



Optimistischer Blick nach vorn

Im Gegensatz zu BMW und Mercedes, die absatztechnisch im Flottenmarkt derzeit mit schweren Verlusten zu kämpfen haben, schreibt Audi dort bislang auch im „Krisenjahr“ 2009 „schwarze Zahlen“. Gespräch mit Armin Villinger, Leiter Verkauf an Großkunden, Behörden, Sonderabnehmer und VIPs bei der Audi AG.

Af: Für den Pkw-Flottenmarkt weist die Statistik nach den ersten drei Monaten 2009 ein Minus von 15,4 Prozent aus. Haben Sie mit einem derartigen Einbruch gerechnet?

Villinger: Ende 2008 war schon ein leichter Rückgang des Flottenmarktes zu spüren und auch die gesamtwirtschaftliche Situation 2009 lässt vermuten, dass der Flottenmarkt im laufenden Jahr nicht wachsen wird. Den starken Rückgang im ersten Quartal konnte jedoch Ende 2008 niemand vorhersehen.

Af: Wie wird sich der Flottenmarkt Ihrer Meinung nach im weiteren Jahresverlauf entwickeln?

Villinger: Der Flottenmarkt wird auch dieses Jahr weiterhin schwierig bleiben. Eine exakte Prognose ist aufgrund der Rahmenbedingungen derzeit aber kaum möglich. Sicher erscheint aus unserer Sicht nur, dass ein Wachstum analog der vergangenen Jahre nicht möglich ist, sehr wohl aber eine moderate Erholung in der zweiten Jahreshälfte spürbar sein wird. Insofern blicken wir optimistisch nach vorn.

Af: Mit einem Plus von 16 Prozent nach den ersten drei Monaten gehört Audi bislang zu den wenigen Gewinnern des Jahres 2009. Was machen Sie anders als Ihre Mitbewerber im Premiumsegment?

Villinger: Unsere Marktperformance mit einer Steigerung des Marktanteils im ersten Quartal 2009 auf 16,4 Prozent im Flottenmarkt zeigt, dass wir mit den richtigen Produkten am Markt sind, die bei unseren Kunden auch gut ankommen. Mit unserer jungen und attraktiven Mo-

dellpalette sind wir auch in einem schwierigen Marktumfeld sehr gut aufgestellt. Im direkten Vergleich mit unseren Wettbewerbern sind wir mit dem 2008 neu eingeführten A4 und dem im letzten Herbst modellgepflegten A6 erfolgreich unterwegs. Komplettiert wird dieser Erfolg mit dem ebenfalls im vergangenen Herbst aufgefrischten A3 und dem neu eingeführten Q5, der im Flottengeschäft sehr gut ankommt. Audi wird diese Produktoffensive auch in 2009 fortführen und mit maßgeschneiderten und individuellen Fuhrparklösungen ein starker und zuverlässiger Partner für seine Kunden bleiben. Ein weiterer wichtiger Erfolgsfaktor für Audi ist die Betreuung der Kunden durch den Außendienst und den Handel. Die intensive persönliche Be-

treuung vor Ort ist aus unserer Sicht nicht zu ersetzen.

Af: Wird sich das aktuelle Konditionsgefüge im Flottenmarkt Ihrer Meinung nach weiter verschärfen?

Villinger: In der derzeitigen wirtschaftlichen Lage sind unsere Kunden deutlich preissensibler. Kurzfristig wird aufgrund der Ergebnissituation aufseiten der Kunden und der Fahrzeuganbieter hier eine Sättigung eintreten. Für uns zählen in dieser Situation besonders die Attraktivität der Produktpalette, eine sehr gute und kundennahe Betreuung sowie ein herausragender Service. In all diesen Bereichen muss sich die Marke Audi nicht hinter den Wettbewerbern verstecken.

Af: Können Sie im Bestelleingang derzeit einen Trend zum Downsizing, modell- und/oder motorenspezifisch, feststellen?

Villinger: Wir untersuchen fortlaufend das Bestellverhalten unserer Großkunden. Ein Downsizing von größeren zu kleineren Modellreihen beobachten wir nicht, aber eine leichte Verschiebung von größeren zu kleineren Motoren innerhalb der Baureihen. Dieser Trend wird aber durch einen Anstieg bei der Ausstattungsquote kompensiert. Die Zulassungszahlen im Flottenmarkt bestätigen das. Zudem bietet Audi verstärkt verbrauchsoptimierte Fahrzeuge an, um den wirtschaftlichen und gesellschaftspolitischen Anforderungen der Kunden Rechnung zu tragen, etwa den TDIE-Modellen beim Audi A4 und A6.

Af: Viele herstellerunabhängige Leasinggesellschaften versuchen derzeit



aufgrund der Refinanzierungs- und Restwertproblematik, Kunden eine Vertragsverlängerung „schmackhaft“ zu machen? Inwieweit ist bzw. wird Audi davon betroffen sein?

Villinger: Bei Kunden, die mit freien Leasinggesellschaften zusammenarbeiten, kann das vereinzelt festgestellt werden. Als Nummer zwei im Flottenmarkt hinter Volkswagen mit entsprechendem Volumen im Flottenmarkt ist dieser Effekt feststellbar, führt aber auch dazu, dass sich Kunden gerne ein Angebot von der Audi Leasing unterbreiten lassen.

Af: Wie wichtig ist es derzeit, als Hersteller eine eigene, schlagkräftige Leasinggesellschaft „im Rücken“ zu haben?

Villinger: Sehr wichtig. Die angesprochene Refinanzierungsproblematik wirkt sich aufgrund der starken Position der Volkswagen Financial Services AG im gesamten Konzernverbund nur abgeschwächt auf unser Geschäft aus. Gerade in der jetzigen Situation ist das Vertrauen und die Zuverlässigkeit eines Geschäftspartners für unsere Kunden besonders wichtig. Und genau diese Sicherheit können wir gemeinsam mit der Audi Leasing bieten.

Af: Planen Sie in nächster Zeit ähnlich wie VW spezielle Leasingaktionen?

Villinger: Wie die Marke Volkswagen Pkw haben auch wir in Kooperation mit der Audi Leasing spezielle Aktionen und Maßnahmen wie etwa Audi Fleet Comfort erfolgreich implementiert. Auch in Zukunft werden wir gemeinsam mit der Audi Leasing attraktive Produkte im Markt umsetzen.

Af: Mit dem auch als Avant lieferbaren A4 2.0 TDIe bieten Sie demnächst das effizienteste Mittelklasse-Modell im Premiumsegment an. Gibt es kundenseitig darauf schon eine Resonanz?

„Unsere Marktprominenz zeigt, dass wir mit den richtigen Produkten am Markt sind.“

Villinger: Die e-Modelle des Audi A4 sind seit Ende April bestellbar. Mit dem bisherigen Bestelleingang sind wir sehr zufrieden. Die Resonanz zeigt, dass wir zur richtigen Zeit das richtige Produkt auf den Markt bringen. Die A4-2.0-TDIe-Limousine ist mit 119 g CO₂ pro km und 4,6 l/100 km Verbrauch das effizienteste Modell in der Mittelklasse, der Avant steht dem nicht nach und liegt auf Augenhöhe mit den besten Wettbewerbern.

Af: Werden neben den 2.0-Liter-Motoren im A4 und A5, TDI und TFSI, weitere Motoren und/oder Baureihen demnächst in den Genuss des Eco-Maßnahmenkataloges, der auch eine Start-Stopp-Automatik enthält, kommen?

Villinger: Unser modularer Effizienzbaustein umfasst viele Produkthighlights, die bereits jetzt in unseren aktuellen Modellen im Einsatz sind. Dazu gehört auch die Start-Stopp-Automatik, die erstmals im Audi A3 1.4 TFSI mit manuellem Schaltgetriebe sowie im Audi A4 und A5 mit Zweiliter-Motorisierung und Handschaltung angeboten wird. Zahlreiche weitere Modelle folgen noch in diesem Jahr.


Af: Verfügen zukünftig alle A4 2.0 TDI über das „Eco-Paket“?

Villinger: Alle Modelle der A4-/A5- und A6-Baureihe oder auch der Q5 und die neue Generation des Q7 verfügen über effizienzsteigernde Bestandteile des modularen Effizienzbaustein, etwa die Rekuperation. Auch bei allen A4 2.0 TDI mit Handschaltgetriebe gehört die neue Start-Stopp-Automatik zum Serienumfang.

Af: Für welche Baureihen bieten Sie derzeit spezielle Businesspakete an?

Villinger: Für die Modelle Audi A3 und Audi A4 gibt es exklusive Businesspakete für Großkunden. Beim Audi A6 rundet die Businessedition mit 2.7 TDI unser Angebot ab. Im Audi A6 bieten wir insgesamt drei Businesspakete an, die für alle Kundengruppen bestellbar sind.

Af: Mit welchen flottenrelevanten Audi-Neuheiten ist in den nächsten zwölf Monaten zu rechnen?

Villinger: Das Produktfeuerwerk, das wir in diesem Jahr schon gezündet haben, wird durch den A5 Sportback im Sommer noch ergänzt. Die Neuauflage des Audi A8 wird ebenfalls noch in diesem Jahr erstmals gezeigt. Hier halten wir die Spannung aber noch ein wenig aufrecht. Auch der Audi Q3, der unser Angebot in der Q-Baureihe nach unten abrunden wird, ist bereits beschlossen. AD 

Vom sicheren Fahren, guten Benehmen und perfekten Service.

Seminar für Cheffahrer/innen und Mitarbeiter/innen im Personenschutz.

Mehr Infos und Anmeldung unter:
www.cheffahrer-akademie.de



b.i.g. Cheffahrer-Akademie
Ehrmannstr. 6 · 76135 Karlsruhe
Telefon 0721 8206-136

