

## PRESSEINFORMATION

Februar 2023

### ViveLaCar VALOR®:

#### Wissenschaftliche Studie bestätigt Ertragschance für Autohändler

- Analyse der Fachhochschule belegt: Auto-Abo verspricht Zusatzerträge
- Auto-Abo als strategische Option und Perspektive im Online-Markt
- Einfache Integration von Business-Tool VALOR® direkt beim Fahrzeugupload

***Jetzt ist es wissenschaftlich belegt: Mit dem KI-gestützten Business-Tool VALOR® schafft ViveLaCar einen echten Mehrwert für den modernen Automobilhandel. Die aktuelle wissenschaftliche Studie der Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW) in Bergisch Gladbach – erstellt von Leah Suttner unter der Leitung von Prof. Stefan Bratzel – kommt zu dem Schluss, dass das Auto-Abo eine zusätzliche Handlungsoption für Händler bietet und veritable Mehrerträge erzielt werden können. Voraussetzung ist, dass sie geeignete Neu- oder Gebrauchtwagen erst im Auto Abo vermarkten und dann verkaufen.***

Das Automobilgeschäft befindet sich im Wandel. War in der letzten Dekade das gehandelte Fahrzeugvolumen der übergeordnete Erfolgsmaßstab, zählt heute mehr denn je die Wertschöpfung pro Fahrzeug. „In enger werdenden Märkten mit ausbleibenden Hersteller-Incentives sowie unklarer Warenverfügbarkeit macht die optimale Vermarktungsentscheidung für Neu- und Gebrauchtwagen den klaren Unterschied“, so Professor Stefan Bratzel von der Fachhochschule der Wirtschaft in Bergisch-Gladbach. Der gefragte Automobilexperte sieht zudem in den sich ändernden Erwartungen der Kundschaft einen klaren Handlungsbedarf für das Management im Autohandel: „Aufgrund der gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen ist eine fortschreitende Kaufzurückhaltung nicht auszuschließen, zudem ist eine gewisse Skepsis gegenüber neuen Technologien, wie zum Beispiel der Elektromobilität, zu beobachten.“ Diese könnte oft mit einem Auto-Abo überwunden werden, da es keine langfristigen Verpflichtungen sowie eine klare Kostentransparenz gibt.

#### Autohändler profitieren gleich mehrfach

Für Autohändler ergeben sich mit ViveLaCar VALOR® gleich mehrere Vorteile: Sie können Fahrzeuge identifizieren, die besonders für eine Vermarktung im Abo geeignet sind und erweitern mit Auto-Abo das eigene Portfolio zur zeitgemäßen Ansprache einer neuen Zielgruppe. Zudem steht mit ViveLaCar ein Partner zur Verfügung, der die Fahrzeuge risikolos für den Händler ins Abo bringt und sogar die Kundendaten zur gemeinsamen Nutzung zur Verfügung stellt.

Die Erfolgsformel von ViveLaCar skizziert in Echtzeit Ertragsmöglichkeiten auf Basis von Schwacke- und DAT-Daten<sup>1</sup> sowie weiteren marktrelevanten Parametern. Wird ein Fahrzeug erst im Auto-Abo vermarktet und anschließend verkauft, steigert dies die Erlöse messbar. Dies bestätigt eine aktuelle wissenschaftliche Betrachtung der Fachhochschule der Wirtschaft in Bergisch-Gladbach. „Ich war erstaunt, dass mit dem KI-gestützten Business-Tool ViveLaCar VALOR®, eine Eigenentwicklung des Stuttgarter Mobilitätsunternehmens, bei über 40 zufällig ausgewählten Fahrzeugen verschiedener Marken in mindestens 80 Prozent der Fälle ein zusätzlicher Ertrag mit dem Abo-Angebot vor dem Verkauf erwirtschaftet werden kann“, so die Autorin Leah Suttner. Die Potenzialanalyse lehrt aber auch: Der Autohandel lässt aktuell noch Chancen ungenutzt und damit Geld liegen. Dabei bietet das Auto-Abo strategische Optionen und Perspektiven im wachsenden Online-Markt.

Statement Prof. Dr. Stefan Bratzel, Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW): „Das Angebot eines Auto-Abos vor dem eigentlichen Fahrzeugverkauf führt mit bedeutender Wahrscheinlichkeit zu einem größeren Ertrag als der in der Branche übliche, möglichst schnelle Verkauf. Zudem können neue Kunden erreicht und zeitgemäß bedient werden.“

Autohändler erweitern mit ViveLaCar ihre Handlungsoptionen. Wird ein Auto im Abo zur Verfügung gestellt, gibt es dafür monatlich eine Erstattung von Wertverzehr und allen anfallenden Kosten. Kommt das Auto zurück, kann der Händler entscheiden, ob es erneut in ein Abo oder den Verkauf geht. Bei ViveLaCar angeboten werden können Neuwagen, Vorführwagen sowie Gebrauchtwagen bis zu einem Alter von vier Jahren und einer Laufleistung von 50.000 km bei Abo-Start.

<sup>1</sup>Deutsche Automobil Treuhand



*Mit dem KI-gestützten Business-Tool VALOR<sup>®</sup> schafft ViveLaCar einen echten Mehrwert für den modernen Automobilhandel. Mathias R. Albert (links), Geschäftsführer von ViveLaCar, Leah Suttner (Mitte) und Prof. Stefan Bratzel (rechts), Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW) in Bergisch Gladbach, präsentierten die wissenschaftliche Studie. Foto: ViveLaCar*

Über ViveLaCar

ViveLaCar ist ein Mobility Fintech Unternehmen aus Stuttgart mit Standorten in Wien und Zagreb. Mit innovativen Lösungen verändert ViveLaCar das Automobilgeschäft und schafft Mehrwerte für alle Akteure. Im Mittelpunkt steht dabei der Anspruch, die Wertschöpfung von Automobilen deutlich zu verbessern, Ressourcen zu schonen und für Kunden ein optimales Nutzer-Erlebnis zu schaffen. Die von ViveLaCar entwickelte Business-Anwendung VALOR<sup>®</sup> bietet Händlern neue Handlungsoptionen für zusätzliche Erlöse. ViveLaCar ONE<sup>®</sup> ist das neue Angebot für alle, die eine wirtschaftliche und flexible Autonutzung mit der Schaffung von neuen Freiräumen verbinden möchten. Wenige Klicks reichen, um auf der Plattform [www.ViveLaCar.com](http://www.ViveLaCar.com) auf ein täglich wechselndes Angebot an aktuellen Fahrzeugen vieler Marken und Modelle, zurückzugreifen und diese voll digital zu buchen. Mit einer sofortigen Verfügbarkeit und nur drei Monaten Kündigungsfrist bietet ViveLaCar den Kunden eine einzigartige Flexibilität. ViveLaCar gibt es bereits in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

**Abdruck honorarfrei \* Beleg erbeten**

**Kontakt Presse und Belegadresse:**

ViveLaCar GmbH, Zettachring 2, D-70567 Stuttgart

Ansprechpartner: Stephan Lützenkirchen, Tel: +49/711/25273012, E-Mail: [stephan.luetzenkirchen@vivelacar.com](mailto:stephan.luetzenkirchen@vivelacar.com)

MediaTel Kommunikation & PR, Haldenweg 2, D-72505 Krauchenwies

Ansprechpartner: Peter Hintze, Tel. +49/7576/9616-12, E-Mail: [hintze@mediatel.biz](mailto:hintze@mediatel.biz)