
Elektroautos im Auto-Abo bei Tchibo

Von Thomas Schäfer

Tchibo bietet seit kurzem Elektroautos im Auto-Abo an. Nutzer können beispielsweise einen Tesla fahren oder sich für einen Fiat 500e entscheiden. Sie sparen sich bürokratische Formalitäten und profitieren von einer großen Flexibilität.

Tchibo hat einmal als Kaffeehändler angefangen, sein Produktportfolio jedoch kontinuierlich ausgebaut und erweitert. Das Angebot reicht inzwischen von Artikeln wie Unterwäsche bis zu Möbeln. Nun streckt Tchibo seine Fühler in ein neues Segment aus und bietet Elektroautos an. Zu Beginn stehen Modelle von Tesla und der Fiat 500e zur Auswahl. Um diesen Service anbieten zu können, kooperiert Tchibo mit „like2drive“.

Tesla gehört zu den Pionieren der Elektromobilität. Die Fahrzeuge des kalifornischen Unternehmens sind bereits seit einigen Jahren verfügbar, und kein Elektroauto wurde im vergangenen Jahr häufiger verkauft. Fiats E-Auto ist hingegen noch neu und muss sich erst am Markt bewähren. Für Tchibo ist dieser Coup ein Versuch, neue Käuferschichten für sich zu gewinnen. Das Unternehmen selbst geht dabei allerdings kein Risiko ein, da es lediglich als Vermittler tätig wird.

Ein Auto Abo ähnelt dem Leasing, unterscheidet sich in vielen Punkten aber deutlich davon. Das Konzept eignet sich für alle, denen eine größtmögliche Flexibilität und Unabhängigkeit beim Autofahren wichtig sind. Beim Auto-Abo zahlen die Nutzer eine monatliche Gebühr an den jeweiligen Dienstleister. Sie sind dann berechtigt, das Auto zu benutzen, lagern aber alle bürokratischen Aufgaben, die mit einem Fahrzeug verbunden sind, aus. Das bedeutet beispielsweise, dass sie sich nicht um die Versicherung und die Steuern kümmern müssen. Der TÜV wird ebenfalls vom Dienstleister übernommen und die Anmeldung ist bereits erfolgt. Sollten Wartungen und Reparaturen notwendig werden, organisiert diese ebenfalls der Dienstleister. Die Nutzer müssen lediglich die Elektroautos aufladen, um damit fahren zu können.

Dass branchenfremde Firmen Autos vermarkten, ist grundsätzlich nicht neu. Beispielsweise hat sich der Telefonanbieter 1&1 daran versucht, Kunden durch Leasingangebote für sich zu gewinnen. Wer bei dem Unternehmen eine Flatrate abschloss, konnte einen Peugeot 208 leasen. Ebenso versuchte Lidl, Kunden durch Leasingangebote für Kia- und Fiat-Modelle zu gewinnen.

Für den Nutzer ist das Angebot vor allem praktisch. Er bekommt verschiedene Leistungen aus einer Hand und weiß, mit welcher Qualität er rechnen kann. Wer mit den grundsätzlichen Serviceleistungen von Tchibo zufrieden ist, ist dankbar, die Suche nach einem geeigneten Fahrzeug ebenfalls dem Unternehmen zu überlassen. Ob das Modell aufgeht und sich wirklich mehr Kunden für die Angebote von Tchibo interessieren, weil es hier jetzt auch Elektroautos gibt, muss sich allerdings noch zeigen.

In der Automobilbranche finden aktuell große Veränderungsprozesse statt. Bei den Menschen entwickelt sich eine neue Mentalität Fahrzeugen gegenüber. Der Trend geht weg vom Besitzen und hin zum Benutzen. Das zeigt sich beispielsweise daran, dass immer mehr Menschen Anbieter von Carsharing suchen. Ihnen geht es darum, von A nach B zu gelangen, und nicht darum, ein Statussymbol zu besitzen. Ebenso gewinnen Konzepte wie Leasing oder Auto-Abos zunehmend an Popularität.

Durch diese neue Einstellung dem Auto gegenüber, verändern sich auch die Kanäle, über die Fahrzeuge erworben werden. Das klassische Autohaus sieht sich einer zunehmend größeren Konkurrenz gegenüber, die teilweise vor allem digitale Kanäle einsetzt, um mit ihrer Zielgruppe zu kommunizieren. Für den Nutzer ist es attraktiv, Leasingangebote und

Auto-Abos von Dienstleistern wie Tchibo oder Lidl zu bekommen. Über traditionelle Rabattaktionen wird es hingegen immer schwieriger, Kunden für sich zu begeistern.

Tchibo arbeitet mit einem limitierten Angebot, lässt sich aber nicht in die Karten gucken. So teilt eine Sprecherin auf Anfrage lediglich mit, dass Fahrzeuge vom Typ Tesla Model 3 im „zweistelligen Bereich“ zur Verfügung stehen und der Fiat 500e im „vierstelligen Bereich“. Es ist jedoch denkbar, dass die Aktion in Zukunft weitergeführt oder ausgebaut wird, wenn sie auf ein reges Interesse stoßen sollte. Für die Nutzung gelten klare Richtlinien. Die Tesla können für zwölf beziehungsweise 24 Monate gebucht werden und dürfen dann für 10.000 beziehungsweise 20.000 Kilometer genutzt werden. Der Fiat steht für 13 Monate zur Verfügung und beinhaltet 13.000 Kilometer Fahrleistung.

Ein Tesla Model 3 ist im Tchibo-Abo ab 777 Euro erhältlich. Ein Fiat 500e kann ab 289 Euro abonniert werden – rund zehn Euro günstiger als beim Konkurrenten finn (https://www.finn.auto/fiat_500-e). Im Monatspreis enthalten sind Versicherung, Steuern, Wartung, Hauptuntersuchung und Anmeldung. Die Fahrzeuge werden relativ schnell bereitgestellt. Während Käufer bei offiziellen Händlern meist drei Monate auf ihr Auto warten müssen, gibt es dieses bei Tchibo bereits nach acht Wochen.

Kunden müssen entscheiden, was ihnen bei ihrem Auto-Abo besonders wichtig ist. Einige Anbieter stellen flexible Kilometerpakete bereit, sind dafür allerdings etwas teurer. Außerdem sind kurzfristige Kündigungen bei Tchibo nicht möglich, stellen für andere Anbieter aber kein Problem dar. Ein genauer Vergleich der einzelnen Dienstleister und ihrer Services ist daher sinnvoll, um zum individuell besten Angebot zu kommen.

Prinzipiell bringt ein Auto-Abo von Tchibo den Nutzern viele Vorteile. Sie können ein Fahrzeug unbürokratisch fahren und müssen für ihre Elektroautos nichts organisieren als den Strom. Da der Kaffeeröster in der Vermarktung branchenfremder Produkte bereits Erfahrungen gesammelt hat, ist davon auszugehen, dass die neue Dienstleistung professionell ist und effizient abgewickelt wird. Durch dieses Konzept beschleunigt Tchibo eine Entwicklung, die sich schon seit längerer Zeit am Fahrzeugmarkt zeigt: Die Menschen ändern ihre Art der Fahrzeugnutzung und suchen nach neuen Kanälen, um sich ein Auto zu besorgen. Für Kunden ist es wichtig, die individuellen Vertragsbedingungen bei einem Abo genau zu studieren und mit anderen Angeboten zu vergleichen. (ampnet/red)

Bilder zum Artikel



Tchibo steigt in Geschäft mit Auto-Abos ein. Im Angebot sind zunächst die beiden Elektroautos Fiat 500e und Tesla Model 3.

Foto: Auto-Medienportal.Net/www.presseportal.de/Tchibo
