



Fotos: Michael Blumberstein (1), Vibe moves you

In Bayern und Baden-Württemberg könnte man die ersten neuen Österreicher sehen. Hier sogar als Gebrauchte-E-Auto.

Alltagslösungen finden

In Österreich ist „vibe moves you“ eine große Nummer im Auto-Abo-Markt. Nun will man auch in Deutschland seine reine E-Flotte in die Unternehmen bringen – neue und gebrauchte.

Gut gelaunt, gut vernetzt (vor allem in Österreich) und entspannt offen: So zeigte sich „vibe moves you“ beim Redaktionsbesuch Ende 2025 in München. Der reine E-Auto-Abo-Anbieter ist laut eigener Aussage Marktführer in Österreich und blinkt nun vorsichtig über die Alpen nach Bayern und Baden-Württemberg. Was dahintersteckt, verriet uns Martin Rada, Managing Director Sales and International Operations, der selbst aus dem Abo-Bereich stammt.

Vibe moves you ist in nur sechs Jahren zum größten Elektro-Abo-Anbieter Österreichs geworden. Was war der ursprüngliche Gedanke?

Martin Rada: Am Anfang war eine Mischung aus Neugier und Überzeugung. Wir hatten das Gefühl, dass sich Mobilität grundlegend verändern wird, aber niemand wusste so richtig, wie schnell es gehen würde. Uns war klar, dass viele Leute zwar elektrisch fahren, aber kein Risiko eingehen wollten. Also haben wir gesagt: Wenn wir ihnen dieses Risiko abnehmen, dann probieren sie es. Und genau so ist es gekommen.

2025 kam der deutsche Markt in den Blick. Auf eurer Homepage heißt es: „Jetzt in Bayern“. Wann ist vibe moves you in MeckPom?

M. Rada: Bayern und Baden-Württemberg, wo viele Unternehmen mit Fuhrparks sitzen, machen den Anfang. Parallel bauen wir ein Partnernetzwerk für Service und Fahrzeuglogistik auf, um in ganz Deutschland aktiv zu werden. Wir setzen aber auf kontrolliertes Wachstum mit hoher Servicequalität und werden schrittweise vorgehen – und auch in Mecklenburg-Vorpommern wird es bald ‚gute vibes‘ in Sachen Elektroautos geben.

Wann war für Sie eigentlich klar, dass Elektromobilität für Ihr Geschäftsmodell kein Trend, sondern ein dauerhafter Richtungswechsel sein könnte?

M. Rada: Bei uns kam der Punkt ziemlich früh. Wir haben gesehen, wie die großen Unternehmen plötzlich nicht mehr nur testweise ein paar E-Autos nahmen, sondern komplette Fuhrparks elektrifizieren wollten. Da war klar: Das ist keine Spielerei mehr. Und gleichzeitig hatten wir jeden Tag Kunden, die sagten: Ich würde elektrisch fahren, aber ich will mich nicht mehrere Jahre festlegen. Für uns war das die Bestätigung, dass wir mit einem flexiblen Modell genau die Lücke treffen können, die der Markt damals bot. Der größte Vorteil ist tatsächlich, dass wir uns nicht ständig neu erfinden

müssen. Wir konzentrieren uns auf ein Thema und werden darin richtig gut. Dies schätzen sowohl unsere Kunden als auch die Hersteller und Partner, über die wir unsere Fahrzeuge beziehen. Wir führen keine Diskussion darüber, welchen Antrieb wir fördern. Wir haben keine Mischflotte, keine unterschiedlichen Serviceprozesse. Alles ist auf Elektro ausgelegt. Und intern bringt diese Klarheit eine enorme Ruhe, weil jeder im Unternehmen weiß, wohin wir wollen. Ich glaube, diese Konsequenz ist ein Grund dafür, warum wir so schnell wachsen konnten.

Mit ViveLaCar haben Sie vor gut sechs Jahren einen ersten Anlauf beim Thema Auto-Abo genommen. Ist heute die Welt eine andere, die auch anders auf das relativ teure Auto-Abo blickt, wenn man die 75-prozentigen Abschreibemöglichkeiten in Deutschland und die gestützten Leasingraten als Alternative heranzieht?

M. Rada: Vor einigen Jahren kamen viele Anbieter auf den Markt und hatten alle mit drei Ereignissen zu kämpfen: Zunächst kam Covid mit den gewaltigen Unsicherheiten, dann die Chip-Krise und schließlich der plötzlich leergefegte Markt. Gleich danach folgte der Krieg in der Ukraine mit



Peter Löbl-Brand (CFO) und Martin Rada (CEO) gehören zu den Machern von vibe.

den bekannten Auswirkungen, vor allem hinsichtlich der Zinsen. Abo war da seiner Zeit etwas voraus und es musste viel erklärt werden – auch gegenüber Herstellern und Händlern. Heute ist es anders: Abos sind im Markt angekommen, die Angebote sind attraktiv, der Prozess ist einfach. Bei vibe dauert die Bestellung wenige Minuten, alles wird digital, sicher und transparent abgewickelt und das ist ein weiterer, entscheidender Unterschied zum Leasing. Da wird noch viel Papier bewegt, der Vorgang dauert mitunter mehrere Tage und ist für viele Kunden oft nicht transparent.

Sie arbeiten mit einem Heavy-Asset-Modell und besitzen Ihre komplette Flotte. Welche Überlegungen stecken hinter der Entscheidung?

M. Rada: Das war eine der mutigsten Entscheidungen, die wir getroffen haben. Es ist viel Kapital gebunden, keine Frage. Aber wir wollten nicht von Dritten abhängig sein. Wenn die Fahrzeuge uns gehören, können wir entscheiden, wie wir sie einsetzen, wann wir sie wiederaufbereiten und wie wir mit Restwerten umgehen. Das gibt uns Kontrolle, aber auch Verantwortung.

Wie treffen Sie Ihre Einkaufsentscheidungen?

M. Rada: Wir kaufen nicht blind große Mengen, sondern schauen zuerst darauf, ob das Auto im Alltag unserer Kunden funktioniert. Reichweite, Ladegeschwindigkeit, Verlässlichkeit – das sind die Themen. Wenn ein Modell bei uns intern durchfällt, kommt es gar nicht erst in den Einkauf. Und wir spre-

chen viel mit Herstellern. Manchmal müssen wir ihnen auch sagen: Euer Produkt ist gut, aber nicht für unseren Use-Case. Das ist nicht immer angenehm, aber am Ende hilft es beiden Seiten. Wir orientieren uns daran, was unsere Kunden wirklich fahren wollen und was wir auch nach zwei Jahren noch guten Gewissens weitergeben können. Zudem interessieren sich immer mehr Hersteller für uns, denn wir können einen Launch sehr wirksam unterstützen, ohne aus einem neuen Modell unkontrollierbare Ramschware zu machen. Auch dies unterscheidet uns von den Plattformen.

Mit Revibe haben Sie ein eigenes Gebrauchtwagen-Abo geschaffen und damit eine Idee umgesetzt, die es in Deutschland schwer hat.

M. Rada: Revibe resultiert aus einer ganz einfachen Erkenntnis: Unsere Autos sind nach dem ersten Lebenszyklus viel zu gut, um sie einfach nur zu verkaufen. Elektroautos altern anders. Wenn man sie ordentlich behandelt, sind sie nach zwei Jahren oft noch hervorragend in Schuss. Und wir kennen jedes Fahrzeug in- und auswendig, weil wir es selbst unterhalten haben. Also war der Schritt logisch, ein Abo daraus zu machen. Aufbereitet, klar bewertet, transparent dokumentiert – und preislich attraktiv. Revibe ist für uns kein Nebenprodukt, sondern ein zweiter, sehr stabiler Geschäftszweig.

Wie stellen Sie sicher, dass ein stark genutztes E-Auto nach der Aufbereitung wieder abonnierbar ist?

M. Rada: Wir lassen die Fahrzeuge nicht einfach ‚durchwaschen‘, sondern prüfen sie sehr systematisch. Batteriegesundheit, Technikcheck, Innenraum, Lack, alles in klar definierten Schritten. Und wenn etwas nicht passt, wird es geändert. Punkt. Es hat keinen Wert, ein Auto halbherzig aufzubereiten, denn das merkt der Kunde sofort. Der Vorteil für uns ist, dass wir die gesamte Historie kennen. Wir wissen, wie das Auto geladen wurde, wie es gefahren wurde und wo es im Service war. Das gibt uns eine Sicherheit, die man auf dem freien Gebrauchtwagenmarkt kaum bekommt.

Wie viel günstiger muss ein Revibe-Abo sein, dass es funktioniert?

M. Rada: Im Durchschnitt sind die Revibe-Autos 10 bis 15 Prozent günstiger als Neufahrzeuge.

Ihr bietet auch ein Fuhrparkportal an. Welche Funktionen bietet das und wie verändert es die Arbeit für die Flottenmanager?

M. Rada: Für Flottenmanager bedeutet das Portal vor allem eines: Sie müssen nicht mehr hinter den Informationen herlaufen. Alles, was früher über E-Mails, Excel-Listen oder Telefonate passiert ist, steht dort live drin: Kilometerstände, Ladestände, Servicehinweise, Verträge, Kostenstellen. Viele Kunden sagen uns nach zwei Wochen: ‚Wir wussten gar nicht, wie viel Zeit wir vorher verloren haben.‘ Und das stimmt. Die Informationsflüsse waren in vielen Unternehmen ein Bremsklotz. Unser Portal löst das nicht mit Zauberei, sondern weil alles an einem Ort zusammenläuft und dann automatisch aktualisiert wird.

Ein großes Thema im E-Auto-Bereich ist die Heimpladeabrechnung. Wie löst Ihr diesen in der Praxis oft aufwendigen Prozess?

M. Rada: Wir wollten unbedingt eine Lösung, die nicht zur Wissenschaft wird. Also nutzen wir die Daten, die wir ohnehin haben, und bereiten sie so auf, dass Kunden sie direkt in ihre Lohnbuchhaltung übernehmen können. Das funktioniert über eine einfa-

che Exportdatei, die jeden Monat automatisch erstellt wird. Kein manuelles Nachführen von Zählerständen, kein Jonglieren mit Screenshots oder den Excel-Tabellen. Für viele Unternehmen war genau das der Punkt, an dem sie gesagt haben: ‚Gut, damit können wir wirklich elektrisch werden.‘ Wenn Heimladen kompliziert ist, scheitern ganze Elektrifizierungsprojekte. Deshalb war das für uns ein zentraler Baustein.

Was sind aus Ihrer Sicht die großen Herausforderungen beim Aufbau eines skalierbaren Aftersales- und Partnernetzwerks in Deutschland?

M. Rada: Die größte Herausforderung ist tatsächlich, die richtigen Partner zu finden, die den Elektrogedanken ernst nehmen. Viele Betriebe sagen ‚ja klar, können wir‘, aber wenn es dann um die Spezialthemen geht,

merkt man schnell, wie tief die Erfahrung wirklich ist. Wir investieren viel Zeit, um Partner zu prüfen und gemeinsam Standards aufzubauen. Außerdem müssen wir Prozesse so bauen, dass sie nicht nur in München funktionieren, sondern genauso in Hamburg. Das klingt trivial, ist aber ein enormer Aufwand. Wenn Aftersales nicht passt, passiert etwas, das wir um jeden Preis vermeiden wollen: Der Fahrer verliert Vertrauen. Das darf nicht passieren.

Ihr seid ein kapitalintensives Unternehmen. Wo gewinnt vibe moves you seine Kapitalgeber?

M. Rada: Unsere Gesellschafter sind namhafte Family-Offices aus Österreich, jeweils mit einem großen Bezug zu nachhaltigen Geschäftsmodellen und einem weiten Planungshorizont. Wir freuen uns über dieses Vertrauen

und die damit verbundene Stabilität und sehen, dass dies auch für die Investoren, mit denen wir Gespräche führen, von großer Bedeutung ist.

Herzlichen Dank, Herr Rada, für das Gespräch. *mb*



Martin Rada ist ein Auto-Abo-Veteran könnte man sagen.

Anzeige

VMF – EXPERTEN FÜR MOBILITÄT IM WANDEL.

DAS NETZWERK FÜR UNABHÄNGIGE MOBILITÄT & FUHRPARKLÖSUNGEN

WANDEL DURCH KNOW-HOW & RICHTIGE TOOLS

Künstliche Intelligenz findet immer mehr Einzug in die Fuhrpark- und Mobilitätsbranche. Noch gibt es allerdings viele Unklarheiten und Fragen.

Mobilitätsdienstleister sind bereits jetzt auf diesem Gebiet Expertinnen und Experten. Die Mitglieder des VMF helfen, den Fuhrpark in die Zukunft zu begleiten. Die Möglichkeiten im Bereich Künstliche Intelligenz für das Fuhrparkmanagement sind umfassend: von intelligenter Routenoptimierung über das Wartungs- und Schadenmanagement bis hin zur nachhaltigen Verbesserung des Fuhrparks.

Der VMF und seine Mitglieder unterstützen bei der Transformation mit Know-how und den richtigen Tools. Gemeinsam beschreiten wir den Weg in die Zukunft.