

VERTRIEBSMODELL

BMW und Mercedes wollen Auto- Abos anbieten

Nach [Porsche](#) und Cadillac wollen auch [BMW](#) und [Mercedes](#) Abomodelle für ihre Modellpaletten testen. Dies haben die Unternehmen auf der Detroit Motor Show angekündigt.

BMW und Mercedes wollen laut [einem Bericht von Automotive News](#) 2018 ein neues Preismodell testen. Dabei werden die Fahrzeuge nicht finanziert oder geleast, sondern vermietet. Die Besonderheit: Der Kunde erhält für einen monatlichen Betrag Zugriff auf unterschiedliche Modelle des jeweiligen Herstellers. Das neue Vertriebsmodell wird zunächst in den USA getestet. Preise und Modellauswahl sind noch nicht bekannt.

Porsche startete in den USA bereits das Programm [Porsche Passport](#), bei dem es Autos im Abonnement für einen fixen Monatsbeitrag gibt. Die Flatrate Launch für 2.000 US- Dollar monatlich bietet Kunden Zugriff auf acht Varianten, das Programm Accelerate für 3.000 US-Dollar monatlich umfasst den Zugriff auf 22 verschiedene Autos.

In New York bietet Cadillac seit 2017 mit [Book by Cadillac](#) ebenfalls ein Autoabonnement an. In Deutschland wird Cadillacs System [zunächst in München getestet](#). Der Kunde kann aus dem Sortiment von Premium-Fahrzeugen für eine Monatspauschale eines von neun Modellen der Marken Cadillac und Chevrolet wählen.

Auch Audi erprobt neue Vertriebsmethoden und entwickelte dazu Audi Select. Alle drei Monate sollte der Kunde ein neues Fahrzeug

bekommen. Der Dienst wurde jedoch ohne Angabe von Gründen wieder eingestellt.

BMW und Mercedes wollen laut einem [Bericht von Automotive News](#) 2018 ein neues Preismodell testen. Dabei werden die Fahrzeuge nicht finanziert oder geleast, sondern vermietet. Die Besonderheit: Der Kunde erhält für einen monatlichen Betrag Zugriff auf unterschiedliche Modelle des jeweiligen Herstellers. Das neue Vertriebsmodell wird zunächst in den USA getestet. Preise und Modellauswahl sind noch nicht bekannt.

Porsche startete in den USA bereits das Programm [Porsche Passport](#), bei dem es Autos im Abonnement für einen fixen Monatsbeitrag gibt. Die Flatrate Launch für 2.000 US- Dollar monatlich bietet Kunden Zugriff auf acht Varianten, das Programm Accelerate für 3.000 US-Dollar monatlich umfasst den Zugriff auf 22 verschiedene Autos.

In New York bietet Cadillac seit 2017 mit [Book by Cadillac](#) ebenfalls ein Autoabonnement an. In Deutschland wird Cadillacs System [zunächst in München getestet](#). Der Kunde kann aus dem Sortiment von Premium-Fahrzeugen für eine Monatspauschale eines von neun Modellen der Marken Cadillac und Chevrolet wählen.

Auch Audi erprobt neue Vertriebsmethoden und entwickelte dazu Audi Select. Alle drei Monate sollte der Kunde ein neues Fahrzeug bekommen. Der Dienst wurde jedoch ohne Angabe von Gründen wieder eingestellt.

BMW und Mercedes wollen laut einem [Bericht von Automotive News](#) 2018 ein neues Preismodell testen. Dabei werden die Fahrzeuge nicht finanziert oder geleast, sondern vermietet. Die Besonderheit: Der Kunde erhält für einen monatlichen Betrag Zugriff auf unterschiedliche Modelle des jeweiligen Herstellers. Das neue Vertriebsmodell wird zunächst in den USA getestet.

Preise und Modellauswahl sind noch nicht bekannt.

Porsche startete in den USA bereits das Programm [Porsche Passport](#), bei dem es Autos im Abonnement für einen fixen Monatsbeitrag gibt. Die Flatrate Launch für 2.000 US- Dollar monatlich bietet Kunden Zugriff auf acht Varianten, das Programm Accelerate für 3.000 US-Dollar monatlich umfasst den Zugriff auf 22 verschiedene Autos.

In New York bietet Cadillac seit 2017 mit [Book by Cadillac](#) ebenfalls ein Autoabonnement an. In Deutschland wird Cadillacs System [zunächst in München getestet](#). Der Kunde kann aus dem Sortiment von Premium-Fahrzeugen für eine Monatspauschale eines von neun Modellen der Marken Cadillac und Chevrolet wählen.

Auch Audi erprobt neue Vertriebsmethoden und entwickelte dazu Audi Select. Alle drei Monate sollte der Kunde ein neues Fahrzeug bekommen. Der Dienst wurde jedoch ohne Angabe von Gründen wieder eingestellt.