



© Citroën Communication/William Crozes

Ab Juni '23: Bei Citroën werden die Händler in Österreich nur mehr als Vermittler zwischen Käufer und Hersteller auftreten.

Neue Strategie

Citroën stellt sein Händlernetz hierzulande mit Mitte des kommenden Jahres auf ein neues Agenturmodell um.

WIEN. Noch sind es neun Monate, bis Citroën in Österreich sein Händlernetz auf ein neues Agenturmodell umstellen wird. Denn ab Juni 2023 sollen die Partner des französischen Herstellers dann nicht mehr als Zwischenhändler auftreten, sondern nur mehr als Vermittler zwischen dem Käufer und dem Autohersteller. Für den Verkäufer sinkt damit das unternehmerische Risiko, für den Käufer reduziert sich allerdings der Spielraum bei möglichen Rabatten.

Die Vorbereitungen zur Umstellung laufen jedenfalls seit dem Mai des Vorjahres, damals wurden die bisherigen Händlerverträge gekündigt, die Kündigungsfrist beträgt zwei Jahre.

E-Autos besonders begehrt
Unabhängig von der geplanten Umstellung beobachtet Citroën in Österreich aktuell eine im Europavergleich besonders hohe E-Auto-Affinität. Der Anteil an C4-Kunden, die sich für

die vollelektrische Variante e-C4 entscheiden, liegt laut Patrick Dinger, Managing Director von Citroën Österreich, heuer bei 60% und ist stark steigend.

Bei den leichten Nutzfahrzeugen liegt der Elektroanteil bei den Kaufverträgen bei etwas über 20% – Tendenz ebenfalls stark steigend. „Wir rechnen damit, dass der Kaufvertragsanteil bei Citroën bis Jahresende für das volle Jahr 2022 auf 25 Prozent steigt. Traditionell werden in Österreich sehr viele Nutzfahrzeuge im vierten Quartal gekauft“, so der französische Autobauer.

Europäischer Marktführer

Die Nutzfahrzeugsparte ist eine sehr wichtige bei der Konzernmutter Stellantis. Der Gesamtmarktanteil bei den leichten Nutzfahrzeugen der Marken Citroën, Fiat Professional, Opel und Peugeot liegt in Europa bei mehr als 25%. „Jedes vierte leichte Nutzfahrzeug kommt damit also von uns. Wir sind vor die-

sem Hintergrund Marktführer in Europa“, rechnet Dinger vor.

Kostspielige Ladetarife

Der Trend zur Elektromobilität bringe auch Herausforderungen für die Rekrutierung der Mitarbeiter, die nicht nur wegen der Vernetzung der Autos mehr digitales Wissen mitbringen müssen, sondern auch verstärkt vom reinen Verkäufer zum „Stromberater“ würden. Eine weitere Herausforderung seien die steigenden Strompreise und die an sich schon hohen Tarife an den Schnellladestationen auf Autobahnen, so Dinger.

Das Problem kennt auch Arnaud Ribault, Head of Central Europe bei Citroën. In Frankreich liege der Preis auf den hochrangigen Straßen in etwa beim Zehnfachen der Ladetarife zu Hause. Dies spiegle sich unter anderem auch im Nutzungsverhalten wider, wo sich zeige, dass die E-Autos eher für kürzere Strecken benützt würden. (red/APA)

VOLVO CARS

E-Auto-Fokus in Dänemark

KOPENHAGEN. Der Autobauer Volvo Cars verkauft in Dänemark keine Fahrzeuge mehr, die ausschließlich mit Benzin oder Diesel fahren. Stattdessen setzt das Unternehmen vor Ort nur noch auf E- und Hybrid-Autos. Nach Norwegen ist Dänemark demnach das zweite Land weltweit, in dem sich der Konzern ausschließlich auf Fahrzeuge zum Aufladen fokussiert.

Die Maßnahme sei ein wichtiger Meilenstein in der globalen Firmenstrategie, bis 2030 ein vollelektrischer Autohersteller zu sein, erklärte die dänische Sparte von Volvo Cars. (APA)



© Volvo Car Corporation

SIXT

Mehr E-Autos für die Flotte

BERLIN. Der deutsche Autovermieter Sixt will bis 2030 mindestens 70% seiner Flotte aus Hybriden oder reinen Elektroautos zusammensetzen. Bis Ende 2023 sollen es weltweit rund zwölf bis 15% sein, wie das Unternehmen mitteilte. Zum Ende des ersten Halbjahres lag der Wert einem Sprecher zufolge bei rund zehn Prozent. (APA)



© Sixt