

E
L
E
K
T
R
O
M
O
B
I
L
I
T
Ä
T

IN ZAHLEN

Status quo des E-Antriebs
in Deutschland

IM INTERVIEW

TECHNO Gesellschafter über
E-Autos, die allgemeine Lage,
Chancen und Ziele

IM PORTRÄT

Lieferanten-Partner aus dem
360°-Portfolio von TECHNO

I N H A L T

04 INTRO

Elektrischer Unruhestifter: wie das E-Auto auf dem Markt ankam – und jetzt die Richtung vorgibt

05 ÖL IM WANDEL

Ein Statement von ExxonMobil

06 STATUS QUO

Zahlen und Fakten zu E-Mobilität in Deutschland

08 NACHGEFRAGT

Chancen, Herausforderungen, Ziele – TECHNO Gesellschafter über E-Mobilität

08 Dennis Schaar, Autohaus J. Wiest & Söhne

10 Michael Ziegler, Emil Frey

14 Thomas Giepen, Glinicke Automobil

16 Sönke Bränzel, B&K GmbH (WELLERGRUPPE)

18 Marten Kalmbach, Autohaus Kunzmann

20 Franz Hirtreiter jnr., AVP Autoland

22 Julian Lennart Stellpflug, Auto Weller

24 SCHMIERSTOFF DER ZUKUNFT

Ein Statement von Shell

26 TECHNO LIEFERANTEN-PARTNER

Das 360°-Portfolio für E-Mobilität im Autohaus





NEUER ANTRIEB. NEUE ANSPRÜCHE. NEUE ZIELE. GEMEINSAME WEGE.

Sehr geehrte Damen und Herren,

im letzten Jahr hat E-Mobilität einen rasanten Spurt hingelegt. Knapp 42 % aller Pkw-Neuzulassungen in 2021 hatten laut Kraftfahrtbundesamt einen alternativen Antrieb (BEV, Hybrid, Plugin, Brennstoffzelle, Gas, Wasserstoff). Ein Plus von ca. 70 % im Vergleich zum Vorjahr. Dabei wuchs besonders der Anteil der Pkw mit reinem Elektro-Antrieb (BEV): +103 %.* Ein enormer Anstieg. Mit größter Wahrscheinlichkeit ausgelöst durch die Innovationsprämie und zusätzliche Unterstützung bei der Einrichtung einer Wallbox. Klar ist: **E-Mobilität wird den weiteren Weg bestimmen. Fürs Erste. Mit Folgen für Hersteller, Zulieferer, Politik, Verbraucher und Handel.** Und dabei gibt es noch viel zu tun, wie uns unsere TECHNO Gesellschafter bestätigen. Heute möchten wir mit Ihnen die Einschätzung von sieben unserer Gesellschafter teilen – hinsichtlich Chancen, fehlender Unterstützung und einer Zukunft, die ganz im Zeichen einer diversen Mobilität steht. Mit welchen TECHNO Lieferanten-Partnern Sie diese Zukunft gestalten können, erfahren Sie in dieser **ersten Ausgabe der exklusiven Beitragsserie des TECHNO MAGAZINS »TMA FOKUS«, die in diesem Jahr den Schwerpunkt »Elektromobilität« hat.** Außerdem können Sie die Stimmen aus dem Gesellschafterkreis nachlesen, einen Blick auf den faktischen Status quo der E-Mobilität werfen und sich abschließend auf die beiden folgenden Ausgaben zu Flottenmanagement und Aftersales im Bereich der E-Mobilität freuen sowie eine zusätzliche Endkunden-Ausgabe, die Sie exklusiv in Ihrem Autohaus zur Verfügung stellen können.

Ich wünsche Ihnen viel Freude bei der Lektüre und freue mich auf Ihre Rückmeldung zu unserer neuen Beitragsserie.

Georg Wallus
Geschäftsführer
TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION

*Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt, Pressemitteilung 03/2022.

ENDLICH AUF DEM MARKT ANGEKOMMEN.

Brummen, blubbern, schnurren, fauchen, knattern ... Wer das Motorengeräusch eines klassischen Verbrenners beschreiben möchte, bedient sich oftmals einer solchen Lautmalerei. Und jeder weiß, was gemeint ist. E-Autos hingegen überraschen mit viel Stille. Innen wie außen. Ein völlig neues Fahrgefühl, das nun immer mehr Verbraucher für sich zu begeistern weiß: Über 500.000 E-Autos mit rein elektrischem Antrieb (BEV) waren im Oktober 2021 bereits in Deutschland unterwegs.

Angetrieben von der Innovationsprämie und einem stark gewachsenen Angebot seitens der Hersteller, hat sich der alternative Antrieb scheinbar nahtlos in die Liste der angebotenen Fahrzeuge eingereiht. Vom Cityflitzer über den SUV bis hin zum Sportwagen und Familien-Van: Das E-Auto bedient jetzt auch Klassen, die zuvor vorrangig Benziner und Diesel beherrscht haben. Die Modelle sind attraktiv im Design, sehr gut in der Ausstattung, begeisternd im Fahrverhalten und dank der Innovationsprämie und weiterer staatlicher Subventionierung im Fokus der Verbraucher. Kein Wunder also, dass die Verkaufszahlen für die »Stromer« gerade in den letzten beiden Jahren einen Auftrieb ohnegleichen erlebten.

Handel, Hersteller und Zulieferer hat der Auftrieb in eine Ausnahme-situation gebracht. Der Weg ist dabei klar vorgegeben, doch die Bedingungen (noch) nicht. Es fehlt an Investitionen in die Infrastruktur, an einheitlichen bundesweiten Regeln und an finanzieller Unterstützung für die, die die Umstellung letztlich in der Praxis realisieren sollen. Noch steckt die E-Mobilität in den Kinderschuhen. Welche Potentiale und welche Macht ihr Vordringen in den »klassischen« Autohandel hat, zeigt sich bereits im ersten Umdenken vieler Autohausmarken: Das Konzept des Händlers wird vielerorts durch das Konzept des Mobilitätsberaters abgelöst. Ein richtiger und wichtiger Schritt. Schließlich ist E-Mobilität nicht einfach nur »eine Herausforderung«: Die Antriebsart bietet mehr Potentiale als Ri-

siken für das Autohausgeschäft und fördert ein neues Denken, das den Handel nachhaltig transformieren kann.

»E-Mobilität ist aktuell ein wachsendes Geschäftsfeld im Autohandel. Als Partner und Dienstleister für unsere Gesellschafter können wir sowohl punktgenaue Beratung bieten als auch zeitnah die richtigen Partner aus unserem Netzwerk ins Spiel bringen. Ein entscheidender Vorteil, gerade in Bezug auf die zeitlichen Aufwände. Wir liefern auf Anfrage, unsere Gesellschafter wählen aus, E-Mobilität wird mit ausgewiesener Expertise realisiert. Effizient und effektiv.«

Ich berate Sie gern zu Fragen rund um das E-Mobilitäts-Portfolio von TECHNO.

Torsten Büntemeyer

Produkt Manager Dienstleistungen

T: 040.526 099 182 | E: buentemeyer@technoeinkauf.de

SETZEN SIE AUF DIE RICHTIGEN LIEFERANTEN-PARTNER FÜR IHR E-MOBILITÄTS-KONZEPT.

Wenn E-Mobilität im Autohandel vollumfänglich abgebildet werden soll, müssen unterschiedlichste Bereiche abgedeckt werden – von der Infrastruktur über Brandschutz bei der Arbeit an E-Autos bis hin zum Ladekabel-Angebot für diverse Anschlüsse. Über das TECHNO Portfolio haben Gesellschafter die Chance, schnell und direkt mit erfahrenen Lieferanten-Partnern zum Thema E-Mobilität in Kontakt zu kommen. Welche Partner dies sind, welche Angebote und Dienstleistungen Sie erwarten können, erfahren Sie in dieser Ausgabe des TMA FOKUS ab Seite 26.

DER ANTREIBER FÜR DIE TECHNOLOGISCHE EVOLUTION.

EIN STATEMENT VON EXXONMOBIL:

»Der Markt verändert sich. Kunden- und Verbraucherbedürfnisse entwickeln sich ebenso weiter wie alternative Antriebstechnologien. **Unsere Befragungen zeigen, dass sich die Verbraucher bei Elektrofahrzeugen am meisten Gedanken über Reichweite und Sicherheit machen.** Die Hersteller sind sich dieser Kundenanforderungen bewusst und möchten sicherstellen, dass ihre Fahrzeuge so effizient und langlebig wie möglich sind, um die Fahrzeugreichweite und die Fahrzeuglebensdauer zu verlängern und einen sicheren Betrieb zu fördern. Innovative Ansätze für Schmierstoffe sowie Antriebsflüssigkeiten werden von entscheidender Bedeutung sein, um die Anforderungen von Elektrofahrzeuganwendungen von morgen zu erfüllen.

Aufbauend auf eine mehr als 135-jährige Tradition hat es sich ExxonMobil zur Aufgabe gemacht, sein Know-how in den Bereichen Fluidtechnologie und Gerätemanagement zu nutzen, um Automobil- und Komponentenhersteller bei der Entwicklung von Elektrofahrzeugen zu unterstützen, die den Kunden ein herausragendes Fahrerlebnis bieten. Antriebsflüssigkeiten und Schmiermittel für Elektrofahrzeuge sind ein wesentlicher Bestandteil unserer Vision für eine sicherere und effizientere Zukunft. Aus diesem Grund haben wir unser **Mobil EV™**-Angebot eingeführt, bei dem es um nachhaltige Leistung geht: eine Erhöhung der Reichweite zwischen den Ladevorgängen, eine Verlängerung der Lebensdauer der Antriebskomponenten sowie einen Beitrag zu einem sicheren Fahrzeugbetrieb zu leisten.

Die Produktreihe Mobil EV™ wurde entwickelt, um die Mobilitätsanforderungen der Hersteller und Fahrer von Elektrofahrzeugen zu bedienen. Die Produkte enthalten sorgfältig ausgewählte und maßgeschneiderte Moleküle, die die Reichweite von batteriebetriebenen Elektrofahrzeugen zwischen den Ladevorgängen steigern, die Lebensdauer der Maschinenkomponenten verlängern und einen sichereren Fahrzeugbetrieb fördern.

Neben Antriebsflüssigkeiten und Fetten für Elektrofahrzeuge bietet **ExxonMobil** auch Polymere und andere Materialien an, die auf Leichtbau und Effizienzsteigerung von Fahrzeugen ausgelegt sind, damit Hersteller die Reichweite, Haltbarkeit und Sicherheit von Elektrofahrzeugen verbessern können.

Von führenden Automobilherstellern bis hin zur adrenalingeladenen Welt des Elektromotorsports unterstützt **ExxonMobil** seine Partner dabei, eine herausragende Fahrzeugeffizienz zu erzielen, ohne dabei Fahrzeugleistung, Dynamik oder Sicherheit einzubüßen. **Wir unterstützen unsere Partner bei der Entwicklung der kommenden Fahrzeuggenerationen, befüllen Zehntausende von vollelektrischen Fahrzeugen mit Mobil EV™ Produkten ab Werk und haben uns mit Porsche in der Formel E zusammengeschlossen, da unsere Mobil EV™ Produkte sowohl auf der Straße als auch auf der Rennstrecke zu Hause sind.**«

» mobil.com.de

Mobil EV™

»ALS WICHTIGER TECHNISCHER PARTNER SEIT MEHR ALS 25 JAHREN VERSTEHT KEIN ANDERER SCHMIERSTOFFLIEFERANT DIE LEISTUNGSPHILOSOPHIE VON PORSCHE SO GUT WIE EXXONMOBIL. SIE WAREN EINE NATÜRLICHE ERGÄNZUNG UNSERES FORMEL-E-TEAMS, WÄHREND WIR FÜR PORSCHE IN EINE AUFREGENDE NEUE ÄRA DES RENNSPORTS EINTRATEN.«

Thomas Laudenbach
Vizepräsident von Porsche Motorsport

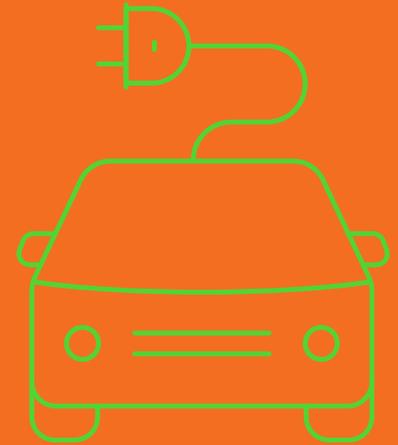
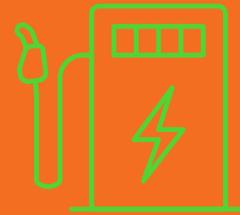


Der **Porsche 99X Electric** fährt auch 2022 wieder bei der ABB-FIA-Formel-E-Weltmeisterschaft ganz vorne mit, mit Unterstützung durch ExxonMobil.

E-MOBILITÄT IN ZAHLEN. EIN BLICK AUF DEN STATUS QUO.

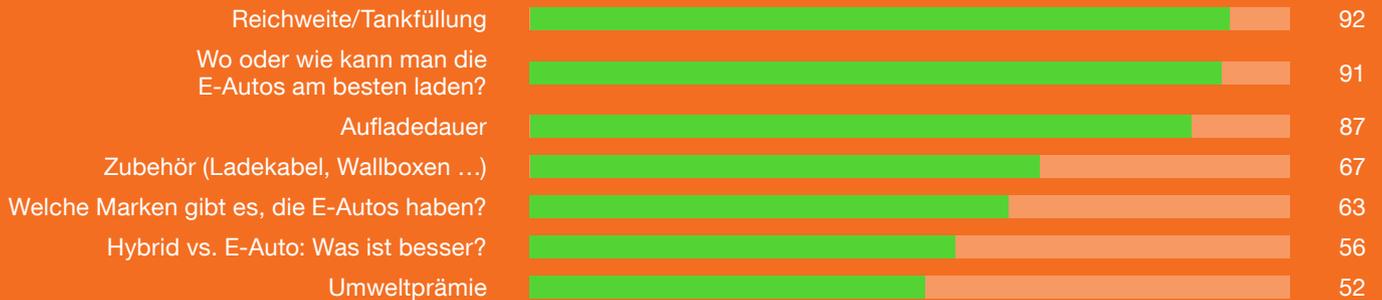
**100.000
KILOMETER**

oder eine Laufzeit von bis zu zehn Jahren beträgt die Lebensdauer der aktuell verbauten Lithium-Ionen-Akkus.¹

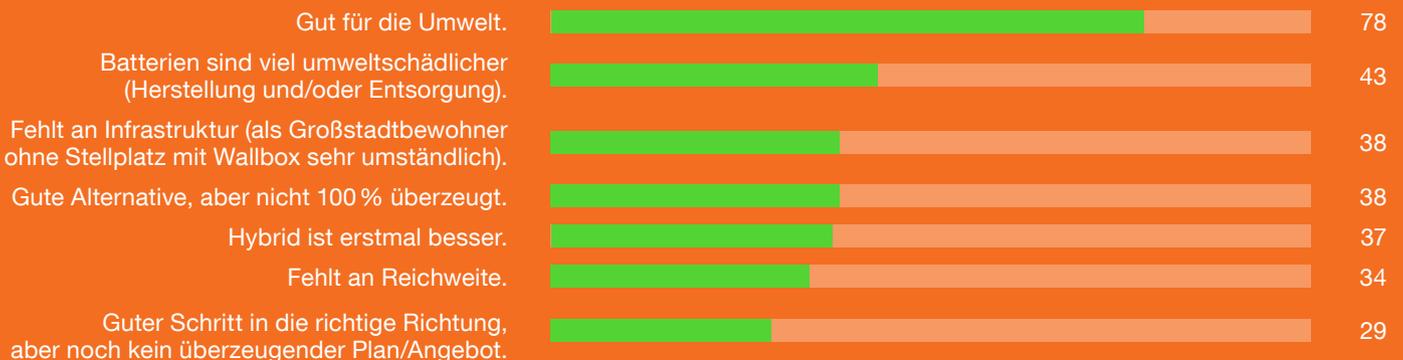


WIR HABEN 100 LEUTE GEFRAGT ...

...WELCHE FRAGEN HABEN SIE AN DAS AUTOHAUS, WENN SIE AN DEN KAUF EINES E-AUTOS DENKEN?



...WAS IST IHRE MEINUNG ZUM THEMA E-MOBILITÄT?





+210 %

Ladestromtarife (Anzahl 2019: 124; Anzahl 2021: 383).⁵



+122,0 %

Neuwagen mit einem Elektroantrieb (BEV, PHEV, Brennstoffzelle; Dezember 2020 bis Oktober 2021).³



ÜBER 258.000 FAHRZEUGE

wurden im ersten Halbjahr 2021 mit der Innovationsprämie gefördert.⁴

70

elektrische Fahrzeugmodelle deutscher Hersteller sind im August 2021 auf dem Markt.⁵



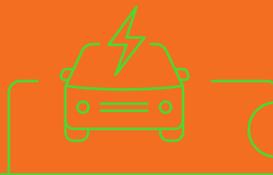
DEUTSCHLAND IST WELTMARKTFÜHRER

für verkaufte BEV/PHEV (12,6% Anteil am Gesamtmarkt, 2017 bis 2020).⁶



49.207 NORMALLADE- PUNKTE

7.214 SCHNELLLADE- PUNKTE⁷



MIND. 15 MILLIONEN

vollelektrische Pkw bis 2030 – Ziel des Koalitionsvertrags »Mehr Fortschritt wagen« der Ampelregierung, vorgestellt am 24.11.2021.

1 Quelle: EWERK E-Mobility, Whitepaper »Zukunft und Status Quo« | 2 Quelle: Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle | 3 Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt, Pressemitteilung Nr. 45/2021 | 4 Quelle: Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle | 5 Quelle: Vergleichsanalyse mobiler Ladestromtarife 2021 von EUPD Research | 6 Quelle: E-Mobility Index 2021 von Roland Berger – Advanced Technology Center und FKA GmbH Aachen | 7 Quelle: Bundesnetzagentur, Stand: 1. November 2021

NACHGEFRAGT

EIN AUSSCHNITT DER INTERVIEWS MIT TECHNO GESELLSCHAFTERN UND LEITENDEN ANGESTELLTEN ÜBER E-MOBILITÄT ALS DAS ZUKUNFTSBESTIMMENDE THEMA IM AUTOHANDEL, ÜBER GUTSTEHENDE CHANCEN UND FEHLENDE STELLSCHRAUBEN, ÜBER EINEN SICH VERÄNDERNDEN ARBEITSALLTAG UND VIELE NEUE ANFORDERUNGEN.

DAS BESTE FAHRGEFÜHL IST ELEKTRISCH.

Ein Interview mit **Dennis Schaar**, Teiledienstleitung Autohaus J. Wiest & Söhne GmbH, über Kundengruppen, bessere Infrastruktur, gesicherte Lieferzeiten und die Faszination für den neuen E-Antrieb.

Wo sehen Sie Chancen für das Autohaus in puncto E-Mobilität?

Dennis Schaar: »Die Chancen sind durchaus gegeben, denn die Nachfragen steigen enorm. Ob Hybrid oder 100% Elektroantrieb: Beide Antriebe haben sehr viel Potential. Klar, jedes Modell bringt Vorteile und auch Nachteile – hier muss klar nach Nutzen bzw. der Kundengruppe unterschieden werden.«

Was erwarten die Kunden aus Ihrer Sicht vom Autohaus zum Thema E-Mobilität?

Dennis Schaar: »Wir sprechen immer von Reichweite, aber in meinen Augen ist das nur ein Thema der Zeit und nicht zwingend der erste Punkt, welche Kunden von der E-Mobilität sofort fordern. Kunden wollen Infrastruktur, schnelle Ladezeiten, realistische Preisgestaltung und leichte Bedienung

der Fahrzeuge. Wenn wir diese Kombination schaffen, sind auch Kilometerleistungen von 300 bis 400 Kilometern durchaus machbar.«

»SICHER WIRD DAS ELEKTROFAHRZEUG BESTAND HABEN. OB ES ABER DIE EINZIGE ALTERNATIVE ZU UNSEREN HERKÖMMLICHEN VERBRENNERN BLEIBT, WIRD DIE ZUKUNFT ZEIGEN.«

Was erwartet das Autohaus von den Lieferanten und Fahrzeugherstellern, wenn es um E-Mobilität geht?

Dennis Schaar: »Aktuell sprechen wir von Problemen in der Halbleitertechnik, welche vorrangig behoben werden müssen, um wieder ein Lieferzeitebniveau hinzubekommen, das Kunden akzeptieren. Lieferzeiten bis hin zu fast einem Jahr, beim ID4 sind es aktuell 9 Monate, lassen jede Vorfrende verschwinden.«

Hersteller müssen sich zukünftig besser aufstellen, Kurzarbeit sollte der Vergangenheit angehören. In erster Linie sehe ich bei Lieferanten die Thematik »Schnittstellen – OCPP«. Hier kommen wir auch wieder zur Thematik Reichweite. Denn wenn alle miteinander kommunizieren, fällt es auch deutlich leichter, freie Ladepunkte zu finden. Das ist eine Verzahnung, die, in meinen Augen, gesetzlich geregelt werden muss.«

Fühlen Sie sich gut beraten in puncto E-Mobilität?

Dennis Schaar: »Persönlich lese ich viele Berichte und Erfahrungsschilderungen von vielen Firmen, Nutzern und in Foren. In Kombination mit den vom Hersteller zur Verfügung gestellten Mitteln ergibt es ein gutes Gesamtpaket.«

Wo sehen Sie Beratungsdefizite im Bereich E-Mobilität bei Ihren Mitarbeitern?

Dennis Schaar: »Das (Pandemie-)Thema, das uns aktuell beschäftigt, erschwert den Schulungsablauf enorm. Klar, viele Dinge können digital übermittelt werden, aber die praxisnahe Schulung kann und darf in Zukunft nicht fehlen oder ersetzt werden. Wenn ich mir vorstelle, beispielsweise meinen Kfz-gelernten Beruf zukünftig nur noch in digitaler Form übermittelt zu bekommen, würden viele wichtige Dinge verloren gehen.«

Wo kann Ihnen TECHNO beim Thema E-Mobilität helfen, was erwarten Sie von TECHNO?

Dennis Schaar: »Ich denke, dass allgemein gehaltene, nicht markenspezifische Schulungen bzw. Informationsveranstaltungen tiefere Einblicke schaffen könnten.«

Welche »Gaps« sieht Ihr Unternehmen hinsichtlich der Aufgabenstellung für ein Autohaus in puncto E-Mobilität? Beispielsweise bei Anforderungen vom Staat, Thema Sicherheit oder Entsorgung.

Dennis Schaar: »Aktuell liegt unser Fokus auf dem Thema Ladesäuleninfrastruktur, welche in Zukunft weiter ausgebaut werden muss. Jeder Kunde, der sein Fahrzeug zur Reparatur in die Fachwerkstatt übergibt, sollte dieses mit 100% Akkuladung wieder übergeben bekommen. Wir sprechen jetzt grundsätzlich nicht von einem kostenlosen Vorgang, das gilt es noch zu klären, aber die Möglichkeit, so viele Ladesäulen vorzuhalten, sehe ich eher als größere Herausforderung an.«

Perspektivisch: Wo sehen Sie das Thema E-Mobilität in 10 Jahren?

Dennis Schaar: »Man darf sich in diesem Thema nicht zu weit aus dem Fenster lehnen, denn eine Prognose über einen so langen Zeitraum hinweg ist schwer zu machen. Sicher wird das Elektrofahrzeug Bestand haben. Ob es aber die einzige Alternative zu unseren herkömmlichen Verbrennern bleibt, wird die Zukunft zeigen.«

Herr Schaar, vielen Dank für Ihre Zeit!



PERSÖNLICHES STATEMENT VON DENNIS SCHAAR

»Es gibt aktuell kein besseres Fahrgefühl als mit einem Elektrofahrzeug. Ob Beschleunigung oder Entschleunigung in Form der ruhigen Geräusentwicklung – diese Kombination schafft ein einzigartiges Fahrerlebnis.«

» wiest-autohaeuser.de

WIEST
GROUP

DER SPIELRAUM IST KLAR. ABER WAS SIND DIE REGELN?

Ein moderner Autohandel ist ohne E-Mobilität nicht mehr lange erfolgreich. Es muss umgebaut werden. Ein Gespräch mit **Michael Ziegler**, Geschäftsführer Einzelhandel Emil Frey und Mitglied des TECHNO Aufsichtsrates, über fehlende Unterstützung, gute Kooperationspartner und die zahlreichen Variablen im neuen Automarkt »E-Mobilität«.

Wo sehen Sie Chancen für das Autohaus in puncto E-Mobilität?

Michael Ziegler: »Als Autohaus sind wir die Schnittstelle zum Markt, das Bindeglied zwischen Hersteller und Kunde. Wir sollten uns als Kompetenzzentrum rund um die E-Mobilität verstehen. Unsere Chance ist es, diese Schnittstelle proaktiv für uns zu nutzen. Wir müssen der Fachmann für die E-Mobilität und das E-Auto sein und in allen Fragen als DER Ansprechpartner Nummer eins für unsere Kunden da sein! Weiterhin sind wir gefordert die Elektrifizierung als neues Geschäftsmodell aufzubauen. Einen Wettbewerbsvorteil werden wir jedoch nur erzielen, wenn wir schnell agieren. Für Kunden ist es wichtig, dass das Autohaus alle Fragen rund um das E-Auto und den dazugehörigen Service beantworten kann. Das ist eine große Chance für das Autohaus, Kompetenz zu beweisen!«

Was erwarten die Kunden aus Ihrer Sicht vom Autohaus zum Thema E-Mobilität?

Michael Ziegler: »Der Kunde hat ähnliche Ansprüche, wie er sie beim herkömmlichen Antrieb auch hat. Er erwartet einen umfangreichen und hochwertigen Service während des gesamten Lebenszyklus des E-Fahrzeugs. Weiterhin erwartet er fachkundige Verkäufer, Antworten auf alle Fragen rund um das Thema E-Auto, wie zum Beispiel zu Fördermaßnahmen, zu Wartungsthemen und natürlich zum Thema Laden und den Wallboxen. Das Autohaus muss ein kompetenter Ansprechpartner mit adäquaten Lösungen für alle Themen der Elektromobilität sein. Es gibt noch viele offene Fragen zu Themen wie Recycling der Batterie, Gebrauchtwagen-Vermarktung und zu neuen technischen Entwicklungen. Auch wenn wir die Antworten auf viele dieser Fragen vielleicht noch gar nicht kennen, so müssen wir den Anspruch haben, immer Fachmann zu sein.

Auch auf Fragen, die die Politik betreffen, auf Fragen der Technologiealternativen, der Sicherheit und neuer Nutzungskonzepte müssen wir als Autohaus dem Kunden gegenüber Antworten bieten können. Letztendlich übernehmen wir die Position eines Visionärs und müssen die Gunst der Stunde

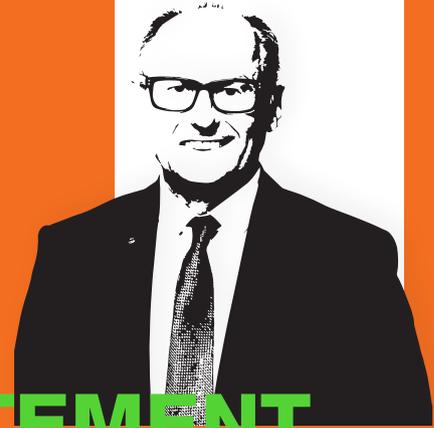
nutzen für neue Angebotsformen, um den Wegfall der Umsätze aus der Verbrennertechnologie zu kompensieren.«

Was erwartet das Autohaus von den Lieferanten und Fahrzeugherstellern, wenn es um E-Mobilität geht?

Michael Ziegler: »Vom Autohersteller erwarten wir eine faire Entlohnung unserer Leistungen. Das beginnt bereits bei der Verkaufsmarge und geht bis hin zu erforderlichen Investitionen in den Betrieben. Bislang bekommt das Autohaus zu wenig Unterstützung. Darüber hinaus erwarten wir marktgerechte und natürlich wettbewerbsfähige Produkte sowie Hilfestellung bei der Entwicklung neuer Umsatzmöglichkeiten, damit eine Kundenbindung entstehen kann und sich für Hersteller und Handel ein Nutzen entwickelt. Seitens der Zulieferer erwarten wir gleichermaßen eine gute Qualität von Produkten und Dienstleistungen zu marktgerechten Preisen, eine enge Abstimmung und gute Kooperationen, damit wir gegebenenfalls auch regionale Lösungen anbieten können, zum Beispiel mit dem Elektrogewerbe bei der Installation von Wallboxen. Nur so können wir ein marktfähiges Angebot bieten und das ist als Bindeglied zum Kunden sehr wesentlich. Selbstverständlich brauchen wir auch Verlässlichkeit, Nachhaltigkeit und Kalkulationssicherheit. Hinzu kommt die Unterstützung in administrativen Bereichen wie Antragswesen, Zuschussberechtigung etc. Wir benötigen selbstverständlich auch bestmögliche Produktinformationen, fachkundiges Personal und entsprechende Schulungsangebote von Fahrzeugherstellern und Zulieferern, damit wir im Autohaus dem Kunden als kompetenter Dienstleister zur Verfügung stehen können.«

Fühlen Sie sich gut beraten in puncto E-Mobilität?

Michael Ziegler: »Das muss man differenziert sehen und es ist von Fahrzeughersteller zu Fahrzeughersteller sehr unterschiedlich. Derzeit ist die Unterstützung nicht generell auf dem erforderlichen Niveau. Viele Fahrzeughersteller haben das Thema E-Mobilität zu spät aufgegriffen und sind bis heute nur bedingt wettbewerbsfähig. Vor dem Hintergrund, dass es sich um eine Frage der Überlebensfähigkeit im Markt handelt, wenn einzelne Hersteller den Marktanforderungen nicht standhalten können, haben wir als Autohaus auch ein Problem.



PERSÖNLICHES STATEMENT VON MICHAEL ZIEGLER

»Eines der größten Probleme der Klimapolitik ist das Wachstum der Menschheit. Dieses schreitet in hoher Geschwindigkeit voran und kompensiert viele Einsparungseffekte. Hinzu kommt das industrielle Wachstum der Schwellenländer. Wirtschaft und Menschen verbrauchen dadurch grundsätzlich mehr Energie und produzieren mehr an CO₂. Deutschland hat derzeit einen Anteil von 2 % am weltweiten CO₂-Ausstoß, davon sind 16 % dem Verkehrssektor zuzuordnen. Wenn Deutschland es schaffen würde, beim Verkehr klimaneutral zu werden, würde das die globale CO₂-Produktion um 0,32 % reduzieren. Im Vergleich zur weltweiten Situation wäre das ein Tropfen auf den heißen Stein. Das heißt, wir müssen uns bei der CO₂-Reduktion auch um Verursacher wie die Energiewirtschaft, Immobilien, Landwirtschaft, Luft- und Schifffahrt und vieles mehr kümmern. Um bei der CO₂-Reduktion eine nennenswerte Wirkung zu erzielen, reicht es nicht, national zu agieren. **Wirksamer Klimaschutz kann nur im internationalen Kontext erfolgen. In Deutschland bzw. in Europa können wir ideologischer Vorreiter werden, was aber zu globalem Agieren führen muss.** Das sind die größten Herausforderungen und dabei spielen zwei weitere Fragen eine essenzielle Rolle: 1. Ist die Finanzierbarkeit gesichert? 2. In welcher Geschwindigkeit ist dies zu realisieren?«

Beim Thema finanzielle Ausstattung haben wir im Handel das Nachsehen, da die Subventionen der Politik beim Hersteller, jedoch nicht in unseren Betrieben ankommen. **Das Autohaus muss Standards zu eigenen Lasten implementieren – und dabei reden wir von erheblichen Startinvestitionen –, die durch die langsame Durchdringung des Service-Marktes nicht oder sehr spät amortisiert werden können.** Auch beim Thema Schulungen sind viele Autohäuser auf sich selbst angewiesen. Es gibt zwar Angebote der Hersteller, diese sind jedoch vielfach nicht ausreichend. Das Autohaus muss selbst aktiv werden und von Verbänden und Organisationen Angebote nutzen.

Die finanzielle Unterstützung ist auch eine Frage der staatlichen Steuerung. Leider wird das Gewerbe von der Politik dabei völlig vernachlässigt. Bislang streichen die Hersteller die Subventionen ein und schreiben erforderliche Investitionen als Standards in die Händlerverträge. Die Politik darf hier nicht einseitig entscheiden, sondern muss sich die Frage stellen, wer die Umsetzungsgaranten im Markt sind. Das ist eindeutig Aufgabe des Gewerbes. Die Autohäuser müssen bei Fördermaßnahmen involviert und nicht durch zu hohe Investitionen in wirtschaftliche Not getrieben werden.«

Wo sehen Sie Beratungsdefizite im Bereich E-Mobilität bei Ihren Mitarbeitern?

Michael Ziegler: »Die E-Mobilität hat sich schrittweise entwickelt und wird auch schrittweise im Autohaus ankommen. Aus diesem Grund wird es auch eine dauerhafte Aufgabe, die Mitarbeiter auf dem aktuellen Stand der Technologie zu halten.

Bislang war das Herz des Autos der Verbrennerantriebsstrang und hierzu sind die Verkäufer über viele Jahre fit gemacht worden. Jetzt ist es erforderlich, die Mitarbeiter für die Veränderung zu sensibilisieren. Heute müssen wir zusätzlich das Elektro-Know-how transportieren und das erfordert neues Wissen. Es ist keine Selbstverständlichkeit, alle Varianten des E-Antriebes zu kennen, aber es wird vom Mitarbeiter erwartet und das benötigt Zeit und Bereitschaft. Das Bewusstsein für die anderen Eigenschaften der neuen Produkte muss geschaffen werden. Aber Produktwissen alleine ist nicht ausreichend. Es geht darum, rund um das Produkt zu beraten, welche Zuschüsse es gibt, was eine Wallbox leistet und welche Bezahlungssysteme und Abrechnungsmodelle im Markt existieren. Viel mehr Informationen als vorher. Daher muss in den Betrieben das Thema E-Mobilität in den Mittelpunkt gestellt werden. Es kommt darauf an, Zusatznutzen zu generieren, die Veredelung der Dienstleistung an die Kunden zu bringen. Dabei müssen alle Mitarbeiter mitgenommen werden.«

Wo kann Ihnen TECHNO beim Thema E-Mobilität helfen, was erwarten Sie von TECHNO?

Michael Ziegler: »TECHNO kann für seine Gesellschafter eine Ideenfabrik beim Aufbau eines neuen Geschäftsmodells sein. Die Frage, die sich TECHNO hier stellen muss, ist: Wie kann ich meine Mitglieder unterstützen neue Wertschöpfung zu schaffen? Dabei kann TECHNO helfen die E-Mobilität zu organisieren und mithilfe im Umfeld der E-Mobilität neue Chancen zu entdecken und neue Angebote zu generieren. Dabei geht es auch um Themen, die wir heute noch zu wenig auf der Agenda haben, die aber über kurz oder lang im Autohaus ankommen werden, wie zum Beispiel Recycling von Batterien, Vermarktung von Strom- und THG-Zertifikaten etc. Hier kann sich TECHNO engagieren und sowohl marken- als auch flächenübergreifende Lösungen anbieten. Dann wäre da noch das Thema Gebrauchtwagenmarkt. Speziell für die E-Mobilität wird der Gebrauchtwagenmarkt ein hochkomplexes und schwieriges Thema. Es stellt sich die Frage, wie TECHNO dem Handel unter die Arme greifen kann, wenn es um Preisverfall oder Vertriebschancen geht. Im Moment entstehen zusätzliche Fragen, die sich aus dem Klimawandel ergeben wie zum Beispiel der Quotenhandel für Treibhausgase (THG). Wie kann ich aus dem Quotenhandel ein Geschäftsmodell für TECHNO Partner machen? Bei all diesen vielschichtigen Themen kann TECHNO seinen Gesellschaftern kompetente Lösungen anbieten und sich mit Themen der Zukunft auseinandersetzen.«

»LETZTENDLICH ÜBERNEHMEN WIR DIE POSITION EINES VISIONÄRS UND MÜSSEN DIE GUNST DER STUNDE NUTZEN.«



Welche »Gaps« sieht Ihr Unternehmen hinsichtlich der Aufgabenstellung für ein Autohaus in puncto E-Mobilität? Beispielsweise bei Anforderungen vom Staat, Thema Sicherheit oder Entsorgung.

Michael Ziegler: »Es gibt viele ungelöste Fragen im Umgang mit Batteriefahrzeugen. Viele Anforderungen sind noch nicht vollumfänglich definiert und das macht es nicht einfach. Die Herausforderungen beginnen beim erforderlichen Investitionsvolumen. Wir sprechen pro Betrieb von 60.000–250.000 € Kapitalbedarf (je nach Marke) und seitens der Politik und der Hersteller fehlen hier Fördermaßnahmen bzw. Subventionen für Kfz-Betriebe. Hinzu kommt, dass wir aktuell eine Vielzahl unterschiedlicher Ladesysteme im Land haben und dadurch kein einheitliches Lademanagement gewährleistet ist. Kunden sollten sorglos an jede Ladesäule fahren und einheitlich ihr Fahrzeug laden können. Einheitliche Bezahlssysteme, einheitliche Preise und einheitliche Anschlüsse sollten Standard sein. Es gibt noch viele Anforderungen, die kurzfristig zu erfüllen sind – wie auch die oben genannten Themen: Ladeinfrastruktur, Gebrauchtwagenmarkt, THG-Quotenhandel und Recyclingfragen, um nur einige zu nennen. Wie mit jeder neuen Technologie ist vieles eine Frage der Erfahrung und der möglichen Wertschöpfung. Es wird noch lange dauern, bis wir ausreichend Fahrzeuge im Markt haben, um die getätigten Investitionen zu amortisieren.«

Perspektivisch: Wo sehen Sie das Thema E-Mobilität in 10 Jahren?

Michael Ziegler: »Irgendwann fliegen wir durch die Luft und kümmern uns nicht mehr um Straßen, sondern um Luftwege.« Wir sind am Beginn eines Technologiewandels. Für die nächsten 10 Jahre sind aus heutiger Sicht die Weichen in Richtung E-Mobilität gestellt. Die Politik hat ihre Klimaziele definiert und die Leitplanken sind gesetzt. **Die Industrie hat die Herausforderungen angenommen und sich entschieden, diese Ziele mit Hilfe der Elektrifizierung zu erreichen.** Momentan wird zwar geforscht, aber kein Hersteller investiert in die Produktion alternativer Antriebsarten. Ob das alles so richtig ist, wird in erster Linie auch davon abhängig sein, ob es gelingt, die Ziele der Klimapolitik zu erreichen, und das ist eine internationale Herausforderung. In Deutschland sind wir aktuell bei einem Anteil von 45 % erneuerbarer Energie, das heißt, wir müssen noch deutlich zulegen. Weltweit liegt der Anteil erneuerbarer Energie deutlich unter 10 %.

Wenn wir uns die Herausforderungen vor Augen führen, um klimaneutral zu werden, dann stellen uns Machbarkeit, Umsetzungsgeschwindigkeit und Finanzierung vor enorme Probleme. Momentan fehlen auf viele der Fragestellungen noch glaubhafte Antworten seitens der Politik. Der dogmatische Weg der E-Mobilität ist technologisch und klimatechnisch zumindest zu hinterfragen. Es ist immer problematisch und meist auch unklug, auf ein Pferd zu setzen. Momentan er-

»TECHNO KANN FÜR SEINE GESELLSCHAFTER EIN KATALYSATOR SEIN UND EINE IDEENFABRIK BEIM AUFBAU EINES GESCHÄFTSMODELLS. DIE FRAGE, DIE SICH TECHNO HIER STELLEN MUSS, LAUTET: WIE KÖNNEN GESELLSCHAFTER BEIM AUFBAU EINES NEUEN GESCHÄFTSMODELLS UNTERSTÜTZT WERDEN?«

zielen Wasserstoff und E-Fuels einen deutlich niedrigeren Wirkungsgrad und sind damit viel zu teuer. Daher ist es schwer zu sagen, wo die Entwicklung langfristig hingeht. Sicherlich werden wir aber in 10 Jahren eine deutlich höhere Quote an E-Autos haben und als Autohaus kommt man auch gar nicht daran vorbei, diesem Trend beizuwohnen, da Politik und Industrie die Rahmenbedingungen vorgeben. Meines Erachtens werden wir von Technologiesprüngen abhängig sein und diese können sowohl bei der Batterietechnologie als auch bei der Wasserstofftechnologie erfolgen. Auch die Frage der langfristigen Verfügbarkeit von Ressourcen ist nicht außer Acht zu lassen. Aus heutiger Sicht ist das schwer zu sagen, wo wir in 10 Jahren wirklich stehen werden, da der Erfolgsweg davon abhängig ist, wie sich die Welt entwickelt – die größten Treibhausgasverursacher wie China, USA und Indien, die stark von der traditionellen fossilen Energieerzeugung geprägt sind, geben kraft ihrer Größe Richtung und Tempo vor.

Klar ist aber auch, dass wir bei einem derzeitigen weltweiten Bestand von 1,3 Mrd. Fahrzeugen noch lange mit Verbrennern leben werden. **Der Bestand an Elektrofahrzeugen liegt weltweit noch unter 1 %.** Klimaschutz ist ohne Emissionsoptimierung des Verbrennerbestandes nicht möglich. In der EU wird unabhängig davon das Verbrennerverbot umgesetzt, aber es bleibt klimapolitisch wie finanziell ein schwieriger Weg.«

Herr Ziegler, vielen Dank für Ihre Zeit.



» emilfrey.de

DAS WIRD SCHNELLER GEHEN ALS ERWARTET.

E-Mobilität heißt: andere gut beraten und sich selbst bestens informieren. Über eine Technologie, die die Zukunft ist – und viel vom Autohandel fordert. Ein Gespräch mit **Thomas Giepen**, Geschäftsführer Glinicke Automobil Holding GmbH & Co. KG.

Wo sehen Sie Chancen für das Autohaus in puncto E-Mobilität?

Thomas Giepen: »Gute Chancen bestehen in Kundenkontakten mit hoher Beratungsqualität zu einer neuartigen Mobilität. Außerdem können flankierende Produkte und Dienstleistungen wie Ladekarten und Wallboxen oder der Installationsservice angeboten werden.«

Was erwarten die Kunden aus Ihrer Sicht vom Autohaus zum Thema E-Mobilität?

Thomas Giepen: »Die Erwartungshaltung ist umfassende Beratung, auch in der Gegenüberstellung von BEV-, PHEV- und klassischen Verbrennerfahrzeugen. Hier spielen alle Faktoren der Fahrzeugnutzung eine Rolle, beispielsweise jährliche und tägliche Fahrleistung, gewünschte Fahrzeuggröße beziehungsweise davon ableitbares Gewicht, Zugang zu Ladeinfrastruktur und gegebenenfalls Bereitschaft zur temporären Nutzung von alternativer Mobilität (Leihwagen, Zug). **Intensive plus komplexe Beratung.**«

Was erwartet das Autohaus von den Lieferanten und Fahrzeugherstellern, wenn es um E-Mobilität geht?

Thomas Giepen: »Da gibt es aus meiner Sicht keinen Unterschied zu den bisherigen Anforderungen. **Wir brauchen für unsere Kunden moderne, zuverlässige und in der jetzigen Zeit lieferbare Fahrzeuge.** Dazu gehören natürlich die für den Service erforderlichen Qualifizierungen für unsere Teams und die fahrzeugspezifischen neuen Spezialwerkzeuge und Testgeräte.«

Fühlen Sie sich gut beraten in puncto E-Mobilität?

Thomas Giepen: »Ja, die verfügbaren Informationen sind vielfältig und tiefgreifend. Durch die anhaltende und schnelle Weiterentwicklung der Technologie ist es aber eine Herausforderung, bei neuen Entwicklungen, beispielsweise in Batterietechnologie, Ladetechnik und -infrastruktur oder flankierenden Dienstleistungen, stets präsent zu sein. **Man ist dann gut beraten durch eine Mischung aus dem Informationsangebot von Herstellern, aber auch proaktiver Informationsbeschaffung.**«

Wo sehen Sie Beratungsdefizite im Bereich E-Mobilität bei Ihren Mitarbeitern?

Thomas Giepen: »Das bezieht sich teilweise auf den vorgenannten Punkt. Welche tatsächliche Reichweite kann ich für die Autobahnfahrt planen? Wie verändert sich der Verbrauch in Abhängigkeit von Jahreszeit und Außentemperatur? Wie häufig sind öffentliche Ladesäulen nicht funktionsfähig oder belegt? Wie lange dauert der Ladevorgang in Abhängigkeit von Leistung der Ladesäule und Füllstand der Batterie tatsächlich? Auch die Implementierung der E-Mobilität bei den Nutzfahrzeugen erfolgt etwas zeitverzögert, sodass in diesem Bereich die Anwendungserfahrung äußerst gering ist. »Gaps« an sich ist hier der falsche Begriff – **es fehlen einfach noch Erfahrungswerte, die geschaffen werden müssen.** Das ist der bisherigen kurzen Erfahrungszeit geschuldet.«

»UNSEREN MITARBEITERN FEHLT, WIE UNSEREN KUNDEN AUCH, DIE EIGENE LANGZEITERFAHRUNG IN DER NUTZUNG ELEKTRISCH BETRIEBENER FAHRZEUGE.«

Wo kann Ihnen TECHNO beim Thema E-Mobilität helfen, was erwarten Sie von TECHNO?

Thomas Giepen: »Neben dem Angebot von Wallboxen und Ladeequipment können auch ein attraktiver Ladekartenanbieter oder auch das »überregionale« Angebot der Wallboxinstallation interessant sein, allerdings sind schon fast unübersichtlich viele Player (auch von den Herstellern animiert) im Markt. Vom Grundsatz her bietet TECHNO eine gute Struktur mit guten Lieferanten-Partnern zu jedem Thema – und **TECHNO Lieferanten-Partner sind meist eine gute Empfehlung.**«

Welche »Gaps« sieht Ihr Unternehmen hinsichtlich der Aufgabenstellung für ein Autohaus in puncto E-Mobilität? Beispielsweise bei Anforderungen vom Staat, Thema Sicherheit oder Entsorgung.

Thomas Giepen: »Es wäre schön, wenn der Zugang zu staatlicher Förderung für die Installation von eigener Ladeinfrastruktur oder die Vorhaltung großer elektrischer Leistung einfacher wäre bzw. der Staat die Netzbetreiber bei der Versorgung des wachsenden Bedarfs an elektrischer Leistung unterstützen würde.

Das Thema Sicherheit (beispielsweise bei Unfällen) sehe ich bei den Kommunen bzw. Feuerwehren. Wobei ich weiß, dass diese nur teilweise für eine große Havarie, wie bei einem Batteriebrand, ausgerüstet sind.

Für die endgültige Entsorgung »kritischer« Bauteile werden die Hersteller sicher Rücknahmeprozesse umsetzen oder wahrscheinlich sogar Recyclingprozesse etablieren.«

Perspektivisch: Wo sehen Sie das Thema E-Mobilität in 10 Jahren?

Thomas Giepen: »Meines Erachtens wird der Technologiewechsel zur Elektromobilität schneller ablaufen als heute prognostiziert. Die Abkehr vom Verbrennungsmotor wird in den Regionen, in welchen eine ausreichend dichte Ladeinfrastruktur errichtet werden kann, vorzeitig erfolgen. Die Investitionsbudgets der Hersteller fließen in hohem Maße in die Weiterentwicklung und Produktion von Batterien und elektrischen Fahrzeugen.

Auch dadurch könnte sich die Etablierung der Wasserstofftechnologie verzögern oder vorerst auf Langstreckenfahrzeuge, Lkw oder gar Schiffe beschränken. Allerdings ist eine ausreichende Verfügbarkeit sauberer elektrischer Energie in riesigen Mengen zu gewährleisten, damit neben der empfohlenen Abkehr von fossilen Brennstoffen, wie in Bereichen der Gebäudeheizung, auch viele Millionen E-Fahrzeuge CO₂-neutral bewegt werden können.«

Herr Giepen, vielen Dank für Ihre Zeit!

PERSÖNLICHES STATEMENT VON THOMAS GIEPEN

»Ich bin von der E-Mobilität begeistert und fahre schon seit fast 2 Jahren überwiegend elektrisch. Der Erfolg wird aber auch abhängig davon sein, dass die Autofahrer umdenken. Die Reichweite eines Fahrzeugs muss nur für 95% der Nutzung ausreichend sein, für die anderen 5% sollten temporäre Alternativen (Mietwagen, Bahn, Flugzeug) mit einfachem Zugang verfügbar sein. **Ich glaube fest an den Transfer der individuellen Mobilität zum elektrischen Antrieb**, langfristig auch unter Einbeziehung der Wasserstofftechnologie. Auch bin ich überzeugt, dass noch Technologiesprünge zu mehr Reichweite, günstigeren Herstellungspreisen und nachhaltiger Produktion möglich sind. Ich hoffe sehr, dass in vielen Regionen der Welt die Voraussetzungen geschaffen werden können, die erforderlichen und riesigen Mengen elektrischer Energie klimaschonend zu produzieren.«

» glinicke.de

Glinicke
AUTOMOBILGRUPPE



E-MOBILITÄT IST ARBEITEN UND FORSCHEN AM LEBENDEN OBJEKT.

Sönke Bränzel, Projektmanager B&K GmbH (WELLERGRUPPE), weiß, wie viel Freude das Fahren in einem E-Auto macht und welche Möglichkeiten in der Technik stecken. Ein Gespräch über Anforderungen an das Autohaus, den Staat, die Technik und die Geschäftspartner.

Wo sehen Sie Chancen für das Autohaus in puncto E-Mobilität?

Sönke Bränzel: »Das Thema beschäftigt uns alle seit ein paar Jahren und ich denke, die größte Chance für uns als Autohaus ist, dass wir beim Endkunden mit unserer Beratungsqualität und unserem Know-how als kompetenter Ansprechpartner auftreten können. Unser Vorteil ist, dass wir uns als All-in-one-Anbieter platzieren können. Bei uns bekommt der Kunde alles aus einer Hand: Informationen zum E-Auto, zu den Wallboxen, zur Infrastruktur und zu Förderungsmöglichkeiten. Wir sind nicht nur kompetenter Verkäufer, sondern auch Berater. In Anbetracht des komplexen Themas und des hohen Beratungsbedarfs ist das eine große Chance.«

Was erwarten die Kunden aus Ihrer Sicht vom Autohaus zum Thema E-Mobilität?

Sönke Bränzel: »Der Kunde will nicht erst alle Informationen zusammensuchen müssen und das Risiko eingehen, etwas zu vergessen. Er erwartet, dass er von uns nicht nur ein Auto verkauft bekommt, sondern auch alles drum herum – alles aus einer Hand.«

Was erwartet das Autohaus von den Lieferanten und Fahrzeugherstellern, wenn es um E-Mobilität geht?

Sönke Bränzel: »Generell erwarten wir Verbindlichkeit, Planbarkeit und Sicherheit. **Bei einem solch komplexen und beratungsintensiven Thema müssen wir uns auf die Aussagen von Fahrzeugherstellern und Lieferanten verlassen können.** Aussagen und Anforderungen müssen zukunftsicher sein. Wenn uns gesagt wird, dass wir eine bestimmte Art von Struktur errichten müssen, dann muss die auch verlässlich sein und nicht zwei Monate später wieder verändert werden. Sämtliche Veränderungen sind kostenintensiv und da sind sprunghafte Aussagen absolut fehl am Platz. Weiterhin brauchen wir Sicherheit für uns, unsere

Mitarbeiter und unsere Kunden. Wir verlassen uns auf das, was Hersteller oder Lieferanten empfehlen. Immerhin geben wir diese Informationen auch an unsere Kunden weiter. **Hersteller und Lieferanten müssen verlässliche Partner für uns sein – so wie wir für unsere Kunden.**«

Fühlen Sie sich gut beraten in puncto E-Mobilität?

Sönke Bränzel: »Ja. Besonders in puncto **Produktwissen ist man bei unseren Kernmarken BMW und MINI sowie den Sparten BMWi und BMW M sehr gut aufgehoben.** Hier wird man als Autohaus mitgenommen, bekommt die Themen sehr gut rübergebracht und die Mitarbeiter sind quasi ›live dabei‹. Auch im Aftersales. Schulungen für Mitarbeiter, Techniker und Mechaniker werden angeboten. Auch die Ausbildung hat BMW in Bezug auf E-Mobilität angepasst. Je nach Bereich gibt es besondere Schulungen zur Sicherheit und es wird auch auf Risiken hingewiesen, so dass im Notfall bekannt ist, was zu tun ist. Auch im Hinblick auf die Ausstattung fühlen wir uns gut beraten. Wir wissen, was wir tun müssen, um einen E-Arbeitsplatz richtig und vor allem sicher auszustatten.

Weiterhin nutzen wir bei uns eine White-Label-Lösung – ein vollumfängliches Planungssystem für Kunden und Berater, mit dem der komplette Prozess der Anschaffung eines E-Autos durchgespielt werden kann. Der Berater kann sich auf unsere Homepage konzentrieren, mit dem Kunden gemeinsam den Prozess durchgehen oder dem Kunden den Link für zu Hause zur Verfügung stellen.«

Wo sehen Sie Beratungsdefizite im Bereich E-Mobilität bei Ihren Mitarbeitern?

Sönke Bränzel: »Alle Mitarbeiter sollten ein identisches Grundwissen haben, wie man im Notfall handeln muss. Nicht nur die Werkstattmitarbeiter, die am defekten E-Auto arbeiten, sondern auch die Mitarbeiter im Verkauf oder in den adminis-

trativen Bereichen. **Es sollte kein Inseldenken herrschen und es müssen alle abgeholt werden.** Einen gleichen Basisinformationsstand zu den wichtigsten und relevantesten Themen in puncto E-Mobilität muss es geben.«

Wo kann Ihnen TECHNO beim Thema E-Mobilität helfen, was erwarten Sie von TECHNO?

Sönke Bränzel: »Für uns ist TECHNO ein kompetenter Ansprechpartner, nicht nur seitens E-Mobilität. **Wir fühlen uns gut beraten und wissen, dass wir Unterstützung bekommen, wenn wir sie brauchen.** Beispielsweise haben schon Termine zu einigen Unterthemen der E-Mobilität stattgefunden und durch die Dienstleistungs-Webseite weiß man genau, zu welchem Thema man wen ansprechen muss und ob TECHNO hier einen passenden Lieferanten-Partner hat. Wünschenswert wäre noch, wenn man über TIBS zum Beispiel etwas spezifischer nach Hochvoltsicherheit oder Sicherheitspaketen für E-Mobilität suchen könnte bzw. es diese schon vorstrukturiert geben würde. Zum Beispiel ein Sicherheitspaket für den Arbeitsplatz am E-Auto mit Defibrillator, Brandfluchthauben und anderer relevanter Sicherheitsausstattung.«

Welche »Gaps« sieht Ihr Unternehmen hinsichtlich der Aufgabenstellung für ein Autohaus in puncto E-Mobilität? Beispielsweise bei Anforderungen vom Staat, Thema Sicherheit oder Entsorgung.

Sönke Bränzel: »Ein wesentlicher Punkt ist, dass aktuell die Anforderungen von Bund, Ländern und Kommunen noch nicht wirklich einheitlich sind. Jeder hat hier eigene Anforderungen oder Maßstäbe und das macht es sehr undurchsichtig für uns. **Es gibt keine bundeseinheitlichen Vorgaben.** Die Verfügbarkeit von ausreichend Strom halte ich für die größte Herausforderung. Die Anforderung der Regierung ist, banal gesagt, die Abschaffung von Verbrennern. Um das

durchsetzen zu können, liegen noch viele Steine im Weg. Die Netzinfrastruktur, die zur Verfügung gestellt wird, ist bei weitem nicht ausreichend für das, was wir in puncto E-Mobilität erreichen sollen und wollen. **Oftmals muss das Autohaus hohe Investitionen tätigen, um die Ladeinfrastruktur zu gewährleisten.** Immer mehr E-Autos erfordern mehr Schnelllader und Lademöglichkeiten. Allerdings ist es keine Seltenheit, dass zu wenig Strom für Schnelllader oder für Wallboxen zur Verfügung steht oder erschöpfte Trassen dies verhindern. **Hier muss vom Staat noch einiges geleistet werden.**«

Perspektivisch: Wo sehen Sie das Thema E-Mobilität in 10 Jahren?

Sönke Bränzel: »Das Thema E-Mobilität wird uns definitiv noch lange begleiten, aber ich glaube, in einer anderen Form als jetzt. Wir arbeiten und forschen an einem lebenden Objekt und es wird stetig neue Weiterentwicklungen zu den einzelnen Bereichen geben – neue Akkuvarianten, verbesserte Reichweiten, Stromerzeugung im Auto und viele andere Themen. **Generell, glaube ich, gibt es in puncto E-Mobilität noch einige optimierungsbedürftige Themen. Es ist noch Platz für bahnbrechende Innovationen.** Aus dem Hier und Jetzt muss für die Zukunft gelernt werden.«

Herr Bränzel, vielen Dank für Ihre Zeit!

PERSÖNLICHES STATEMENT VON SÖNKE BRÄNZEL

»E-Autofahren ist ein komplett anderes Fahren als in einem Diesel oder Benzin. **Es macht auf jeden Fall Spaß, aber man muss sich umgewöhnen und auf ein anderes Fahren und Fahrverhalten einstellen.** Man kann nicht einsteigen, losfahren und irgendwo tanken. Man erkundigt sich je nach Strecke vorher, wo man laden kann, und geht das Fahren anders an. Es ist ein zukunftsgerichtetes Thema, aber »weg vom Verbrenner« ist doch etwas zu banal gesagt, da hängt noch zu viel dran, als dass man von heute auf morgen den Verbrenner komplett abschaffen kann und auf E-Mobilität umsteigt. Das Stromnetz muss es hergeben, der Staat muss noch mehr dafür tun und kontinuierlich muss am Gesamtkonzept E-Mobilität weitergearbeitet werden. **Es ist noch ordentlich Platz für Innovationen.** Auch die großen Mineralölkonzerne setzen auf die elektrifizierte Zukunft, indem sie E-Mobilitätsbereiche gründen oder E-Mobilitätspartner aufkaufen, um auch in Zukunft am Markt mitzumischen.«



» bundk.de



E-MOBILITÄT IST NICHT »OB«, SONDERN »WIE«.

Wie geht es mit E-Mobilität weiter? **Marten Kalmbach**, Leitung Online Service und Geschäftsprozessmanagement Robert Kunzmann GmbH & Co. KG, ist zuversichtlich, dass E-Mobilität mehr Chancen als Risiken birgt. Voraussetzung: Man geht das Thema richtig an.

Wo sehen Sie Chancen für das Autohaus in puncto E-Mobilität?

Marten Kalmbach: »Die größten Chancen sehe ich in den neuen Geschäftsfeldern, die sich für uns ergeben. Zu E-Mobilität kommen noch so viele Themen hinzu, wie zum Beispiel die Themen Wallboxen und Ladelösungen, Stromspeicher, Strombeschaffung und neue Kooperationen mit bislang unbekanntem Unternehmen.«

Die E-Mobilität ist eine neue Art der Fortbewegung, daher eröffnen sich hier neue Kundenzielgruppen und neue Chancen sowie Potentiale, neue Kunden zu erreichen, die man bislang nicht ansprechen konnte. ABER bei all den Chancen und Potentialen kommt es darauf an, wie man sie nutzt – aus Sicht des Autohauses, aber auch aus Sicht des Fahrzeugherstellers. **Wir stehen vor einer großen Veränderung und haben jetzt die Chance, Dinge und Prozesse, die wir aktuell tun, zu hinterfragen und uns neu aufzustellen.«**

Was erwarten die Kunden aus Ihrer Sicht vom Autohaus zum Thema E-Mobilität?

Marten Kalmbach: »Hier muss man tatsächlich differenzieren. **Wir haben zwei Arten von Kunden. Die einen wollen sich ein E-Auto anschaffen, weil es die Förderung gibt. Diese brauchen zum Teil noch sehr viel Beratung und Unterstützung. Die anderen wollen sich ein E-Auto anschaffen, weil sie sehr davon überzeugt sind und dementsprechend auch äußerst informiert.**

Als Autohaus müssen wir für beide der Ansprechpartner Nummer eins sein. Wir müssen uns als Autohaus so aufstellen, dass wir für den Kunden in allen Belangen der All-in-one-Ansprechpartner sind. Bei uns gibt es nicht nur das E-Auto, sondern auch kompetente Beratung, Zubehör, alles rund um Energie und Ladelösungen. **Der Kunde muss sich bei uns gut aufgehoben fühlen – egal, ob er schon viel Ahnung hat oder noch viel Beratung benötigt.**

Wir dürfen die Chance nicht verpassen, uns beim Kunden entsprechend aufzustellen, sonst verdienen wir lediglich das Geld beim Autoverkauf und die anderen mit dem großen After-

sales-Geschäft rund um Energie, Zubehör, Ladeinfrastruktur und, und, und ... Wir müssen uns so aufstellen, dass jeder im Unternehmen einen gewissen Wissensstand hat und nicht nur ein oder zwei, auf die man sich verlässt. Wir müssen uns insgesamt überzeugend aufstellen.«

Was erwartet das Autohaus von den Lieferanten und Fahrzeugherstellern, wenn es um E-Mobilität geht?

Marten Kalmbach: »Wir als Autohaus sind abhängig von Fahrzeugherstellern und Lieferanten, was das Know-how und die Informationen angeht. **Entsprechend erwarten wir, dass Hersteller und Lieferanten verlässlich sind und uns ihr Know-how weitervermitteln. Genauso wie der Kunde es von uns verlangt, muss sich auch der Fahrzeughersteller und der Lieferant uns gegenüber aufstellen.**

Wir brauchen zuverlässige Aussagen, mit denen wir langfristig planen können, und keine sprunghaften Aussagen, die sich schnell drehend immer wieder ändern. Wir erwarten Verlässlichkeit und wollen nicht im Regen stehen gelassen werden. Es gibt sicherlich noch Optimierungsbedarf, damit das Autohaus auch DER Ansprechpartner in puncto E-Mobilität werden kann, und da müssen Handel, Lieferanten und Fahrzeughersteller in diesen Themen weiterwachsen.«

Fühlen Sie sich gut beraten in puncto E-Mobilität?

Marten Kalmbach: »Von Herstellerseite – und betriebsseitig gesehen – fühlen wir uns gut beraten. Die Einführungen der Modelle lief bei uns sehr gut. **Wir haben vernünftige Rückmeldungen und Schulungen vom Hersteller erhalten – und was die Fahrzeuge betrifft, werden wir gut abgeholt.** In den Fällen, wo es um Beratung und das ganze Drumherum geht, ist die Informationsbeschaffung noch aus eigener Initiative. Hier sind wir gut aufgestellt, aber es muss noch sehr viel aus eigener Motivation passieren.«

Wo sehen Sie Beratungsdefizite im Bereich E-Mobilität bei Ihren Mitarbeitern?

Marten Kalmbach: »Ich denke, eine große Herausforderung ist es, zu erreichen, dass alle Mitarbeiter eine gute Basis an Know-how haben. Alle Mitarbeiter müssen verstehen, dass

das Thema E-Mobilität die Zukunft ist. **Jeder Mitarbeiter muss informiert sein und man darf sich nicht auf einen Einzelnen verlassen.**

Die Frage oder auch Herausforderung ist einfach: Wie bereit bin ich mich auch auf neue Themen einzulassen? Die persönliche Einstellung spielt eine große Rolle. Mitarbeiter, die gern Neues lernen und erleben, sind offener für E-Mobilität als die, die sich vor Neuem verschließen.«

Wo kann Ihnen TECHNO beim Thema E-Mobilität helfen, was erwarten Sie von TECHNO?

Marten Kalmbach: »TECHNO hat bereits gute Grundsteine gelegt und sich entsprechend gut aufgestellt. Es ist der richtige Ansatz, sich in diesem Thema prominent aufzustellen und zukunftsvisiert an die E-Mobilität heranzutreten.

Die E-Mobilität wird weiterwachsen – da muss sich TECHNO entsprechend gut aufstellen, viel Beratung bieten, zukünftige Trends mitgehen, innovativ vorangehen. TECHNO hat den Vorteil, über ganz Deutschland hinweg denken zu können und nicht nur in einem kleinen Bereich. TECHNO kann innovativ und als Visionär vieles ausprobieren und die Fühler ausstrecken, was die Einzelnen so nicht können.«

Welche »Gaps« sieht Ihr Unternehmen hinsichtlich der Aufgabenstellung für ein Autohaus in puncto E-Mobilität? Beispielsweise bei Anforderungen vom Staat, Thema Sicherheit oder Entsorgung.

Marten Kalmbach: »Es gibt zu viele undurchsichtige Anforderungen. Wir brauchen langfristige und klare Aussichten. Einheitliche Anforderungen, sodass man auch langfristig und einheitlich planen kann. Das Autohaus muss sich auf das verlassen, was angefordert wird. Wir brauchen klare und eindeutige Richtlinien (Feuerwehr, Entsorgung, Sicherheit) und keinen Dschungel an Anforderungen, der von Kommune zu Kommune variiert. Die Vorgaben müssen realistisch sein. Maßnahmen und Ziele, die reine Theorie sind und unrealistisch in ihrer Umsetzung, bringen uns nichts. **Weg vom Verbrenner und hin zum E-Auto, aber bitte ohne funktionierende Stromversorgung, geht einfach nicht.**

Bei der Stromversorgung gilt ganz klar: eindeutige Regeln und Möglichkeiten. Als Autohaus müssen wir uns auf die Qualität und Quantität von Staat und Kommune verlassen können. Nur wenn wir ausreichend beliefert werden, können wir das Thema E-Mobilität auch überzeugend an den Kunden weiterreichen.

Es handelt sich um einen enormen Energiebedarf, der gedeckt werden muss, und als Autohaus brauchen wir die Sicherheit, dass wir damit auch planen können und der Staat die entsprechende Unterstützung liefert. Anforderungen und Gegebenheiten müssen deckungsgleich sein, planbar und sicher.«

Perspektivisch: Wo sehen Sie das Thema E-Mobilität in 10 Jahren?

Marten Kalmbach: »Ich denke, der Anteil an E-Fahrzeugen wird in 10 Jahren deutlich gestiegen sein. Wir sprechen dann von einem deutlich größeren Marktvolumen und weniger Alternativen zur E-Mobilität. Die Reichweiten von E-Autos werden sich verbessern und es wird noch viele weitere Entwicklungen und Innovation rund um das Thema E-Mobilität geben. Probleme und Herausforderungen werden sich ändern und es wird sicherlich Verbesserungen und Stabilisierungen geben. Sicherlich wird es immer noch Verbrenner geben, aber in anderen Maßen.«

Herr Kalmbach, vielen Dank für Ihre Zeit!



PERSÖNLICHES STATEMENT VON MARTEN KALMBACH

»Persönlich habe ich eine sehr offene Meinung dazu. Aus Autohaus-sicht denke ich, dass uns das Thema sowohl Herausforderungen als auch Risiken und Chancen bringt. Wer die richtigen Schritte geht, der kann damit Potentiale ausschöpfen – andersherum wäre es aber auch genauso: Wer die falschen Schritte geht, der könnte Probleme bekommen. Man muss das Thema richtig angehen. **Meine persönliche, private Ansicht ist, dass es ein sehr interessantes Thema ist und aus heutiger Sicht keine vernünftigen Alternativen dazu gibt. Die Frage ist daher auch gar nicht, ob es mit E-Mobilität weitergeht, sondern wie. E-Mobilität wird das neue Normal sein und wenn es mit den Entwicklungen genauso weitergeht wie bisher, dann wird sehr vieles machbar sein.**«

» kunzmann.de

KUNZMANN
Die neue Service-Dimension

AUS GROSSER SKEPSIS WURDE ÜBERZEUGTE BEGEISTERUNG.

Mehr Chancen als Risiken, aber viele Steine, die noch aus dem Weg geräumt werden müssen – im Gespräch mit TECHNO erläutert **Franz Hirtreiter jnr.**, Geschäftsführer AVP Autoland, warum die E-Mobilität Zukunft, aber noch viel Arbeit vor sich hat.

Herr Hirtreiter, wo sehen Sie Chancen für das Autohaus in puncto E-Mobilität?

Franz Hirtreiter jnr.: »Ich sehe riesige Chancen für das Autohaus und hauptsächlich in zwei Punkten. Zum einen kann man sich bei guter Umsetzung des Themas E-Mobilität vom Wettbewerb abheben und entsprechend platzieren und zum anderen kann man ein eigenes, neues Geschäftsfeld aufbauen. Besonders wichtig bei beiden Aspekten ist jedoch die Kundenzufriedenheit. Die spielt letztendlich eine der wichtigsten Rollen.

Im Großen und Ganzen sehe ich beim Thema E-Mobilität auf jeden Fall mehr Chancen als Risiken. In Bezug auf das obengenannte neue Geschäftsfeld heißt das bei uns ganz klar »AVP E-Mobility«. Wir wollen nicht nur der E-Auto-Verkäufer sein, sondern uns für den Kunden als **All-in-one-Ansprechpartner** aufstellen. Das beinhaltet auch den Verkauf von Wallboxen, Großkundengeschäft in puncto Ladesäuleninfrastruktur, Abrechnungslösungen für das Laden von E-Autos, öffentliche Ladungsmöglichkeiten, die wir zur Verfügung stellen, und vieles mehr. Wir haben sogar eine eigene AVP-Ladekarte, die europaweit funktioniert. Kunden können diese nutzen und erhalten das große Paket: europaweites Laden, Service und vergünstigten Strom.

Weiterhin bieten wir unseren Kunden verschiedene Installationsservices an, wie zum Beispiel eigene Elektriker, die die Wallboxen oder die Ladelösung installieren. Wir wollen uns auch im Bereich erneuerbare Energien richtig aufstellen und eine eigene Firma für Photovoltaik aufbauen und Ladeparks bauen. Wir rechnen mit einem deutlichen Wachstum in unserem Geschäftsbereich AVP E-Mobility.«

Was erwarten die Kunden aus Ihrer Sicht vom Autohaus zum Thema E-Mobilität?

Franz Hirtreiter jnr.: »Auch wenn es immer wieder gesagt wird, aber **360°-Service ist nun mal das, was die**

Kunden von uns erwarten. Sie erwarten nicht nur den reinen Verkauf von E-Autos, sondern vor allem auch Beratung und vollumfänglichen Service. Wir vermitteln sogar grünen Strom. Wir wollen, dass der Kunde weiß, dass wir der All-in-one Anbieter beim Thema E-Mobilität sind.«

Was erwartet das Autohaus von den Lieferanten und Fahrzeugherstellern, wenn es um E-Mobilität geht?

Franz Hirtreiter jnr.: »Das Wichtigste ist, dass sowohl Fahrzeughersteller als auch Lieferanten uns mit den passenden Produkten ausstatten, sprich die Fahrzeughersteller mit entsprechenden Fahrzeugen und die Lieferanten mit guten Produkten rund um das E-Auto. Lieferfähigkeit und Zuverlässigkeit müssen natürlich stimmen. Ohne sie geht es nicht.

Bislang sind wir diesbezüglich gut aufgestellt. Auch was das Thema Schulungen angeht, können wir einiges bieten. Allerdings muss man auch dazu sagen, dass wir uns alles, was wir im Bereich Schulungen etc. anbieten, aus Eigeninitiative aufgebaut haben. Sicherlich ist das seitens Hersteller und Lieferanten noch ausbaufähig, speziell bei Autohäusern oder Gruppen, die eben nicht die Möglichkeit haben wie wir.«

Fühlen Sie sich gut beraten in puncto E-Mobilität?

Franz Hirtreiter jnr.: »Wir fühlen uns mittlerweile gut beraten und gut aufgestellt, **ABER wir mussten uns vieles, wenn nicht sogar alles, selber suchen und erarbeiten.** Es war zwar nicht immer einfach, aber es war genau das Richtige. Dadurch, dass wir uns so aufgestellt haben, können wir uns in alle Richtungen entsprechend platzieren und haben damit auch ein gewisses Alleinstellungsmerkmal. Ohne den ganzen Aufwand, den wir betrieben haben, wären wir jetzt nicht da, wo wir es sind. Wir haben uns unter anderem den TECHNO Lieferanten-Partner Braun EDL zur Verstärkung ins Haus geholt und sind mit unserem Ergebnis sehr zufrieden.«

Wo sehen Sie Beratungsdefizite im Bereich E-Mobilität bei Ihren Mitarbeitern?

Franz Hirtreiter jnr.: »Wir setzen alles daran, dass sie so gering wie möglich gehalten werden, und versuchen alle gleichermaßen zu informieren und ihnen in einer Grundschulung alles Wichtige mitzugeben. Von der Reinigungskraft bis hin zum CEO: Jeder soll die Informationen bekommen können, die er benötigt. Sicherlich kann man nicht aus allen E-Experten machen, aber jeder sollte die Möglichkeit haben. Lediglich Verkäufer und Mitarbeiter im Service beziehungsweise in der Werkstatt haben detaillierte Schulungen bekommen. Ansonsten wurden alle abgeholt. Damit auch alle wissen, was es bedeutet, ein E-Auto zu fahren, und auch mal die Erfahrung machen können, öffentlich zu laden, versuchen wir allen Mitarbeitern die Chance zu geben, mal ein E-Auto übers Wochenende selbst zu nutzen. **Nur wer weiß, wie es ist, der kann auch mitreden.**«

Wo kann Ihnen TECHNO beim Thema E-Mobilität helfen, was erwarten Sie von TECHNO?

Franz Hirtreiter jnr.: »Für uns selbst kann TECHNO in dem Sinne nicht allzu viel machen, da wir in einigen Punkten sehr lokal aufgestellt sind, vor allem, was das Thema Dienstleister angeht. Allerdings ist das Thema Hilfe bei der Warenbeschaffung, Kontaktvermittlung und natürlich alles rund um die Beratung sehr wichtig und da hat sich **TECHNO im Großen und Ganzen sehr gut aufgestellt und kann sicherlich für viele Autohäuser ein guter Ansprechpartner sein.**

Worin wir noch ein großes Defizit sehen – und vielleicht kann TECHNO sich hier noch platzieren –, sind die Themen Stromnetz und Stromversorgung. Die aktuelle Ausgangslage ist eine absolute Katastrophe. Überlastete Stromnetze, Probleme bei der Stromlieferung und zu viele Restriktionen hemmen die eigenen Vorhaben am meisten. Es stellt sich nur die Frage, ob sich hier TECHNO platzieren kann oder ob das über den ZDK gehen muss.«

Welche »Gaps« sieht Ihr Unternehmen hinsichtlich der Aufgabenstellung für ein Autohaus in puncto E-Mobilität? Beispielsweise bei Anforderungen vom Staat, Thema Sicherheit oder Entsorgung.

Franz Hirtreiter jnr.: »Das Stromnetz beziehungsweise die Verfügbarkeiten sind das größte Problem. Hinzu kommen noch die Restriktionen und die fürchterliche Bürokratie. Die Anforderungen sind nicht unbedingt deckungsgleich mit den Möglichkeiten. Anforderungen vom Staat müssen umstrukturiert werden, da es bislang keine Vereinheitlichung gibt und alles sehr undurchsichtig ist. Weiterhin sollte es mehr Zuschüsse geben. Speziell im Hinblick auf die Umwelt muss es Förderungsprogramme für Trafos geben.

Auch die Fahrzeughersteller müssen sich den Anforderungen der Zeit und Zukunft anpassen. Wir benötigen dringend eichrechtskonforme Wallboxen, auf die wir mit unserem Backend zugreifen können, um für die Zukunft gerüstet zu sein.«

Perspektivisch: Wo sehen Sie das Thema E-Mobilität in 10 Jahren?

Franz Hirtreiter jnr.: »Ich denke, dass wir bei den Neuwagen bis dahin annähernd bei 100% Elektro-Antrieb und synthetischen Kraftstoffen stehen werden. Möglicherweise mehr Wasserstoffantriebe im Bereich Logistik, wenn es um weite Strecken und viel Gewicht geht. Weiterhin ergeben sich dadurch vielleicht auch Möglichkeiten, Oldtimer umweltbewusst zu fahren. Die Allgemeinheit wird vermutlich bei 90% bis 95% elektrisch stehen und es wird einen ordentlichen Sprung in den Reichweiten der E-Autos geben.

Dass wir dann in futuristischen Space-Cars sitzen, denke ich nicht unbedingt, aber das Thema Komfort im Auto wird sicherlich zunehmen. Dazu gehören auch selbstfahrende Autos (wenn auch vielleicht erst mal auf der Autobahn). »Leben während der Fahrt« wird sicherlich einen anderen Stellenwert bekommen.«

Herr Franz Hirtreiter jnr., vielen Dank für Ihre Zeit!

PERSÖNLICHES STATEMENT VON FRANZ HIRTREITER JNR.

»Nach anfänglicher großer Skepsis gegenüber dem Thema E-Mobilität bin ich mittlerweile ein überzeugter und auch begeisterter E-Auto-Fahrer. Ich sehe es als neue Option für die Zukunft speziell in Bezug auf die neuen Geschäftsfelder, die sich in allen Bereichen eröffnen werden.«



E-MOBILITÄT WIRD TEIL EINER »GESAMTMOBILITÄT«.

Julian Lennart Stellpflug, Filialleitung Auto Weller GmbH & Co KG, über neue Kundengruppen und die Pflicht, sich gut zu informieren und informiert zu werden, über die Diversität des E-Auto-Angebotes und warum manchmal Ansprüche an der Realität scheitern.

Wo sehen Sie Chancen für das Autohaus in puncto E-Mobilität?

Julian Lennart Stellpflug: »Die E-Mobilität bietet für uns eine weitere Diversifikation im Mobilitätsangebot. Dies gibt uns weitere Chancen, neue Kundengruppen zu gewinnen. Bislang gab es mit den konventionellen Antriebsmöglichkeiten auch einen definierten Abnehmerkreis. Dies hat sich hierbei deutlich erweitert.«

Was erwarten die Kunden aus Ihrer Sicht vom Autohaus zum Thema E-Mobilität?

Julian Lennart Stellpflug: »Auch wenn die Technologie Stand heute nicht mehr superneu ist, erwarten unsere Kunden dennoch, dass wir als Fachleute die nötigen Informationen bereithalten und im Kaufprozess die Bedürfnisse gemeinsam erörtern und unsere Empfehlung aussprechen. Zudem erwartet unsere Kundschaft, dass wir die Fahrzeuge zur Probefahrt bereithalten, beim Tanken begleiten und unterstützend zur Seite stehen.«

Was erwartet das Autohaus von den Lieferanten und Fahrzeugherstellern, wenn es um E-Mobilität geht?

Julian Lennart Stellpflug: »Ich glaube, dass die Erwartungshaltung des Endkunden und unsere nicht weit auseinanderliegen. Auch wir als Autohaus wollen bestmöglichen Informationszugang und proaktive Kommunikation unserer Lieferanten und Hersteller. Ebenso sind die Produkttrainings für Werkstattmitarbeiter und die Vertriebsmitarbeiter unerlässlich.«

Fühlen Sie sich gut beraten in puncto E-Mobilität?

Julian Lennart Stellpflug: »Grundsätzlich sind die Schulungen unseres Herstellers online zu absolvieren. Dabei werden sehr viele Informationen in kürzester Zeit übermittelt. Gut dabei ist, dass die Videos frei zugänglich sind für Konzernmitarbeiter und die Schulungsinhalte beliebig oft erneut eingesehen werden können. So wird gewährleistet, dass jederzeit der Mitarbeiter sein Wissen auffrischen kann. Zudem halten wir als Unternehmen eine interne Schulung bereit. Alle Vertriebsmitar-

beiter wurden in mehreren Workshops zu den wichtigsten Fragen beraten. **Darüber hinaus haben wir je Betrieb einen Hauptverantwortlichen zum Thema Elektromobilität festgelegt.** Er belegt die sogenannte Masterclass und erhält weitere Lerneinheiten zur Vertiefung seiner Kenntnisse.«

Wo sehen Sie Beratungsdefizite im Bereich E-Mobilität bei Ihren Mitarbeitern?

Julian Lennart Stellpflug: »Ich glaube, dass es für die Mitarbeiter oft schwierig wird, wenn es über das eigene Produkt hinausgeht. **Das sehe ich in der Werkstatt, wenn es um unterschiedliche Antriebssysteme geht, auch von anderen Herstellern. Da ist die Palette sehr mannigfaltig.** Als ein kleines Beispiel möchte ich dort nur die unterschiedlichen Stecker anführen, die es gibt. So viel Wissen kann man nicht haben, wenn man sich nicht tagtäglich mit dem Thema befasst. Gleiches gilt für unterschiedliche Ladetarife, Netzausbaustruktur, verschiedene Ladekonzepte und vieles mehr.«

»ICH GLAUBE, IN 10 JAHREN WIRD DIE E-MOBILITÄT EIN FESTER BESTANDTEIL DES PRODUKTPORTFOLIOS SEIN.«

Wo kann Ihnen TECHNO beim Thema E-Mobilität helfen, was erwarten Sie von TECHNO?

Julian Lennart Stellpflug: »Ich denke, dass zum einen die gebündelte Beschaffung von »Spezialwerkzeug« (Ladesäulen, Werkzeuge, Kabel) eine wichtige Rolle spielt, zum anderen aber auch die Bereitstellung von Know-how. Wenn möglich sollte ein Partner mit ins Portfolio aufgenommen werden, der die Autohäuser ganzheitlich beraten kann.«

Welche »Gaps« sieht Ihr Unternehmen hinsichtlich der Aufgabenstellung für ein Autohaus in puncto E-Mobilität? Beispielsweise bei Anforderungen vom Staat, Thema Sicherheit oder Entsorgung.

Julian Lennart Stellpflug: **»Den größten ›Gap‹ sehe ich darin, dass nicht differenziert wird. Es wird kein Unterschied zwischen den Autohäusern gemacht.**

Nicht alle können immer alle Anforderungen so umsetzen wie gewünscht. Das ergibt sich allein aus geographischen Gegebenheiten. Versuchen Sie mal bei Ihrem Stromanbieter die Freigabe für drei 22-kW-Ladestationen zu bekommen, wenn Sie in eher ländlichen Gegenden angesiedelt sind. Die benötigte Energie kann oftmals gar nicht so bereitgestellt werden, wie der Hersteller verlangt oder die drei Ladestationen brauchen. Dabei ist es dem Hersteller egal, ob die Stationen auch angeschlossen sind oder nicht. Der Standard ist erst einmal erfüllt. Dass sich dann kein Mitarbeiter mit dem Thema ernsthaft befassen möchte, kann ich nachvollziehen.

Die Politik tendiert zumeist ja auch eher zur Unentschlossenheit. So wurde vor gut drei Wochen erst bekannt gegeben, dass die staatliche Förderung auch für 2022 gilt. Dies ist aber auch vorerst auf ein Jahr begrenzt.«

Perspektivisch: Wo sehen Sie das Thema E-Mobilität in 10 Jahren?

Julian Lennart Stellpflug: **»Ich glaube, in 10 Jahren wird die E-Mobilität ein fester Bestandteil des Produktportfolios sein.** Die Mobilität als Dienstleistung wird ebenfalls Platz für die E-Mobilität bereithalten. Vor allem in urbanen Gebieten werden die Fahrzeuge weiteren Nutzen finden.«

Herr Stellpflug, vielen Dank für Ihre Zeit!



PERSÖNLICHES STATEMENT VON JULIAN LENNART STELLPFLUG

»Ich persönlich denke, dass die E-Mobilität einen Teil der Gesamtmobilität darstellen wird. Genauso gespannt bin ich aber auch auf die Einführung des Wasserstoffantriebs. Konventionelle Dieselaggregate sind aber ebenfalls aus meiner Sicht, Stand heute, absolut sinnvoll für gewisse Anwendungsbereiche.

Man sollte im Allgemeinen möglichst offen an neue Technologien rangehen und für sich persönlich das Beste raussuchen, was zu einem passt. Sicherlich auch unter Betrachtung der Nachhaltigkeit.«

» autowell.de

AUTOWELLER

HABEN SIE WÜNSCHE, KRITIK ODER EINEN SPANNENDEN ERFABRUNGSBERICHT?

Kommen Sie gern auf uns zu, damit wir Ihren Themen- oder Beitragswunsch berücksichtigen können. Oder schicken Sie uns Ihre Praxis-Erfahrungen und -Geschichten für die nächste Ausgabe der Sonderbeitragsserie.

Wir freuen uns auf Ihren Input und Ihre Insights!

Torsten Büntemeyer | Produktmanager Dienstleistungen, TECHNO Einkauf GmbH
T: 040.526 099 182 | E: buntemeyer@technoeinkauf.de

KEHRTWENDE FÜR DAS EIGENE KERNGESCHÄFT.

Dass E-Mobilität den Automobilmarkt »umkremeln« würde, war stets ein offenes Geheimnis. Jetzt zeigt sich, welche Wirkung der Umstieg auf Batterie-Antrieb tatsächlich hat. Insbesondere für den Aftersales-Bereich. Angesichts des Umschwungs hat **Shell** die eigenen Ziele neu gesteckt – und E-Mobilität zum Kern für Unternehmen, Produkte und Services gemacht.

»DAS ZIEL VON SHELL IST ES, IM EINKLANG MIT DER GESELLSCHAFT BIS 2050 EIN ENERGIEUNTERNEHMEN MIT NETTO-NULL-EMISSIONEN ZU WERDEN.«

EIN STATEMENT VON SHELL DEUTSCHLAND:

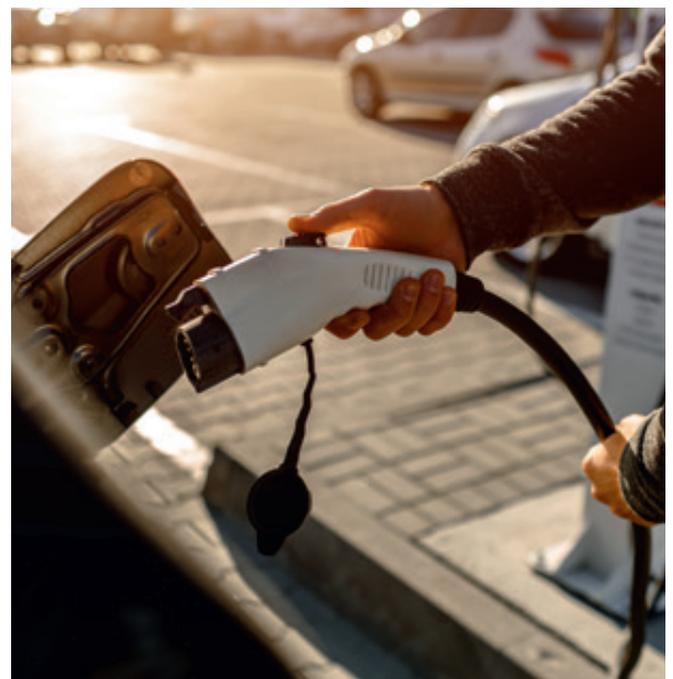
»Das Ziel umfasst hierbei unsere eigenen Emissionen und jene, die entstehen, wenn Kunden unsere Produkte verbrauchen. Um das zu erreichen, transformieren wir unser Geschäft, um mehr CO₂-arme Energie bereitzustellen. Dazu gehört beispielsweise das Laden von Elektrofahrzeugen ebenso wie die Bereitstellung von Strom aus Solar- und Windenergie. Um die CO₂-Emissionen im Verkehrssektor nachhaltig zu reduzieren, muss die Möglichkeit zum Umstieg auf Elektromobilität weiter vorangetrieben werden. Diese Entwicklung möchte Shell mit passgenauen Angeboten für zu Hause, bei der Arbeit und unterwegs sowie auf der Tankstelle unterstützen.

Um Kunden den Umstieg auf ein batterieelektrisches Auto zu erleichtern, arbeiten wir intensiv am Ausbau der erforderlichen Infrastruktur. Wir gehen davon aus, dass auch künftig nur etwa ein Fünftel der Ladevorgänge an der Tankstelle stattfinden werden. Ansonsten werden Fahrzeuge hauptsächlich zu Hause, bei der Arbeit oder anderen Ladepunkten aufgeladen. Deshalb hat Shell bereits frühzeitig auf den Ausbau einer Ladeinfrastruktur jenseits der Tankstelle gesetzt. Unter der Marke Shell Recharge wollen wir der Partner der Wahl sein und Lademöglichkeiten anbieten, wann und wo immer der Kunde laden will. Mit NewMotion, einem der größten Ladeanbieter in Europa, bietet Shell bereits seit 2017 eine Lösung für das Laden im öffentlichen Netz – mit Zugang zu mehr als 250.000 öffentlichen Ladepunkten in über 35 europäischen Ländern. 2021 haben wir das Berliner

Start-up ubitricity gekauft, das das Laden an Straßenlaternen in Städten und auf dem Land ermöglicht. Und erst kürzlich haben wir angekündigt, Ladesäulen auf REWE- und Penny-Parkplätzen zu bauen. Dies ergänzt unsere eigenen Aktivitäten – denn bereits Ende 2019 haben wir begonnen, Ladesäulen in unserem eigenen Stationsnetz zu bauen.

Bis 2030 wollen wir in Deutschland an 1.000 Shell-Stationen rund 3.000 Ladepunkte anbieten. Damit bietet Shell eine Vielzahl an Lademöglichkeiten über Shell Recharge. Denn Elektromobilität wird zukünftig, insbesondere im Bereich PKW-Mobilität, eine wichtige Rolle spielen.«

» [shell.de](https://www.shell.de)



ELEKTROMOBILITÄT

Electrify Your Business

Smart laden und von den Vorteilen
der Webasto Next Ladestation profitieren

Webasto
Feel the Drive

Made in Germany

[webasto-charging.com](https://www.webasto-charging.com)

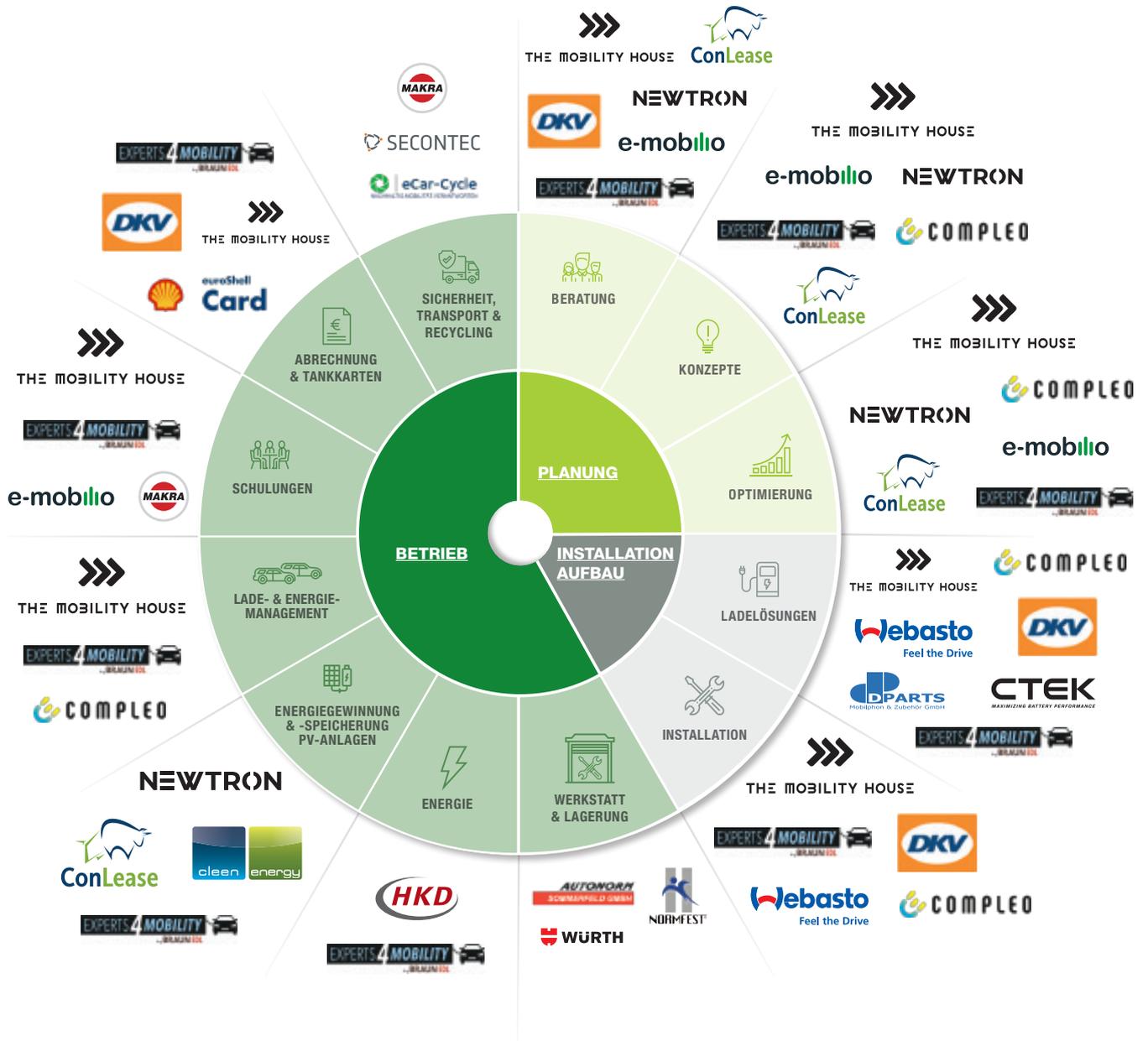
TECHNO ANSPRUCH: FÜR JEDE ANFORDERUNG DER RICHTIGE LIEFERANTEN- PARTNER.

VON DER ERSTEN PLANUNG ÜBER DIE PROJEKTPHASE BIS HIN ZUR SPÄTEREN SORTIMENTSERWEITERUNG IM AFTERSALES-BEREICH: SCHON HEUTE VERFÜGT DAS TECHNO PORTFOLIO ÜBER EINE VIELZAHL RELEVANTER UND ERFAHRENER LIEFERANTEN-PARTNER FÜR DIE UMSETZUNG VON E-MOBILITÄT IM AUTOHAUS.



»Immer erste Wahl« zu sein, ist der tägliche Anspruch, den TECHNO an sich und das eigene Angebot stellt. Aus diesem Grund wurde frühzeitig damit begonnen, ein 360°-Angebot rund um E-Mobilität zusammenzustellen. Ein Angebot, das aktuell fast jeden Bedarf abdeckt – und von uns kontinuierlich um weitere Partner und Felder erweitert wird.

360°-ANGEBOT FÜR E-MOBILITÄT IM AUTOHAUS.



Haben Sie Fragen, Wünsche oder sonstige Anliegen?
Ich helfe Ihnen gerne weiter.

Torsten Büntemeyer
Produkt Manager Dienstleistungen
T: 040.526 099 182 | E: buentemeyer@technoeinkauf.de



KURZ-PORTRÄTS DER TECHNO LIEFERANTEN-PARTNER FÜR E-MOBILITÄT.

AUTONORM SOMMERFELD GMBH



BETRIEB



ARBEITSPLATZAUSSTATTUNG FÜR DIE ARBEIT AN E-AUTOS UND HYBRIDEN

Leistungsportfolio:

- » Absperrsysteme
- » Schutzausrüstung
- » Warnschilder
- » Messgeräte
- » VDE-Werkzeuge

CLEEN ENERGY AG



BETRIEB



FULL-SERVICE-ANBIETER FÜR PHOTOVOLTAIKANLAGEN IM AUTOHAUS

Leistungsportfolio:

- » Fokusprodukt: Konzeption, Aufbau und Installation von Photovoltaikanlagen und Stromspeicherung.
- » Weitere Produkte: E-Ladeinfrastruktur von Wallbox bis High-Performance-Charger (HPE), intelligentes Lade- und Abrechnungsmanagement, Finanzierung und Förderungsabwicklung von nachhaltigen Projekten

COMPLEO CHARGING SOLUTIONS AG



BETRIEB | PLANUNG | INSTALLATION & AUFBAU



KOMPLETTANBIETER FÜR LADE-INFRASTRUKTUR, HARDWARE UND DIENSTLEISTUNGEN

Leistungsportfolio:

- » AC- und DC-Ladestationen
- » Förderungsberatung
- » Backend- und Abrechnungslösung für Ladevorgänge
- » Lastmanagement-Lösungen
- » Standortanalysen und vollumfängliche Projektierung von Begehung über Prüfung bis zur schlüsselfertigen Übergabe (ab 5 Ladestationen)

Compleo Charging Solutions AG ist als Greentech-gelistetes Börsenunternehmen seit 2009 Vorreiter im Markt der Ladeinfrastruktur.



Dirk Sommerfeld

T: 0201.536008
M: 0171.7776482
E: dirk.sommerfeld@autonorm.de



Lukas Scherzenlehner

T: +43.7434.93 080 400
E: office@cleen-energy.com



Daniel Leven

T: 0231.534 923 899
E: autohaus@compleo-cs.com

» autonorm.de

» cleen-energy.com

» compleo-cs.com

CONLEASE ENERGY GMBH**BETRIEB | PLANUNG**
SPEZIALIST FÜR WIRTSCHAFTLICHKEIT VON LADEINFRASTRUKTUR UND AUTOHAUS-EIGENERZEUGUNG
Leistungsportfolio:

- » Analyse des tatsächlichen Stromverbrauchs von Standort und möglicher Ladeinfrastruktur mittels künstlicher Intelligenz (KI)
- » Simulation mittels KI-Software von Lastgängen und verschiedener Varianten zur bedarfsgerechten Auslegung einer optimierten Versorgung
- » Wirtschaftlichkeitsbetrachtung und Handlungsempfehlung
- » Unterstützung bei Strukturierung und Finanzierung der Investition und Umsetzung
- » Unterstützung bei Komponenten- und Lieferantenauswahl
- » Modelle für Zusatzerlöse aus Ladeinfrastruktur und E-Fahrzeugen

**Jens Leiding**

M: 0176.21983496
E: info@conlease.de

CTEK SMART CHARGERS GMBH**INSTALLATION UND AUFBAU**
LADEKABEL-EXPERTE FÜR JEDEN TYP UND JEDES MODELL
Leistungsportfolio:

- » Modus 3, Typ 2 zu Type 2, eine Phase, 32 A, 7,4 kW, gerades Kabel (5 m)
- » aus nichtbrennbarem Kunststoff (V-0) gefertigt
- » Schutzklasse IP44
- » zugelassen nach CE-SGS
- » zweijährige Gewährleistung
- » schnelles, einfaches und zuverlässiges Laden von Elektrofahrzeugen

**Oliver Buntin**

T: 0511.47404710
M: 0160.98660702
E: oliver.buntin@ctek.com

DKV EURO SERVICE GMBH + CO. KG**BETRIEB | PLANUNG | INSTALLATION & AUFBAU**
FULL-SERVICE-DIENSTLEISTER FÜR LADEINFRASTRUKTUR
Leistungsportfolio:

- » maßgeschneiderte Lösungen rund um Elektrofahrzeuge von Ladeinfrastruktur über Beratung und Installation bis hin zur Abrechnung
- » Integration von Ladeprodukten zum flexiblen Management des Elektro-Fuhrparks
- » lückenlose und transparente Stromversorgung

**Sven Quinkler**

T: 02102.5518 724
E: sven.quinkler@dkv-euroservice.com

» conlease.de» ctek.com» dkv-mobility.com

D-PARTS GMBH



INSTALLATION & AUFBAU



ANBIETER EV-LADESTATIONEN FÜR JEDEN BEREICH

Leistungsportfolio:

- » umfangreiches Sortiment – vom Ladekabel (3,6 kW) für die Schuko-Steckdose bis zur 22-kW-Wallbox mit div. Schnittstellen
- » spezielle Angebote für Vielfahrer und Camper
- » RFID-Kartenleser für die Freischaltung und Abrechnung
- » für größere Projekte DC-Lader bis 360 kW, zum Beispiel Tankstellen
- » Backendlösung für OCPP-Wallboxen und DC-Lader
- » diverses Zubehör zum Laden der Fahrzeuge



Sven Marasek

T: 06184.93 14-25
M: 0172.6 23 48 12
E: sven.marasek@d-parts.de

» d-parts.de

ECAR-CYCLE GMBH



BETRIEB



SPEZIALIST FÜR E-MOBILITÄTS-RECYCLING

Leistungsportfolio:

- » Beratungsdienstleistungen rund um die Themen Hochvoltbatterien (Lagerung und Entsorgung), Versicherungen, Brandschutz
- » Full Service bei Transport und Entsorgung von Batterietypen jeglicher Art sowie verunfallten/verbrannten E-Autos (Pkw, Transporter, Busse, Lkw)
- » erfahrener Hersteller für Lagerungs- und Transportbehälter für alle Batterietypen und Löschmittel:
 - eCar-Safetybox: flexibler Quarantänebehälter für E-Autos und Hochvoltbatterien
 - eGuard-Pearls: Lösch- und Lagergranulat für Lithium-Ionen-Batterien und Metallbrände



Christoph Spandau

T: 0591.710 30 10
M: 0151.41 64 33 50
E: c.spandau@ecar-cycle.com

» ecar-cycle.com

E-MOBILIO GMBH



BETRIEB | PLANUNG



E-MOBILITÄTSBERATUNG ALS WHITE-LABEL-LÖSUNG FÜR IHRE WEBSITE

Leistungsportfolio für den Autohandel:

- » 360°-Beratungstool für mehr E-Mobility-Kompetenz beim Verkäufer
- » Endkunden ein Rundum-sorglos-Paket für Elektromobilität anbieten
- » komplett integriertes Ökosystem mit E-Autos, Ladelösungen, Installations-Service, Ladetarifen, THG-Quoten u. v. m.
- » Zusatzerlöse generieren

Leistungsportfolio für Gewerbe- und Flottenkunden:

- » komplettes Ökosystem für Flottenkunden
- » Fuhrpark- und Mobilitätsanalysen
- » vollumfängliche Beratung, Planung und Implementierung von Ladeinfrastrukturkonzepten
- » Rundum-sorglos-Service für E-Dienstwagen-Nutzer



Ralph Missy

T: 089.25 55 55 610
M: 0172.89 54445
E: r.missy@e-mobilio.de

» e-mobilio.de

EXPERTS4MOBILITY**BETRIEB | PLANUNG | INSTALLATION & AUFBAU****UNABHÄNGIGE UND GANZHEITLICHE E-MOBILITY-LÖSUNGEN AUS INGENIEURSHAND****Leistungsportfolio:**

- » Durchführung von Fuhrpark- und Mobilitätsanalysen sowie Machbarkeitsstudien
- » Erstellung von Ladeinfrastrukturkonzepten
- » Begleitung bei Auswahl, Planung, Installation und Betrieb von Ladeinfrastruktur
- » Auswahl und Betrieb von Backendlösungen
- » Zusatzleistungen: Einbindung von erneuerbaren Energien, Ausschreibung von Ökostrom, Erstellung von CO₂-Fußabdrücken und Nachhaltigkeitsberichten
- » Beschaffung von Hardware über unseren eigenen Online-Shop
- » Fördermittelberatung und -abwicklung
- » Vermarktung der THG-Quote aus Elektrofahrzeugen und Ladepunkten

HKD HANDELSGESELLSCHAFT FÜR KIRCHE UND DIAKONIE MBH**BETRIEB****GRÜNSTROMANBIETER UND FÖRDERER VON ANLAGEN FÜR ERNEUERBARE ENERGIE****Leistungsportfolio:**

- » Grünstrom aus 100 % erneuerbaren Energien
- » Förderung des Landschafts- und Naturschutzes
- » Klimaneutralitäts-Siegel
- » unterbrechungsfreier Lieferantenwechsel
- » persönlicher Ansprechpartner
- » bis zu 3 Jahre Preisgarantie

MAKRA NORBERT KRAFT GMBH**BETRIEB****EXPERTE FÜR ARBEITSSICHERHEIT, GESUNDHEITSSCHUTZ UND UMWELT****Leistungsportfolio:**

- » Prüfung von Ladesäulen, Wallboxen und Ladekabeln nach DGUV V3 bzw. VDE
- » Umsetzung aller Vorgaben für den Arbeitsschutz
- » Arbeitssicherheitsberatung bei der Installation von Q-Plätzen für kritische Fahrzeuge
- » Unterweisung der Mitarbeiter

**Monika Braun**

T: 07253.9212-461
E: m.braun@braun-edl.de

**David Steglich**

T: 0431.5444 8830
E: david.steglich@hkd.de

**Marco Hoyler**

T: 07161.99909-21
E: mhoyler@makra.de

» experts4mobility.de» hkd.de» makra.de

THE MOBILITY HOUSE GMBH



THE MOBILITY HOUSE

BETRIEB | PLANUNG | INSTALLATION & AUFBAU



FULL-SERVICE-ANBIETER FÜR DIE INTEGRATION VON E-MOBILITÄT IM AUTOHAUS

Leistungsportfolio:

- » **vollumfängliche Beratung und Betreuung zum Thema Ladeinfrastruktur:**
 - Planung (Beratung, Konzept, Optimierung)
 - Aufbau (Ladelösung und Zubehör, Projektmanagement, Installation)
 - Betrieb (Monitoring, Lade- und Energiemanagement, Abrechnung)
- » **Lade- und Energiemanagement-System ChargePilot:**
 - herstellernunabhängig
 - AC und DC in einem System steuerbar
 - dynamisches Lastmanagement
 - zukunftssicher: bereit für V2H, V2G, Plug-and-Charge
- » **THG-Quotenhandel**

WOLF POWER SYSTEMS GMBH

NEWTRON

BETRIEB | PLANUNG



RUNDUMANBIETER FÜR LADE-INFRASTRUKTUR & REGENERATIVE ENERGIEVERSORGUNG

Leistungsportfolio:

- » Konzeptionierung von Ladestromlösungen und nachhaltigen Energieversorgungen
- » Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen und -prognosen
- » regenerative Stromerzeugung vor Ort (bspw. Photovoltaik mit Wasserstoff-Kraft-Wärme-Kopplung)
- » Lastspitzenkappung durch dynamische Lithiumstromspeicher und virtuelle Netzanschlussvergrößerung
- » High-Power-Charging ohne Ausbau des Netzanschlusses
- » moderne Parkplatzüberdachungen im hochwertigen Design mit integriertem Photovoltaiksystem

NORMFEST GMBH



BETRIEB



ERFAHRENER AUSSTATTER FÜR E-ARBEITSPLÄTZE

Leistungsportfolio:

- » Werkzeug für Hybrid- und Elektrofahrzeuge
- » Schutzausrüstung und -bekleidung für die Arbeit an Hybrid- und Elektrofahrzeugen
- » Aerosole für Hybrid- und Elektrofahrzeuge



Team KAM Automotive

E: automotive@mobilityhouse.com



Jonas Niemann

M: 0172.4335774
E: Jonas.Niemann@newtron.energy



Andre Garweg

T: 02051.275-0
M: 0151.1680 2933
E: andre.garweg@normfest.de

» mobilityhouse.com

» newtron.energy

» normfest.com

SECONTEC GMBH



BETRIEB



FERNÜBERWACHUNG UND FRÜHWARNSYSTEME

Leistungsportfolio:

- » aktive Videofernüberwachung der E-Ladeinfrastruktur zum Schutz vor Vandalismus
- » aktive Überwachung der Batterietemperatur in E- und Hybrid-Fahrzeugen mittels Safety-Dongle S1 über OBD2-Schnittstelle im Fahrzeug
- » aktive Brandfrüherkennung an Havarieplätzen für E-Fahrzeuge in Werkstätten

SHELL DEUTSCHLAND GMBH



BETRIEB



FULL-SERVICE-LADELÖSUNGEN

Leistungsportfolio:

- » sauberere Produkte und integrierte Lösungen zur Dekarbonisierung des eigenen Autohausgeschäftes
- » Shell NewMotion: Ladelösungen für Unternehmen, inklusive intelligenter Services und Skalierungsmöglichkeiten
- » grüner Strom und weitere nachhaltige Energielösungen von Shell Energy
- » intelligente Stromspeicher und PV-Anlagen zur unabhängigen Energieversorgung von sonnen, dem weltweit führenden Hersteller von intelligenten Stromspeichern

WEBASTO AG



INSTALLATION & AUFBAU



EXPERTE FÜR LADESTATIONEN JEDLICHER ART UND ANFORDERUNG

Leistungsportfolio:

- » für jede Anforderung die richtige Ladestation: Firmengelände, Firmenwagen zu Hause oder für Autohauskunden
- » umfangreiches Charging-Portfolio mit Wallboxen, Standfüßen und Mode-3-Ladekabel, Typ 2, »to go«

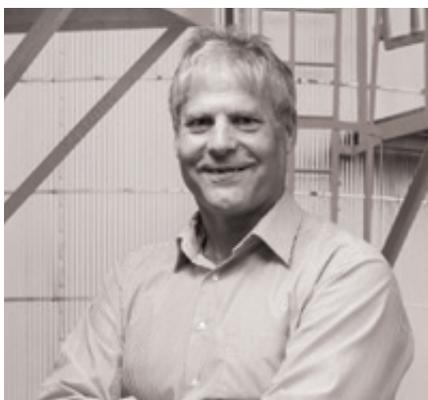
Höchste Kundenzufriedenheit

Webasto wurde mit dem Plus X Award 2021 in der Kategorie Wallbox ausgezeichnet.



Matthias Schulte

T: 0511.8071296
M: 0151.68808608
E: m.schulte@secontec.de



Matthias Klintzsch

M: 0151.140 212 56
E: matthias.klintzsch@shell.com



Moritz Völz

T: 089.85794-8431
E: moritz.voelz@webasto.com

» [secontec.de](https://www.secontec.de)

» [shell.com](https://www.shell.com)

» [webasto.com](https://www.webasto.com)

BETRIEB



DIE KFZ-PROFIS FÜR E-MOBILITÄT

Leistungsportfolio:

- » Werkstattausrüstung speziell für E-Fahrzeuge
- » Sicherheitsausstattung und Arbeitsschutz für Arbeiten am E-Fahrzeug
- » Produkte rund um das Laden von E-Fahrzeugen
- » Hochvoltschulungen und Ausbildung zum Thermospezialisten



Joachim Wölke

E: techno@wuerth.com

TECHNO MAGAZIN THEMEN-FOKUS.

Coming soon: Das erwartet Sie in den nächsten beiden Ausgaben.

» **THEMEN-FOKUS, AUSGABE 2**

Flottenmanagement und Energie

Warum E-Autos ein anderes Flottenmanagement brauchen, wie die Energiegewinnung und -speicherung am Autohaus selbst realisiert werden kann, welche Potentiale in Ladeparks stecken und warum der Handel mit der eigenen Treibhausgasminderungsquote für Autohäuser interessant ist.

» **THEMEN-FOKUS, AUSGABE 3**

Aftersales – und der Blick in die Zukunft

Wie im Aftersales die Wünsche der Endkunden abgedeckt werden können, wie die individualisierte White-Label-Online-Shop-Lösung über die Autohaus-Website gezielt (Neu-)Kunden generiert und welche Vorstellungen von der elektrisch fahrenden Zukunft realistisch oder doch eher utopisch sind.



Wir machen Elektromobilität rentabel

THG-QUOTE EINREICHEN

bis zu 23 ct/kWh **bis zu 450 €**

für Ihren öffentlicher Ladepunkt

für Ihr Elektrofahrzeug

FÜR TECHNO-PARTNER



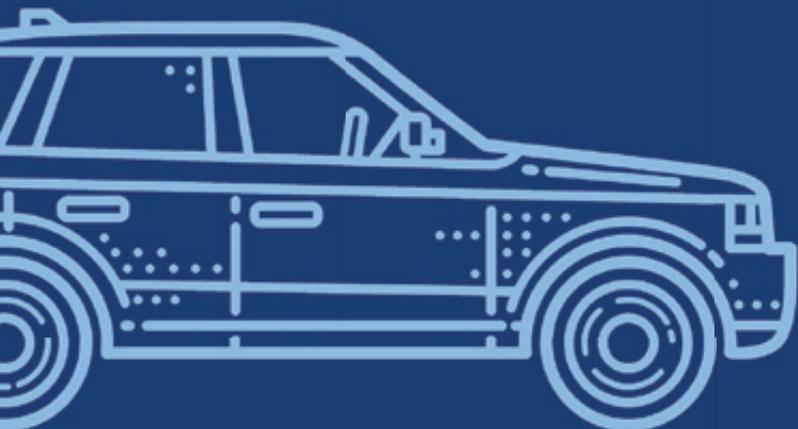
ZUSATZERLÖS White-Label-Lösung

für Ihre Kunden



**WIR GARANTIEREN IHREN KUNDEN EINEN MINDESTERLÖS
UND ÜBERNEHMEN DIE KOMPLETTE ABWICKLUNG.**

**SIE ERHALTEN EINE PROVISION
UND BIETEN IHREN KUNDEN EINEN ECHTEN MEHRWERT.**



Nehmen Sie jetzt Kontakt mit uns auf.

EXPERTS4MOBILITY BY BRAUN EDL

AM MANSBACH 3 | 69242 MÜHLHAUSEN

FON +49 7253 / 9212 - 444

E-MAIL E4M@BRAUN-EDL.DE

WEB EXPERTS4MOBILITY.DE

SHOP SHOP4MOBILITY.DE