

DFM zeigt Stärke

Daimler Fleet Management (DFM) meldet für 2010 hohe prozentuale Zuwächse beim Neugeschäftsvolumen und Fahrzeugbestand. Und DFM will weiter wachsen. Geschäftsführer Harald Schneefuß über die hierzu geplanten Produkte und Maßnahmen, zu denen auch der Ausbau der Online-Plattform x-Fleet gehört.

Af: Herr Schneefuß, wie zufrieden waren Sie mit dem abgelaufenen Geschäftsjahr?

Schneefuß: Wir blicken auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Wir konnten unser Bestandsvolumen um 20 Prozent auf über 240.000 Verträge steigern, im Neugeschäftsvolumen haben wir sogar um 30 Prozent zugelegt.

Af: Mit welchen Leistungen und Konditionen hat die DFM als Hersteller-gesellschaft bei den Kunden gepunktet?

Schneefuß: Serviceversprechen und Servicequalität sind die ausschlaggebenden Faktoren für langfristige Kundenbindungen in unserem Hause. Natürlich

sind auch die Konditionen von Bedeutung, da sie als Erstes auf dem Tisch liegen und die Kunden sich unmittelbar an einer belegbaren Größe orientieren müssen. In der Geschäftsbeziehung setzen wir alles daran, den Kunden davon zu überzeugen, dass dies allerdings nur die halbe Miete ist und der Service unter TCO-Gesichtspunkten ebenfalls wichtig ist. Das wahre Preis-Leistungs-Verhältnis ist damit erst nach zwei oder drei Jahren richtig zu vergleichen. Dann spielt auch der Preis nicht mehr die alles entscheidende Rolle.

Af: Nichtsdestotrotz ist der Preiskampf nach wie vor massiv und der Wettbewerb zwischen den herstelleregebundenen und unabhängigen Leasinggesellschaften sehr stark.

Schneefuß: Das wird auch so bleiben. Die meisten großen unabhängigen Leasinggesellschaften haben schon mehr oder weniger einen Captive-Hintergrund oder eine -Beteiligung. Langfristig kommt man damit an den Captives fast gar nicht mehr vorbei. Darüber hinaus denken Captives in längeren Zyklen und können anders kalkulieren, weil sie den Kunden vor allem bei der Marke halten wollen.

Af: Wie stark sind denn bei DFM die Full-Service-Bausteine gefragt – von Wartung & Reparatur über Tankkarten

und Reifenersatz bis zu Kfz-Versicherung und Schadenmanagement?

Schneefuß: Der meistgenutzte Baustein ist sicherlich Wartung und Reparatur, gefolgt von Rädern und Reifen sowie der Kfz-Versicherung. Insbesondere im Versicherungsbereich gewinnen wir derzeit überdurchschnittlich hinzu.

Af: Warum schließen Flottenkunden die Kfz-Versicherung vermehrt über DFM ab?

Schneefuß: Zum einen führe ich das auf unsere attraktiven Angebote zurück. Zum anderen tendieren unsere Kunden immer mehr dazu, die Kfz-Versicherung aus der Versicherungsabteilung auszugliedern und dem Automotive-Bereich und damit dem Fuhrparkmanagement zuzuordnen. Das Wachstum im reinen Flottenbereich lag 2010 folglich bei rund 16 Prozent und die Nachfrage steigt weiter. Daneben haben wir unser Angebot rund um die Kfz-Versicherungen in den vergangenen drei Jahren weiter ausgebaut, weshalb auch immer mehr Kunden auf das aktive Schadenmanagement der DFM zurückgreifen.

Af: Wer sind bei DFM die Kfz-Versicherer im Hintergrund?

Schneefuß: Unsere Partner im Bereich Kfz-Versicherung sind HDI-Gerling, R+V und Zurich.

Af: Wie läuft der Bereich Räder und Reifen?

Schneefuß: Das Räder- und Reifensegment entwickelt sich sehr gut. Insbesondere unsere „Alu statt Stahl“-Aktion als kostenloses Upgrade für A-, B-, C- und CLC-Klasse sowie für Kunden mit dem Servicebaustein Reifenersatz „Stahl“, die wir bis 31. März nun zum dritten Mal durchgeführt haben, hat sich etabliert. Deshalb werden wir diese Aktion auch in Zukunft fortführen.

Af: Mit dem KomplettService-Paket Flotte decken Sie Wartung & Verschleiß



Harald Schneefuß:
„Langfristig kommt man an den Captives fast gar nicht mehr vorbei.“

für typische Flottenmodelle ab: Wie viele Kunden nutzen das und wird es weitergeführt?

Schneefuß: Derzeit nutzen fast alle Kunden dieses Paket. Es gibt schließlich keinen vernünftigen Grund, es nicht in Anspruch zu nehmen. Insgesamt handelt es sich um ein Produkt, das bei den Kunden auf große Akzeptanz stößt und deshalb ebenfalls fortgeführt wird.

Af: VW Financial Services bietet seit Kurzem für gewerbliche Groß- und Einzelkunden auf Wunsch eine Garantieverlängerung für VW-, Skoda- und Seat-Neufahrzeuge von bis zu fünf Jahren an. Denken Sie über ein solches Angebot ebenfalls nach?

Schneefuß: Ein solches Produkt ist im Augenblick nicht in der Diskussion, da es vonseiten der Kunden nicht angefragt wird und wir somit auch keinen Marktdruck spüren. Wir gehen vielmehr hin zu All-inclusive-Raten für bestimmte Leasingpakete. In diese Richtung entwickeln wir gegenwärtig neue Produkte, sodass der Kunde mit einer Unterschrift alles aus einer Hand bekommen kann.

Af: Welche Rolle spielt das Behördengeschäft bei DFM?

Schneefuß: Die öffentliche Hand ist für uns ein wichtiger Kunde. Und wir haben natürlich die Kompetenz, Behörden und Institutionen mit unseren Spezialisten zu bedienen. Wir verstehen uns hier als Dienstleister innerhalb des Konzerns und werden bei entsprechender Anfrage unser Leistungsportfolio zur Verfügung stellen.

Af: Gab es 2010 bestimmte Modelle, die besonders gefragt waren?

Schneefuß: Natürlich ist die C-Klasse immer sehr stark im Portfolio vertreten. Hier haben wir ein großes Wachstum. Da wir hauptsächlich Motivationsführ-

parks zu unseren Kunden zählen, ist ferner auch die Mercedes-Benz E-Klasse sehr gefragt. Sie liegt knapp hinter der C-Klasse.

Af: Im vergangenen Jahr haben Sie auch den Umweltaward EcoStar 2011 ins Leben gerufen. Warum?

Schneefuß: Der Umweltaward EcoStar entstand letztlich auf Wunsch unserer Kunden. Denn sie haben gefragt, ob wir nicht einen Anreiz schaffen können, der die Fahrer dazu veranlasst, Sprit zu sparen. Es sollte außerdem eine Lösung sein, die spielerisch gestaltet ist und Spaß macht. Deshalb haben wir den EcoStar-Award als Spritspar-Wettbewerb aus der Taufe gehoben. Die Resonanz auf das neue Angebot ist daher schon gut. Die erste Verleihung des EcoStar-Awards 2011 wird dann zur IAA im Herbst dieses Jahres stattfinden.

Af: Welche Ziele haben Sie sich nun für das laufende Jahr gesteckt?

Schneefuß: Wir rechnen mit einer positiven Entwicklung der Gesamtwirtschaft und damit auch mit einem moderaten Wachstum im relevanten Flottenmarkt, an dem wir entsprechend partizipieren werden.

Af: Wie hoch ist bei DFM gegenwärtig der Bestand an Fremdmarken?

Schneefuß: Generell liegt der Schwerpunkt bei DFM auf Mercedes-Benz. Seit jeher haben wir jedoch auch Fremdmarken im Bestand, um die Wünsche unserer Kundschaft vollumfänglich bedienen zu können. Das wird auch in Zukunft der Fall sein.

Af: Welche Neuerungen sind noch in 2011 geplant?

Schneefuß: Wir werden Mitte April einen Relaunch von xFleet durchführen.

Damit präsentieren wir uns in einem neuen Design, mit einer anderen Menüführung sowie mit neuen Funktionen. Insgesamt wird xFleet dadurch nochmals benutzerfreundlicher. Dem Relaunch folgt eine sukzessive Erweiterung, die im nächsten Schritt einen stärkeren Ausbau der Händleranbindung beinhaltet. Darüber hinaus wollen wir das Reporting noch stärker den Kundenanforderungen anpassen und die Reportings nach Bedarf weiter individualisieren. Leitgedanke soll dabei sein: Was braucht der jeweilige Fuhrparkmanager? Je nach individuellem Bedarf werden wir dann die entsprechende Entwicklung von Reportings vorantreiben, die eine sinnvolle und effiziente Nutzung ermöglichen.

Af: Und welche konkreten Wachstumsziele gibt es für 2011?

Schneefuß: Wir rechnen auch in 2011 mit einem erfolgreichen Geschäftsjahr.

Af: Wohin steuert aus Ihrer Sicht der Wettbewerb zwischen herstellerebundenen und unabhängigen Fuhrparkmanagement-Dienstleistern?

Schneefuß: Die kleinen Leasinggesellschaften werden meiner Meinung nach immer mehr dazu übergehen, Managementaufgaben zu übernehmen und beratend tätig sein. Die großen markenunabhängigen Leasinggesellschaften werden ihren Fokus noch stärker auf europäischer und internationaler Ebene setzen. Unseren Wettbewerbsvorteil sehe ich neben interessanten Produkten und einem starken Konzern im Hintergrund in unserer Kontinuität, höchster Qualität, Verlässlichkeit und Sicherheit. Genau auf diese Attribute achten Flottenkunden verstärkt bei der Auswahl ihrer Geschäftspartner. Da können wir punkten.

INTERVIEW:

ANNEMARIE SCHNEIDER 

ALUCA[®]

Fahrzeugeinrichtungen
aus **100% Aluminium**



NUFAM
14. - 17. April 2011
Halle 1, Stand B 20

bfp - Fuhrparkforum
25. - 26. Mai 2011

Weniger Gewicht. **Mehr Zuladung!**

www.aluca.de