

# Elektromobilität – Risiken und Chancen für den Handel

## 1 Einleitung

- 1.1 Ziel des Buches: Wie der Handel die Elektromobilität gestalten kann
- 1.2 Globale Dynamik der Elektromobilität: Märkte, Regulierung und Herausforderungen
- 1.3 Situation des Gebrauchtwagenmarktes für BEVs und PHEVs
- 1.4 Ist-Situation im Kfz-Handel in Deutschland

## 2 Technologische Grundlagen der Elektromobilität: Batterietechnologien

- 2.1 Übersicht über verschiedene Batterietypen
- 2.2 Die Rolle Chinas im globalen Batteriemarkt
- 2.3 Innovationen in der Batterietechnologie: Durchbruch oder Hype?
- 2.4 Intelligentes Laden und Energieintegration: V1G, V2H, V2B, V2G & V2X im Überblick

## 3 Marktanalyse und Wettbewerb

- 3.1 Elektromobilität im Wandel
  - 3.1.1 Historische Entwicklung und aktuelle Marktsituation
  - 3.1.2 Der „Detroit-Effekt“: Warum Europas Autoindustrie die gleichen Fehler macht
- 3.2 Vom Herausforderer zum Marktführer – Wie Chinas Autobauer Deutschland unter Druck setzen
  - 3.2.1 Marktüberblick der größten chinesischen Automobilhersteller
  - 3.2.2 Finanzkraft, Eigentümerstruktur und staatliche Subventionen
  - 3.2.3 E-Mobilität in China: Warum das Land zur weltweiten Nummer 1 aufsteigt
  - 3.2.4 Staatliche Subventionen für die Automobilindustrie und EU-Strafzölle auf in China produzierte Fahrzeuge
  - 3.2.5 Die Entwicklung der chinesischen Automobilindustrie und Kooperationen mit westlichen Herstellern
  - 3.2.6 Vertriebsstrategien: Direktvertrieb vs. Händlernetz
  - 3.2.7 Risiken für Händler: Gewährleistung, Service und Restwerte
  - 3.2.8 Marktstrategie & Zielgruppe der einzelnen Marken
  - 3.2.9 Geplante und aktuelle europäische Produktion
  - 3.2.10 Aktuelles Interesse der Kfz-Betriebe an der Zusammenarbeit mit chinesischen Marken
  - 3.2.11 Zwischen Aufbruch und Unsicherheit: Was chinesische Marken für den Handel bedeuten

## 4 Vertriebsstrategien und Kundenakquise

- 4.1 Gestiegene Beratungserwartungen im Autohaus
- 4.2 Neue Verkaufsstrategien für Elektromobilität: Kunden gewinnen und begeistern
  - 4.2.1 Individualisierte Beratung & Kundenerlebnis
  - 4.2.2 Kundengewinnung durch Probefahrten mit Elektrofahrzeugen
  - 4.2.3 Wo sind potenzielle Kunden zu finden?
  - 4.2.4 Strategien gegen Direktvertrieb und Online-Marktplätze
  - 4.2.5 Gebrauchtwagen-Vertriebskonzepte für Elektrofahrzeuge
  - 4.2.6 Flexible Nutzungsmodelle statt nur Verkauf
  - 4.2.7 Überwindung der Reichweitenangst
  - 4.2.8 Lademöglichkeiten und Ladekarten

## 5 Das Autohaus als Systemdienstleister für Elektromobilität

- 5.1 Kooperationen mit Partnern zur Flottenberatung
- 5.2 Effiziente Ladeinfrastruktur als zentraler Baustein für die Elektrifizierung von Fuhrparks
- 5.3 Ladekarten im Flottenmanagement: Effizienz, Kostenkontrolle und Integration
- 5.4 Die THG-Quote und ihre Rolle im Autohausgeschäft
- 5.5 TCO unter Strom: Wie Energiepreise die Wirtschaftlichkeit von BEVs beeinflussen

5.6 Das Durchleitungsmodell für Ladesäulen – Ein Paradigmenwechsel in der Abrechnung von Ladestrom

## **6 Nachhaltigkeit und ökonomische Rahmenbedingungen**

- 6.1 Steuerliche Anreize und Fördermaßnahmen
  - 6.1.1 Sonderabschreibung für Elektrofahrzeuge
  - 6.1.2 Anpassung der Dienstwagenbesteuerung
  - 6.1.3 Einfluss staatlicher Förderungen auf die TCO von BEVs
- 6.2 Nachhaltigkeit und ESG-Integration
  - 6.2.1 Anforderungen der CSRD
  - 6.2.2 Nachhaltigkeitsstrategien von Herstellern und Händlern

## **7 Aftersales & Werkstattgeschäft**

- 7.1 Der grundlegende Wandel im Aftersales-Geschäft
- 7.2 Neue Herausforderungen für Autohäuser und Werkstätten
  - 7.2.1 Investitionen in Hochvolt-Arbeitsplätze: Schulungskosten, Sicherheitsausrüstung und gesetzliche Anforderungen
  - 7.2.2 Die Strategie der freien Werkstattketten: Batteriediagnostik und Teilereproduktion
- 7.3 Neue Chancen im Aftersales-Markt
  - 7.3.1 Batteriediagnostik und -wartung als neue Einnahmequellen
  - 7.3.2 Übersicht über die verschiedenen Anbieter für Batteriechecks
  - 7.2.3 Batterie-Balancing und OTA-Updates – Eine Chance für zusätzliche Erträge im Handel
  - 7.3.4 Austausch von Batteriemodulen: Herausforderungen, Temperaturmanagement und die Auswirkungen verschiedener Batteriearchitekturen
  - 7.3.5 Zubehör für BEVs
  - 7.3.6 Kundenbindung durch umfassenden Service
  - 7.3.7 Erkennen von „vergessenem“ oder verlorenem Werkstattgeschäft
  - 7.3.8 Markentreue und Kundenzufriedenheit im Wandel des Aftersales-Marktes
- 7.4 Handlungsempfehlung: Strategische Anpassung im Aftersales-Markt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

## **8 Fazit & Ausblick**

- 8.1 Zukünftige Entwicklungen in der Elektromobilität
- 8.2 Der Handel als Treiber der Transformation
- 8.3 Erkenntnisse und Handlungsempfehlung

### **Literaturverzeichnis**

### **Bildverzeichnis**

### **Tabellenverzeichnis**

### **Abkürzungsverzeichnis**

### **Stichwortverzeichnis**