



Foto: Volkswagen Leasing

Ganzheitlicher Mobilitätsanbieter

Volkswagen Leasing | Attraktive Paketlösungen, gefragte Langzeitmiete und der Dauerbrenner E-Mobilität – aktuelle Fragen an Gerhard Künne, Geschäftsführer der Volkswagen Leasing.

— Wie zufrieden sind Sie mit der Geschäftsentwicklung in den ersten sieben Monaten des laufenden Jahres?

Mit der bisherigen Geschäftsentwicklung bin ich sehr zufrieden. Wir konnten auch im ersten Halbjahr dieses Jahres unsere Marktführerschaft im Automobileasing sowohl in Deutschland als auch in Europa ausbauen und damit an die erfolgreichen vergangenen Jahre anknüpfen. Im Firmenwagen-Leasing sowie im Großkunden-Leasing hatten wir in den ersten sieben Monaten des Jahres rund 180.000 Leasingverträge neu in den Bestand übernommen. Das entspricht einer Steigerung zum Vorjahr von zirka 4,5 Prozent in den beiden Segmenten. Unsere Zugänge im Dienstleistungsgeschäft laufen ebenfalls mit guten Steigerungsraten gegenüber dem Vorjahr auf hohem Niveau. Unser neues Produkt KaskoSchutz ist erfolgreich angelaufen.

Allerdings stellen wir mit dem Beginn der Sommermonate einen leichten Rückgang der Leasingvertragseingänge im Großkundengeschäft fest. Es bleibt abzuwarten, ob

diese Entwicklung jahreszeitlich bedingt ist oder sich darin bereits erste konjunkturelle Auswirkungen widerspiegeln.

— Konnten Sie spezielle Trends respektive eine Änderung bezüglich der Kundenwünsche und -anforderungen feststellen?

Der TCO-Gedanke (*Total Cost of Ownership, Anm. der Red.*) spielt bei unseren Kunden mittlerweile die zentrale Rolle. In diesem Zusammenhang stellen die steigenden Unterhaltskosten, besonders im Bereich Kraftstoff, Reparaturen und Versicherungen, die wesentliche Herausforderung dar. Deshalb sind Fuhrparkmanager auf der Suche nach attraktiven Paketlösungen, welche ihnen die nötige Planungssicherheit über die gesamte Leasingvertragslaufzeit geben. Gerade im Kasko- und Haftpflicht-Versicherungsbereich wurde dieser Kundenwunsch über die Autohäuser an uns herangetragen.

Aufgrund dessen haben wir den KaskoSchutz als Alternative zur klassischen Kaskoversicherung entwickelt und erfolgreich am

Markt eingeführt. Aber das Thema Kalkulationsunsicherheit bei Mobilitätskosten spielt auch im Privat-Auto-Leasing eine zunehmend wichtigere Rolle. Hier arbeiten wir ebenfalls an Paketlösungen im Bereich Reifen, Kaskodeckung sowie Wartungs- und Inspektionsarbeiten.

— Spielt das reine Finanzleasing überhaupt noch eine Rolle?

Ja. Das reine Finanzleasing spielt nach wie vor eine Rolle. Rund 37 Prozent unserer Verträge werden ohne zusätzliche Dienstleistung abgeschlossen. In diesen Fällen managen unsere Kunden die Services selber über die Handelsorganisation. Trotzdem geht der Trend nach wie vor zum Full-Service-Leasing. Viele Fuhrparkmanager wollen Angebote aus einer Hand, um den administrativen Aufwand beim Management der Fahrzeugflotte zu reduzieren. Außerdem spielt hier wieder der TCO-Gedanke eine Rolle. Denn Full-Service bedeutet im Regelfall auch Planungs- und Kalkulationssicherheit. Dies ist übrigens

auch ein Faktor, der immer stärker in Einzel- fuhrparks mit zwei bis drei Fahrzeugen an Bedeutung gewinnt.

– Welche Servicebausteine sind besonders gefragt und wie hoch sind deren Anteile?

Mit einer Penetration von über 60 Prozent ist bei den Großkunden unser Wartung- und Verschleiß-Angebot der Dauerbrenner. Allerdings werden auch unsere Reifendienstleistungen und Tankkarten verstärkt nachgefragt. Diese Angebote werden wir ebenfalls sukzessive weiter ausbauen. Bei den gewerblichen Einzelkunden stehen ebenfalls unsere Wartungs- und Inspektionspakete hoch im Kurs. Aber auch der KaskoSchutz erfreut sich einer steigenden Nachfrage.

Zur Person | Gerhard Künne

Seit dem 1. November 2009 zeichnet Gerhard Künne als Geschäftsführer der Volkswagen Leasing GmbH für das Großkundengeschäft verantwortlich. Seit Anfang 2005 leitete der Manager dort den Vertrieb. Künne ist seit mehr als 20 Jahren im VW-Konzern tätig. So war er unter anderem für Finanzdienstleistungen in Polen verantwortlich. 2005 verantwortete er die Verschmelzung der European Fleet Services GmbH mit der Volkswagen Leasing GmbH.

– Beim Reifenersatz bieten Sie neben klassischen Lösungen auch die ReifenClever-Dienstleistungen mit eingeschränkter Fabrikatswahl an. Wie kommt dieses Angebot an?

Die ReifenClever-Dienstleistungen erfreuen sich einer steigenden Nachfrage. Das liegt mitunter an der größeren Preissensibilität unserer Kunden, die aber gleichzeitig nicht auf Qualität beim Reifenersatz verzichten wollen. Im Endeffekt machen wir genau das, was der Kunde sowieso tut: Nach günstigen, aber qualitativ hochwertigen Angeboten Ausschau halten. Aus diesem Grund sind nur namhafte Reifenhersteller und keine sogenannten Third-Brands im Angebot enthalten. Dabei ist besonders das ReifenClever-Paket als Flatrate-Variante mit einem Preisvorteil von bis zu 40 Prozent gegenüber dem Angebot mit freier Herstellerwahl gefragt.

– Bei vielen Leasinggesellschaften ist ein kostenloses Upgrade, sprich Alufelgen für Winterreifen, Standard. Ist auch bei Ihnen in der „nächsten Saison“ damit zu rechnen?

Wir sind noch einen Schritt weitergegangen und bieten „Reifen-Flatrates“. Denn neben dem Reifenersatz nach Stückzahl hat der Kunde bei unseren Premium-Reifendienst-

leistungen die Möglichkeit, eine „Reifen-Flatrate“ in den Leasingvertrag einzuschließen. Beim ReifenPremium-Angebot nach Bedarf erhält der Kunde immer dann neue Reifen beim Partnerbetrieb, wenn diese abgefahren sind oder wenn saisonbedingt der Wechsel auf Winterreifen notwendig wird.

Dabei hat der Kunde neben der freien Wahl des Reifenfabrikats die Wahl zwischen einem Satz Alu- oder Stahlfelgen für die Winterbereifung. Die Separierung der Felgenauswahl macht daher Sinn, da nicht alle Kunden – zum Beispiel aufgrund des Einsatzzweckes der Fahrzeuge – Alufelgen wünschen.

Beim preisorientierten Pendant, dem ReifenClever-Paket, erhält der Audi-Kunde die „Reifen-Flatrate“ 30 Prozent günstiger. Und das mit Original-Audi-Alufelgen, da ein Winterkomplettrad mit Premium-Reifen von zum Beispiel Dunlop, Goodyear oder Pirelli inkludiert ist. Für die Marken Volkswagen Pkw, Volkswagen Nutzfahrzeuge sowie Seat und Skoda sind wir in der Vorbereitung von ReifenClever-Angeboten mit Alufelgen.

– Wie hat sich die Anzahl der Erdgas- und LPG-Fahrzeuge in Ihrem Bestand entwickelt? Wie sehen Sie deren Zukunftsperspektive?

WECHSELN STATT WARTEN!

AUSGEZEICHNETER SERVICE FÜR IHREN FUHRPARK

- » REIFEN-KOMPETENZ
- » AUTOSERVICES wie Ölwechsel, Inspektionen u.v.m.
- » ONLINE-TERMINRESERVIERUNG
- » UVV- UND FÜHRERSCHEIN-CHECK
- » AUTOGLAS Scheibenreparatur und -austausch
- » MASTERCHECK **kostenlos & unverbindlich!** Der 10-Punkte-PKW-Check für mehr Sicherheit
- » 5-STERNE-HOTEL Die komfortable Reifen-/Rädereinlagerung



Weitere Informationen finden Sie unter www.euromaster.de

JETZT WUNSCHTERMIN ONLINE BUCHEN!

ENTSPANNT REIFEN WECHSELN UND SICHER IN DEN WINTER STARTEN

www.euromaster.de

Tel: 0180 1 734336 810 • E-Mail: Kundeninfo@de.euromaster.com

0,039 €/Min. aus dem Festnetz, Mobilfunk max. 0,42 €/Min.



Die Experten für Reifen und Autoservice

LPG spielt in unserem Bestand nahezu keine Rolle, da es sich dabei zum größten Teil um eine Nachrüsttechnologie handelt. Bei CNG ist die Situation anders. Hier haben wir gemessen am Gesamtbestand zwar noch kleinere Stückzahlen, die aber stetig steigen. Das zeigt, dass unsere Kunden alternativen Antriebstechnologien generell positiv gegenüberstehen, solange diese alltagstauglich und damit für den geschäftlichen Einsatz geeignet sind. In diesem Zusammenhang spielt auch unsere Europa-Tank- und Service-Karte ECO eine wichtige Rolle, die einen flächendeckenden Bezug von Erdgas in Deutschland ermöglicht.

– Welche Konzernmarken und -modelle sind derzeit stark gefragt? Gibt es in letzter Zeit nennenswerte Verschiebungen?

Im Bereich der Volumenmodelle sind nach wie vor besonders der VW Polo, der VW Golf und besonders der VW Passat Variant gefragt. Bei den Premium-Marken sind nach wie vor der Audi A4 und der Audi A6 Spitzenreiter. Als aufstrebende Marke kann nach wie vor Skoda bezeichnet werden, die sowohl mit dem Octavia als auch mit dem Superb im Großkundenbereich sehr erfolgreich

Foto: Volkswagen



Aufsteiger des Jahres | Der Kleinwagen VW up!

unterwegs ist. Der Aufsteiger des Jahres ist erfreulicherweise der VW up!, der sich im A00-Segment im Flottenbereich gegen die Konkurrenz durchgesetzt hat.

– Dienstwagen statt Gehalt: Ist diesbezüglich momentan bei Ihnen eine verstärkte Nachfrage auszumachen?

Nein. Das Thema spielt bei unseren Kunden keine große Rolle. Wahrscheinlich schrecken viele Flottenbetreiber vor dem möglichen administrativen Aufwand zurück und setzen stattdessen auf klare Dienstwagenstrukturen.

– Wie haben sich Ihre Mobilitätskonzepte „Langzeit- und Kurzzeitmiete“ entwickelt? Werden diese Formen der Mobilitätsbereitstellung in Zukunft weiter zunehmen?

Nach gut einem Jahr seit der Einführung der Langzeitmiete in unserem Portfolio können

wir eine äußerst positive Bilanz ziehen. Das Produkt ist sehr gefragt und die Langzeitmiet-Flotte besteht mittlerweile aus rund 6.000 Fahrzeugen. Während wir im ersten Jahr mit Volkswagen- und Volkswagen-Nutzfahrzeug-Modellen gestartet sind, haben wir das Angebot nun um Audi erweitert. Die Marken Seat und Skoda werden in den kommenden Monaten folgen.

Insgesamt zeigt diese Entwicklung, dass Unternehmen auf der Suche sind nach alternativen Lösungen zur Überbrückung kurzfristiger Mobilitätsengpässe zwischen einem und zwölf Monaten. Und das Wichtigste: Bei uns bekommen Fuhrparkmanager sämtli-

„Äußerst positive Bilanz der Langzeitmiete“

che Finanzierungsformen und Dienstleistungen rund um die Mobilität der Fahrzeugflotte aus einer Hand. Die Kurzzeitmiete wird hingegen über unsere Tochtergesellschaft Euromobil abgewickelt. Hier konnten wir im ersten Halbjahr nach der Übernahme die positive Entwicklung fortführen. Der Euromobil-Fuhrpark umfasst insgesamt 21.000 Fahrzeuge, die am dichtesten Servicenetz Deutschlands an rund 2.500 Händlerstationen zur Verfügung stehen.

– Wie stehen Sie zum Thema E-Mobilität?

Das Thema Elektromobilität ist schon allein für die Umweltpolitik und den Umweltschutz ein wichtiger Faktor. Besonders gespannt bin ich auf die Markteinführungen des E-up! und E-Golf, die sich aus meiner Sicht fest am Markt etablieren werden. Die Chancen im gewerblichen Bereich sehe ich besonders im urbanen Einsatz beziehungsweise im Regionalverkehr. Dort passen die Reichweite und die benötigte Infrastruktur zum Einsatzzweck der Fahrzeuge. Außerdem haben Unternehmen die Möglichkeit, ihren Fuhrpark durch Elektrofahrzeuge aufzuwerten und das Thema Umweltbewusstsein firmenideologisch zu besetzen.

Auf dem Privatkundenmarkt sieht das Ganze etwas anders aus. Hier geht es darum, intelligente und vor allem ausgereifte Finanzierungsmodelle für die sehr teuren Batterien zu entwickeln. Das passiert leider derzeit nicht bei allen Anbietern auf dem Markt.

– Carsharing gewinnt in Fuhrparks zunehmend an Bedeutung. Welchen Stellenwert besitzt dieses Thema bei Ihnen und welche Angebote haben Sie in petto?

Während Carsharing noch vor einigen Jahren ziemlich stiefmütterlich behandelt und

in die Öko-Ecke geschoben wurde, ist das Thema mittlerweile salonfähig. Und das nicht zuletzt, weil sich die meisten Automobilkonzerne mit dem Thema auseinandersetzen. Auch bei uns steigt die Kundennachfrage nach geeigneten Modellen für den gewerblichen Einsatz. Als Ergänzung zur klassischen Mobilität des Fuhrparks kann Carsharing sowohl Kosten reduzieren als auch Prozesse verschlanken. Das setzt allerdings einen ausreichend hohen Ausnutzungsgrad, beispielsweise über die private Nutzung der Fahrzeuge durch Mitarbeiter, voraus. Uns liegen hierzu konkrete Konzepte und Umsetzungspläne vor, die wir in den kommenden Monaten testen werden.

– Wo sehen Sie noch Wachstumspotenzial und welche Projekte stehen bei Ihnen in näherer Zukunft auf der Agenda?

Unser wichtigstes Ziel ist es, dass wir uns zu einem ganzheitlichen Mobilitätsanbieter weiterentwickeln. Besonders wichtig dabei ist die stärkere Verzahnung mit unserer Tochtergesellschaft Euromobil. Auf diese Weise wollen wir unseren Kunden vollumfängliche Mobilitätsangebote zwischen einem Tag und 54 Monaten anbieten – und das aus einer Hand.

Außerdem steht der Ausbau unserer internationalen Wettbewerbsfähigkeit auf der Agenda. In diesem Zusammenhang werden wir unsere Filialstrategie in Europa fortführen, um die einzelnen Landesmärkte gezielter bearbeiten zu können. Dazu gehört auch die Harmonisierung unserer Produktpalette mit den einzelnen Landesgesellschaften. Und nicht zuletzt wollen wir uns verstärkt mit dem Thema Fuhrparkmanagement beschäftigen, was das Insourcing von fuhrparkrelevanten Prozessen betrifft. Ziel dabei ist es, unsere Kunden beim Management der Fahrzeugflotte noch stärker zu entlasten und Kosten sowie Aufwand zu reduzieren. Hier gibt es bereits konkrete Planungen für eine Markteinführung im vierten Quartal.

– Mit welcher Marktentwicklung rechnen Sie in den nächsten zwölf Monaten?

Die wohl derzeit wichtigste Frage ist, inwieweit sich die Unsicherheit über die Zukunft des Euro-Raums auf das Investitionsverhalten der Unternehmen auswirken wird. Diese Entwicklung ist schwer abschätzbar und muss genau beobachtet werden. Für die Volkswagen Leasing GmbH rechne ich mit einer insgesamt positiven Entwicklung. Nach den insgesamt großen Zuwächsen der vergangenen Jahre ist allerdings mit einer Stabilisierung des Geschäftsverlaufs zu rechnen.

| Interview: Andreas Dünkelmeyer