen nicht betrieben werden. Ein Elektro-Vorführgewagen, der morgens um 8 Uhr teilentladen ankommt, muss bis zur ersten Probefahrt um 11 Uhr voll geladen sein. Auch der Pool der Serviceersatzfahrzeuge wird wohl in Zukunft zu einem gewissen Pro-

KURZFASSUNG

Der Automobilhandel muss die E-Mobilität als Geschäftsmodell begreifen und sich in Sachen Ladetechnik, Werkstattausrüstung, Mitarbeiterqualifizierung etc. auf den aktuellen Stand bringen.

zentsatz aus Elektromobilen bestehen. Diese Fahrzeuge haben per se keine lange Standzeit im Autohaus. Sie sind ständig unterwegs. Um diese Fahrzeuge funktional zu halten, sind abgestimmte Prozesse und schnelle Ladelösungen notwendig. **A. Lemke:** Neben einer ansprechenden Fahrzeugpräsentation und einem emotionalen Fahrerlebnis bei der Probefahrt muss natürlich auch das Verkaufspersonal geschult sein, um die geeigneten Fahrzeuge für einen Kunden auszuwählen: Ein Elektroauto ist nicht für jedes Nutzerprofil geeignet, kann aber eine sehr gute Lösung sein, speziell bei vielen Kurzstreckenfahrten.

AH: Müssen Lade-Lösungen in jedem Fall softwaregestützt sein?



Der Kundenparkplatz, die Werkstatt, die Serviceersatzfahrzeuge, die Vorführfahrzeuge und die auszuliefernden Fahrzeuge müssen gleichzeitig mit Energie versorgt werden, damit die Vertriebs- und Serviceprozesse weiterhin funktionieren.

A. Lemke: Der Betrieb moderner Ladeinfrastruktur erfordert immer auch eine leistungsfähige und anpassbare Software. Neben den Grundfunktionen wie Nutzerdatenverwaltung, Ladepunktmanagement und Stör-Erfassung sollte ein modernes Back-End auch Funktionen wie Abrechnung und Flottenmanagement sowie eine Schnittstelle zum CRM und Kassensystem haben. Denn auch wenn heute viele Autohäuser ihren Strom noch an die Kunden verschenken, werden sich die Kosten mit steigender Anzahl an Fahrzeugen erhöhen, so dass eine Verrechnung der Ladeenergie unumgänglich wird.

Moderne Software bietet dem Autohaus neben zahllosen, frei anpassbaren Preismodellen auch die Möglichkeit, das Laden bewusst für Marketingmaßnahmen oder zur Kundenbindung einzusetzen: Vielleicht laden die ersten zehn Kunden heute umsonst, oder nächsten Samstag laden sie für die Hälfte? Sie könnten Ihren Kunden zum Beispiel für die ersten 100 kW ein Ladeguthaben auf der RFID-Karte speichern. Oder Sie kündigen Ihren Kunden eigene Events per App an und bieten gleichzeitig spezielle Konditionen für Ladestrom an.

Bei der Auswahl der Software sollte man darauf achten, dass die Intelligenz der Ladesäule nicht in der Hardware, sondern in der Software liegt und alle Systeme reibungslos und fehlerfrei aufeinander abgestimmt sein müssen. Hier kann es nützlich sein, einen Anbieter zu wählen, der viel Erfahrung hat und eventuell alles aus einer Hand bieten kann. Autohäusern mit mehreren Standorten empfehlen wir eine zentrale Verwaltung aller Ladesäulen. Das mindert den administrativen Aufwand und erhöht die Transparenz. Durch Betriebsvergleiche können zudem nützliche Erkenntnisse gewonnen werden, um die Performance weiter zu steigern.

Häufige Fehler

AH: Worin liegen die häufigsten Fehler bei der Auslegung der Ladeinfrastruktur?

A. Lemke: Nur wer seine verfügbare Restleistung kennt, kann sich ernsthaft mit dem Aufbau von Ladeinfrastruktur beschäftigen. Wir erleben allerdings immer wieder, dass Autohäuser selbst ihre grundsätzlichen Verbrauchswerte wie den Verbrauch, die Lastspitzen und die mögliche Anschlussleistung (verfügbare



Dennis Hartmann (r.) und Andreas Lemke mit Marketingleiterin Katharina Hradil. Aftersales-Experte Dennis Hartmann berät mit seinem Team jährlich über 400 Autohäuser in Deutschland und Europa und optimiert für sie Strukturen, Equipment und Ertrag. Andreas Lemke berät Autohäuser und Werkstätten zu allen Fragen rund um e-Laden, Vertrieb, Werkstattausrüstung und -strukturen.

Trafoleistung) nicht kennen und deren Wichtigkeit auch unterschätzen. Auf der anderen Seite stellen Hersteller und Importeure hohe Anforderungen an die Ladeinfrastruktur. Drei bis 13 Ladepunkte sind aber in Bestandsbauten nicht ohne weiteres möglich. Bei einer Erneuerung der Hausanschlussleitung oder der Neuerrichtung einer Trafostation kämen immense Kosten auf ein Autohaus zu, die die Einführung der Ladetechnik zu einer

» Die Entwicklung in der Ladetechnik hat sich in den letzten zwei Jahren sichtbar verändert. «

Andreas Lemke

großen Herausforderung machen würden. Ganz abgesehen davon, dass der Aufbau einer Trafostation mehrere Monate dauern kann und mit einem langwierigen Genehmigungsverfahren verbunden ist. Daher empfehlen wir, frühzeitig eine umfassende Energieanalyse und Planung erstellen zu lassen.

AH: Mit welcher Unterstützung kann ein Händler seitens der Hersteller/Importeure rechnen?

A. Lemke: Leider erleben wir häufig, dass die Hersteller und Importeure ihre Händler erst sehr spät oder auch unzureichend über die Anforderungen an die Ladeinfrastruktur informieren. Dazu kommt, dass Produkteinführungen immer wieder verschoben werden. Auch die Fahrzeugquote pro Markt und Händler

ist meist ein gut gehütetes Geheimnis der Hersteller. Das alles verunsichert den Handel und behindert den effizienten Ausbau der Ladeinfrastruktur. Oft werden nur allgemeine Anforderungen an die Ladetechnik kommuniziert. Kritisch sehen wir beispielsweise Forderungen nach 22 kW AC Ladetechnik, welche gemäß den Herstelleranforderungen über die Haushaltssteckdose betrieben werden kann. Was dann aber notwendigerweise dazu führt, dass aus einer teuren 22 kW Ladesäule nur 3,6 kW Leistung resultieren. Oder: Elektro-Vorführfahrzeuge mit Akkuleistungen zwischen 80 und 95 kW können im Autohaus nicht sinnvoll mit AC geladen werden. Insbesondere dann nicht, wenn das Fahrzeug nur einen 7,4 kW Gleichrichter verbaut hat. Dann dauert ein Ladevorgang zwischen 11 und 13 Stunden. Auch Serviceersatzfahrzeuge müssen schnell wieder an neue Kunden ausgegeben werden. Hier helfen nur schnelle DC-Lader, mit denen signifikante Ladekapazität in kurzer Zeit übertragen werden kann.

AH: Herr Hartmann, Herr Lemke, vielen Dank für das Gespräch!

Interview: Prof. Hannes Bracht ■

INFO

Das Beratungs- und Projektmanagement-Unternehmen Cotedo Service GmbH aus München wurde 2007 gegründet und hat sich auf die Beratung von OEMs, Autohäusern und Werkstätten spezialisiert. Weitere Informationen finden Sie auf www.cotedo.de