

Presse-Information

ViveLaCar revolutioniert das Autogeschäft

- **Autonutzung statt Besitz trifft den Zeitgeist**
- **Flexibilität statt lange Bindung**
- **ein attraktiver Komplettpreis statt versteckter Kosten**
- **Marken-Vertragshändler sind Partner der Plattform**

Mit einem völlig neuen Geschäftsmodell bedient das start up *Vive la Car* den Zeitgeist der Bezahlung nach Nutzung und setzt gleichzeitig einen starken Impuls für den lokalen Autohandel. Seit rund einem Jahr entwickelt das Unternehmen aus Stuttgart eine weltweit einzigartige Abo-Plattform, welche nun an den Start geht. Partner sind dabei die Marken-Vertragshändler, denn *Vive la Car* verzichtet darauf, eigene Fahrzeugbestände aufzubauen und versteht sich daher als Dienstleister für die Autohersteller und -händler - und nicht als Wettbewerber.

Der Markt für Auto Abos wächst. Das jüngeren Menschen ein eigenes Auto nicht mehr so wichtig ist, beobachten Experten seit Jahren. "Je jünger, desto größer die Bereitschaft, ins Auto-Abo zu gehen", meint auch der Automobilexperte Ferdinand Dudenhöffer, Professor an der Universität Duisburg-Essen. In einer Umfrage der Nürnberger Marktforschung Puls unter mehr als 1.000 Autokäufern bekundeten im Januar 26 Prozent der Befragten bis 30 Jahren Interesse daran, ein Auto zum Komplettpreis zu abonnieren – unter allen Befragten waren es 22 Prozent. Und über 70% der Befragten wollen dabei auch den lokalen Autohändler involviert wissen. Dass das Abo-Modell bei jüngeren Menschen besonders gut ankommt, führt Puls auf die "positiven Erfahrungen" mit Streamingdiensten wie Spotify und Netflix zurück. "Wer nichts mit dem späteren Gebrauchtwagenverkauf seines Autos zu tun haben will, das Risiko von unvorhergesehen Reparaturen scheut und ansonsten viel bei Amazon & Co. wegen der Bequemlichkeit einkauft, der hat mit dem Abo ein ideales Produkt", kommentiert Dudenhöffer.

Aber auch andere Studien belegen das große Interesse. Laut DAT Report 2019 sind 25% der befragten Autofahrer an einem Auto Abo interessiert. Die mediale Präsenz dieses Themas beschleunigt die Nachfrage.

Rund 26 Prozent der Kunden in Deutschland äußern demnach Interesse an entsprechenden Vertriebsmodellen, so eine weitere Studie zu diesem Thema von der Unternehmensberatung Wyman. Drei von zehn deutschen Interessenten könnten sich demnach vorstellen, ihr Auto zugunsten eines Fahrzeug-Abos abzuschaffen. Anders als das Carsharing sprechen Abo-Modelle auch eine finanzkräftige Kundengruppe an: 31 Prozent der Befragten gaben an, Monatsraten von über 1.000 Euro für akzeptabel zu halten, 23 Prozent davon zeigten sich mit über 1.250 Euro einverstanden. 55 Prozent aller in Deutschland befragten Konsumenten sind bereit, monatlich bis maximal 500 Euro für das Auto im Abo zu investieren.

Weitere Präferenzen der Studienteilnehmer in Deutschland sind die zulässige Jahreskilometerzahl (29 Prozent), die Modellvielfalt (26 Prozent), sowie der Service beim Austausch des Fahrzeugs (20 Prozent).

Durch das Angebot von *Vive la Car* an Gebrauchtfahrzeugen und Neuwagen von Marken-Vertragshändlern stehen Bestandsfahrzeuge zur sofortigen Nutzung zur Verfügung und als Mobility Fintech bildet *Vive la Car* alle Prozesse online ab. „Wir haben sämtliche Abläufe digitalisiert – bis hin zur Fahrzeugübergabe. Es ist nicht notwendig eine App zu installieren da wir unser Angebot mobil und responsive gestaltet haben. So kann jeder online mit jedem Endgerät unser Plattform-Angebot nutzen und sein Wunschfahrzeug im Abo buchen.“, so Wirtschafts-Informatiker Stefan Neumann, CTO von *Vive la Car*.

Alleine in Deutschland wechseln jedes Jahr über 10 Millionen Fahrzeuge den Besitzer. Bei einem derzeit vermuteten Marktanteil von 25% wären dies rund 2,5 Millionen potentielle Abonnenten. „Der Markt steckt noch in den Kinderschuhen aber wir sind sicher, hier in kurzer Zeit hohe Zuwächse zu sehen. Durch unser schnell wachsendes Partnernetz werden wir zügig ein breites Angebot an Fahrzeugen im Abo anbieten können.“, so Mathias R. Albert einer der Gründer und Geschäftsführer von *Vive la Car*.

Über *Vive la Car GmbH*: **vivelacar.com** verbindet erstmals das Angebot an Bestandsfahrzeugen beim Marken-Vertragshändler mit einem Abo-Angebot an den Endkunden und löst die Fragen der Refinanzierung des Fahrzeugs sowie der Versicherung zentral und digital über die **vivelacar.com**- Plattform. Als Mobility Fintech bildet **vivelacar.com** alle Prozesse digital ab.

Presse-Kontakt: Peter Hintze 07576/9616-12 hintze@mediatel.biz (Agentur MediaTel)