

Auf ein (gutes?) Neues

Viele im Flottenmarkt werden sprichwörtlich „drei Kreuze“ machen, dass das schwierige 2009 vorbei ist. Dem neuen Jahr wohnt die Chance inne, aus den Fehlern und Versäumnissen der vergangenen Jahre zu lernen und neu durchzustarten. Die von uns befragten Leasing- und Fuhrparkmanagement-Anbieter, Hersteller und Importeure zeigen sich verhalten-optimistisch und finden ungewohnt offene Worte für ihren Blick zurück.

Der Flottenmarkt ist kein Streichelzoo. Der Konkurrenzdruck unter den verbliebenen Akteuren verschärft sich, und gerade nach einem so krisengeschüttelten Jahr wie diesem tun dies auch die Worte mancher von uns Befragten. Non-Captives „schießen“ verbal gegen die aggressiven Vermarktungsstrategien der Captives, deren Kampf um Marktanteile mittels Quersubvention dann auch gern als „Pumpgun-Methodik“ bezeichnet wird. Ein Vertreter einer Leasinggesellschaft sieht den Wettbewerb eher als sportliche Disziplin: Es sei schwer zu sagen, welche Leasinggesellschaft als erste über die Erfolgs-Ziellinie läuft, es würden sich aber auf jeden Fall weniger als in den Jahren zuvor für den Endlauf qualifizieren. Nicht nur er, sondern auch andere Branchenangehörige gehen davon aus, dass der Kampf ums Überleben – gerade im Leasing – im nächsten Jahr weitergehen und sich „die Spreu vom Weizen“

trennen wird. Von daher reicht das Spektrum bei der Einschätzung, was das neue Jahr bringen wird, von verhalten optimistisch bis nüchtern-realistisch.

Krise noch nicht vorbei

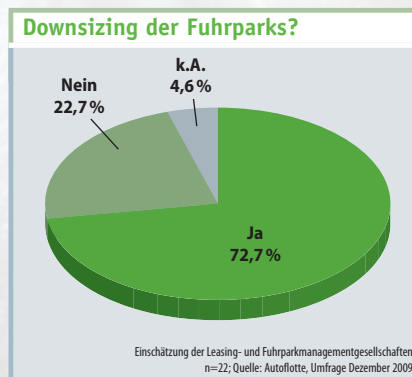
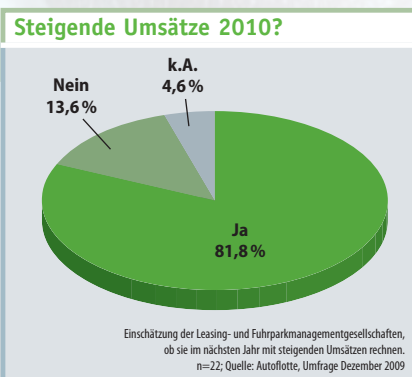
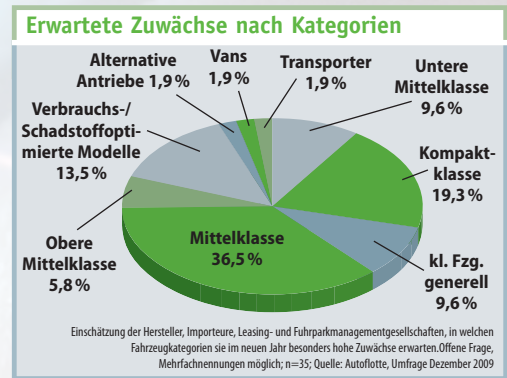
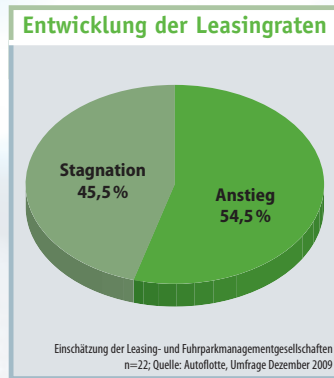
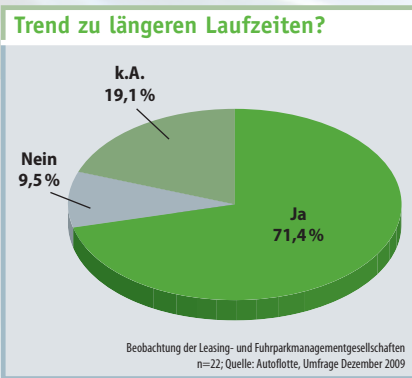
Einige erwarten eine leichte Erholung, glauben, dass der Markt nach überzogenen Restwertprognosen zur Seriosität zurückkehrt. Andere sind überzeugt, dass die Krise noch nicht vorbei ist und die Restwerte weiter unter Druck stehen. Die Gefahr einer weiteren Belastung der Restwerte sieht René Bock, Leiter Fleet und Remarketing bei Mazda Motors Deutschland, als Folge einer künstlichen Markaufblähung, die durch die hohen Erwartungen vieler Marktteilnehmer in das Flottengeschäft entstehen könnte, die versuchen werden, den Rückgang im Privatmarkt zu kompensieren.

Trotz alledem gehen die meisten der von uns befragten Unternehmen davon

aus, dass sich ihre persönliche Wettbewerbssituation im neuen Jahr verbessern wird (siehe Statements der Branche ab Seite 48 sowie Grafiken unten). So sind gut vier Fünftel (81,8 Prozent) der Leasing- und Fuhrparkmanagementunternehmen überzeugt, dass ihre Umsätze im nächsten Jahr steigen werden. Angesichts der mageren Abschlüsse in diesem Jahr vielleicht auch kein Hexenwerk. Auch bei den Neuverträgen erwartet die überwiegende Mehrheit eine positive Entwicklung (siehe Tabelle rechts): So gehen alle von einer Steigerung aus, verhaltene Optimisten erwarten ein Plus im niedrigen einstelligen Bereich, die ganz Zuversichtlichen sogar 20 bis 30 Prozent.

Sparkurs in den Fuhrparks

In den Fuhrparks scheint die Krisenstimung den Befragten zufolge auch noch nicht überwunden zu sein, denn über 70 Prozent der Leasing- und Fuhrparkma-



nagement-Anbieter gehen davon aus, dass sich das Downsizing in 2010 fortsetzen wird. Ebenso viele glauben, dass der Trend zu längeren Vertragslaufzeiten im Leasing anhalten wird.

Zu dieser Einschätzung passt, dass Hersteller, Importeure, Leasinggeber und Fuhrparkmanagement-Anbieter die größten Wachstumspotenziale bei Fahrzeugen der Kompakt- und Mittelklasse erwarten. Beim Blick in die Glaskugel sehen die meisten Akteure als typische Flottenvertreter in 2010 kleine, verbrauchs-optimierte und schadstoffreduzierte Fahrzeuge. M. PRUVOST Af

Entwicklung der Neuverträge

Leasing- und FPM-Gesellschaft	Schätzung für 2010
akf servicelease	moderate Steigerung
ALD Automotive	10 Prozent
Alphabet	Steigerung
Arval	2–3 Prozent
Athlon Car Lease	12,5 Prozent
carmobility	20 Prozent
Commerz Real Autoleasing	10 Prozent
CPM	15 Prozent
Daimler Fleet Management	Mindestens auf gegenwärtigem Niveau
DeTeFleetServices	18 Prozent
Deutsche Leasing Fleet	5 Prozent
DirectLease.de	30 Prozent
Fleetlevel+	15–20 Prozent
GE Capital - ASL Fleet Services	>10 Prozent
Hannover Leasing Automotive	>10 Prozent
HPI	12–18 Prozent
LeasePlan	leichtes Wachstum
Mobility Concept	10 Prozent
Raiffeisen-Impuls Fuhrparkmanagement	10 Prozent
Sixt Leasing	einstelliger Prozentbereich
VR Leasing	5 Prozent
VW Leasing	Steigerung

Quelle: Autoflotte, Umfrage Dezember 2009

Laufzeit und Laufleistung

Leasing- und FPM-Gesellschaft	Laufzeit in Monaten	Laufleistung in Kilometern
akf servicelease	36–40	k.A.
ALD Automotive	36	100.000 gesamt
Alphabet	38	52.000 p.a.
Arval	43	37.000 p.a.
Athlon Car Lease	41,47	31.551 p.a.
carmobility	33	k.A.
Commerz Real Autoleasing	40	110.000 gesamt
CPM	48	35.000 p.a.
Daimler Fleet Management	36	90.000 gesamt
DeTeFleetServices	k.A.	k.A.
Deutsche Leasing Fleet	36	120.000 gesamt
DirectLease.de	36–40	k.A.
Fleetlevel+	42	160.000 gesamt
GE Capital - ASL Fleet Services	39	35.000 p.a.
Hannover Leasing Automotive	36	30.000 p.a.
HPI	k.A.	k.A.
LeasePlan	40	40.000 p.a.
Mobility Concept	36–8	120.000 gesamt
Raiffeisen-Impuls Fuhrparkmanagement	30	30.000 p.a.
Sixt Leasing	k.A.	k.A.
VR Leasing	38	35.000 p.a.
VW Leasing	36	35.000 p.a.

Quelle: Autoflotte, Umfrage Dezember 2009

MIT WELCHEN ERWARTUNGEN DIE HERSTELLER UND IMPORTEURE INS NEUE JAHR STARTEN:



„Mit unseren aktuellen Modellen sind wir schon sehr gut aufgestellt, dann kommen 2010 die Neuauflagen von Movano und Meriva. Nächster Fuhrpark-Knüller ist der Astra Sports Tourer – mit einem solch attraktiven Angebot werden wir unsere Stammkunden und sehr viele weitere Interessenten von der Marke Opel überzeugen.“

Jürgen F. Hölz, Direktor Verkauf an Groß- und Gewerbekunden, GM



„Wir werden uns auf dem deutschen Markt offensiv positionieren. Wachstumspotenzial sehen wir für Peugeot vor allem in den neuen Segmenten, die wir mit den Neuheiten 3008 und 5008 abdecken, aber auch im gewerblichen Bereich.“

Stefan Moldaner, Direktor Vertrieb Gewerbekunden und Nutzfahrzeuge, Peugeot Deutschland



„Ziel für 2010 ist es, unsere Position als stärkste Importmarke bei Flotten über zehn Fahrzeuge weiterhin zu festigen und auszubauen.“

Gunther Riedel, Leiter Vertrieb bei Skoda Auto Deutschland



„Die hohen Erwartungen vieler Marktteilnehmer in das Flottengeschäft als Kompensation für den zu erwartenden Rückgang im Privatmarkt bergen die Gefahr einer künstlichen Marktaufblähung mit einer weiteren Belastung der Restwerte.“

René Bock, Leiter Fleet und Remarketing, Mazda Motors Deutschland



„Kia Motors Deutschland wird in 2010 seinem Motto ‚The Power to Surprise‘ auch im Flottenbereich gerecht werden. Lassen Sie sich überraschen!“

Uwe Kirsten, Leiter Flotten- und Großkundengeschäft, Kia Motors Deutschland



„Mobilität ist nach wie vor eine der wichtigsten Voraussetzung für Wirtschaftskraft und Wachstum. Die Anforderungen der Kunden an möglichst umweltverträgliche Mobilität wachsen. Ford bietet mit seiner ebenso jungen wie attraktiven Modellpalette die passenden Lösungen.“

Klaus Sawallisch, Leiter Flotten- und Behördenverkauf, Ford-Werke



„In jeder Krise steckt auch immer eine Chance. Wir wollen diese Chance gerne ergreifen und sehen optimistisch dem Jahr 2010 entgegen. Für Citroën bietet sich eine Gelegenheit zum Durchbruch im Flottengeschäft.“

Stephan Lützenkirchen, Abteilungsleiter Vertrieb Firmen- und Nutzfahrzeuge, Citroën Deutschland GmbH



„2010 sehen wir als das Jahr der Gewinner im gewerblichen Bereich. Der gewerbliche Kunde erwartet innovative Produkte und Dienstleistungen rund um das Automobil, die wir mit der Marke Volkswagen abdecken werden.“

Frank Oborny, Leiter Verkauf an Großkunden und Sonderzielgruppen Deutschland, Volkswagen



„Wir unterstützen die Trendwende im Flottenmarkt mit attraktiven, neuen Produkten und unseren guten Fuhrparkangeboten.“

Rüdiger Hüttemann, Leiter Fleet und Gebrauchtwagen-Business, Volvo Car Germany



„In 2010 werden die Kleinen die Großen sein! Kleinere Fahrzeuge werden stärker am Markt partizipieren als große.“

Kai Hesselbach, Leiter Großkunden und Flottenmanagement, Hyundai Motor Deutschland



„Die Marke, die dem Kunden ein preislich attraktives Angebot inklusive Dienstleistungen und gleichzeitig qualitativ hochwertige Produkte anbieten kann, hat gute Chancen, von der derzeitigen wirtschaftlichen Situation zu profitieren und sich im Flottenmarkt zu profilieren. Seat plant daher entgegen der allgemeinen Marktentwicklung mit leichten Zuwächsen bei den Flottenkunden.“

Volker Werner, Leiter Großkunden, Seat Deutschland



„Wir freuen uns sehr auf das Jahr 2010 und unsere Kunden können es auch: Mit dem neuen BMW X1, den BMW 7er-xDrive-Modellen, dem BMW 5er Gran Turismo und dem neuen BMW 5er haben wir bereits zu Beginn des Jahres die besten Argumente für motivierte Mitarbeiter bei gleichzeitiger Reduzierung der Fuhrpark kosten.“

Stefan Teuchert, Leiter Vertrieb an Großkunden, Flotten und Sonderkunden, BMW



„Auch im Jahr 2010 werden wir als Marke Audi alles tun, um unsere Kunden mit unseren Produkten, unserer Betreuungsqualität und mit individuellen Kundenlösungen zu begeistern.“

Ralf Weichselbaum, Vertriebsleiter Großkunden, Audi

WIE DIE LEASING- UND FUHRPARKMANAGEMENTGESELLSCHAFTEN DEN FLOTTENMARKT IN 2010 EINSCHÄTZEN:



„Finanzielle Stärke und verantwortliches Handeln werden die Parameter für wirtschaftlichen Erfolg im Leasingmarkt 2010 sein.“

Thomas Mitsch, Geschäftsführer, DirectLease.de



„2009 musste unsere Branche erleben, wie schnell sich Rahmenbedingungen ändern können. Im kommenden Jahr werden wir beweisen, dass sie sich darauf erfolgreich eingestellt hat.“

Harald J. Frings, Geschäftsführer, HLA



„Nach kräftigen Brems Spuren wird sich der Flottenmarkt im Jahr 2010 wieder leicht erholen.“

Hans Weilenmann, Geschäftsführer Vertrieb, Raiffeisen Impuls Fuhrparkmanagement



„Kosten- und Effizienzpotenziale zu heben wird auch 2010 bei den meisten Unternehmen im Vordergrund stehen. Dies kann nachhaltig nur mit Leasinganbietern gelingen, die Erfahrung im Management hoher Komplexität haben – hier wird sich im kommenden Jahr die Streu vom Weizen trennen.“

Hans-Peter Zurwesten, Vorstand Vertrieb, Sixt Leasing



„Für das Jahr 2010 stehen für die Fuhrparkverantwortlichen vor allem Kosteneinsparungen durch Outsourcing im Vordergrund.“

Christoph Wibbeke, Director Market, Analysis & Product Development, Car Professional Management



„2010 wird einige spannende Herausforderungen für die Leasinggesellschaften bereithalten. Dazu gehören die volle Regulierung unter dem Kreditwesengesetz sowie die nach wie vor unter Druck stehenden Gebrauchtwagenmärkte.“

Ludger Reffgen, Geschäftsführer von GE Capital – ASL Fleet Services



„In 2010 wird sich endgültig zeigen, welcher Anbieter das Zeug dazu hat, sich auch künftig in einen deutlich veränderten Flottenmarkt auskömmlich bewegen zu können.“

Michael Velte, Geschäftsführer, Deutsche Leasing Fleet



„Der Flottenmarkt wird 2010 hart umkämpft sein und wir werden realisieren, dass die Krise noch nicht vorbei ist.“

Roland Meyer, Commercial Director, Athlon Car Lease Germany



„Der Flottenmarkt 2010 wird gegenüber 2009 keine großartigen Veränderungen erfahren. Vor allem die Restwerte bleiben weiterhin extrem unter Druck.“

Johan Friman, Vorsitzender der Geschäftsleitung, LeasePlan Deutschland



„In 2010 werden die Marktteilnehmer erfolgreich sein, die neben einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis sich auf die individuellen Anforderungen der Kunden einstellen und transparente Services bieten können.“

Bernhard Dimberger, Geschäftsführer, carmobility



„Die wesentlichen Herausforderungen für die kommenden Jahre werden eine gesicherte Refinanzierung und eine erfolgreiche Vermarktung von Leasingrückläufern sein.“

Lutz Köper, Leiter Bereich Automotive, VR Leasing



„Es ist schwer zu sagen, welche Leasinggesellschaft im Jahr 2010 als erste über die Erfolgs-Ziellinie läuft; auf jeden Fall werden sich weniger als in den Jahren zuvor für den Endlauf qualifizieren.“

Reinhard Happel, Ressortleiter Vertrieb, Arval Deutschland



„Herstellerunabhängiges Leasing wird für viele Unternehmen zunehmend attraktiver: Es schafft Flexibilität und kann die Mitarbeitermotivation durch eine große Modellauswahl möglichst hoch halten, ohne dass im Fuhrparkmanagement viele verschiedene Leasinggeber berücksichtigt werden müssen.“

Karsten Rösel, Geschäftsführer, ALD AutoLeasing D



„Wir gehen für das Geschäftsjahr 2010 von einer verstärkten Nachfrage nach ökologisch ausgerichteten Mobilitätskonzepten aus.“

Lars-Henner Santelmann, Vertriebsvorstand der Volkswagen Financial Services AG, Sprecher der Geschäftsführung der Volkswagen Leasing GmbH



„Die aktuelle Krise gibt Fuhrparkbesitzern die Möglichkeit, eingefahrene Abläufe und Prozesse kritisch zu überprüfen und dabei erforderliche Anpassungen und Veränderungen im eigenen Fuhrpark vorzunehmen.“

Martin Perters, Director Sales, HPI Fleet



„Wir werden ein sehr bewegtes und von vielen Überraschungen geprägtes Fuhrparkmanagement-Jahr 2010 erleben“

*Hans-Jörg Dengler, Leiter Vertrieb & Marketing, Fleetlevel**



„2010 wird ein Jahr der Polarisierung. Vermeidungsstrategien bei den Marktteilnehmern, die glauben, sie könnten schwarze Schwäne mit klassischem Risikomanagement verhindern. Marktanteilskauf via Quersubvention in Pumpgun-Methodik seitens der Captives. Dramatisches Händlersterben als Nachgeburt der Krise.“

Klaus Blumentrath, Geschäftsführer, Commerz Real Autoleasing



„Große Flexibilität bezüglich Kundenanforderungen und ein exzellenter Servicegedanke werden auch weiterhin die Garantie für Wachstum sein.“

Ralf W. Moritz, Geschäftsführer (stv.), akf servicelease



„Das Jahr 2010 wird für alle markenübergreifend agierenden Flottenleasinggesellschaften eine große Herausforderung sein, dabei steht die Flexibilität und die Leistungsfähigkeit in der Kundenbeziehung an erster Stelle, aber auch die Bereitschaft, seine Kunden in herausfordernden Zeiten mit geeigneten und stabilen Lösungen zu begleiten.“

Emil Karl Sänze, Leiter Vertrieb, Alphabet Deutschland



„Bei den Flottenkunden wächst der Wunsch, einen sicheren Partner im Leasinggeschäft zu haben. Damit wächst der Trend hin zu den Captives – Anreize setzen insbesondere die Servicepakete der herstellerebundenen und -nahen Anbieter.“

Harald Schneefuß, Geschäftsführer, Daimler Fleet Management



„Nach einem turbulenten Jahr 2009 sehen wir für Mobility Concept im kommenden Jahr große Chancen. Unsere Unternehmensphilosophie fußt auf der Kontinuität von Geschäftsbeziehungen – diesem Grundsatz folgend, werden wir uns auch in 2010 bemühen, Neu- und Bestandskunden von unserem Anspruch, Qualität vor kurzfristig subventioniertem Geschäft, zu überzeugen.“

Naveen Kohli, Geschäftsführer, Mobility Concept



„Die Phase überzogener Restwertprognosen ist vorbei; der Wettbewerb kehrt zur Seriosität zurück. Steigende Mobilitätskosten sind die logische Konsequenz hieraus. Nachhaltiges Flottenmanagement unter Berücksichtigung der Total Cost of Ownership und die Auswahl ökologisch und wirtschaftlich sinnvoller Fahrzeuge sind ein intelligenter Weg, die Kosten trotzdem im Griff zu behalten.“

Peter Schneider, Leiter Vertrieb, DeTeFleetServices GmbH