

KLEINE FLOTTEN

Teil 1 – Leasing per
Onlineplattform



Die große Einfachheit

Das Suchen nach einem passenden Leasingangebot verläuft in der Regel in recht engen Bahnen. Der Online-Marktplatz Vehiculum will dies ändern und ahmt die Mechanismen im Hintergrund einfach nach.



Lukas Steinhilber gründete Vehiculum mit dem Blick auf die Small-Fleet-Kunden

Plattformen sind im B2C-Bereich längst der Benchmark. Deren Bequemlichkeiten beim Vergleichen und Shoppen erkaufen sich die Kunden durch ihre eigenen Daten, was wiederum den Plattformbetreibern hilft, den Online-Marktplatz ständig nach aktuellen Wünschen und Trends umzubauen. Im B2B-Bereich geht man mit eigenen Daten deutlich sparsamer um, denn diese sind Grundlage des Business und zählen oft als Geschäftsgeheimnis.

Der Autohandel beziehungsweise die Suche nach dem passenden Leasingangebot für den Dienstwagen zeigt dieses Abgeschottetsein par excellence. Dies will Lukas Steinhilber, Gründer und Geschäftsführer von Vehiculum Mobility Solutions, ändern. Der Dienstleister geht dabei aber nicht etwa einen alternativen Weg, sondern er adaptiert einfach den Autohandel. „Wenn man so will, sind wir der Online-Vertrieb für das Dreigespann aus Hersteller oder Importeur, Captive oder Non-Captive und dem Handel“, erklärt Steinhilber.

Die Differenzierung zum Direktvertrieb der Hersteller beschreibt der junge Unternehmer wie folgt: „Wir verstehen uns nicht als Lead-Modell oder als Fahrzeugbörse, sondern wir stehen für E-Commerce. Das heißt, man muss relativ viele Daten und Produkte möglichst einfach darstellen, so dass der Kunde sofort versteht, worin sein Vorteil liegt.“

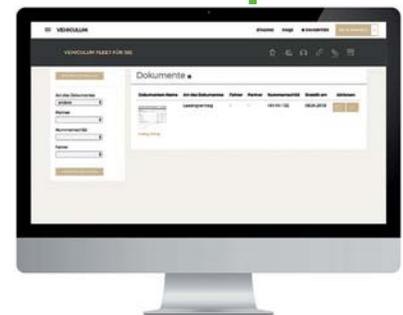
Nachbau der Datenbanken

Die Gretchenfrage lautet hierbei: Wie bekommt man die Leasingraten in Echtzeit auf eine unabhängige Plattform? Steinhilbers Antwort: „Da wir primär mit den Captives zusammenarbeiten, die zum Großteil exklusiv mit dem eigenen Händlernetz agieren, haben wir die Bepreisungslogiken einfach nachgebaut. Bank für Bank. So dass wir nun ganz allein aktuelle Leasingraten abbilden können, die sich zu 99,9 Prozent mit denen der Händler decken – und zwar in Echtzeit. Das Suchen und Ver-



Fotos: Vehiculum

Klare Strukturen sollen dem Fuhrparkbetreiber beim Finden des passenden Leasingangebots helfen. Neben Schnelligkeit steht der Dienstleister vor allem für Transparenz



gleichen findet wie die gesamte Online-Transaktion auf unserer Plattform statt. Die finale Vertragserstellung und die Bonitätsprüfung werden allerdings vom Handel durchgeführt, dafür brauchen wir primär die Schnittstelle zu unseren Partnern.“

Den Partnern, was große Handelsgruppen wie die Löhr-Gruppe, Emil Frey oder die Koch-Gruppe sind, will man zu mehr Verkaufsvolumen verhelfen. Im Gegensatz zum Onlineangebot heißt hier die Devise: Umso weniger, desto besser. Wenige Partner, die größere Volumen umsetzen können. „Wir reden hierbei von Monatszahlen jenseits von 150 Fahrzeugen pro Gruppe.“

Alle notwendigen Transaktionen sollen online abgebildet werden.

Zur Kundschaft zählen in erster Linie kleine Flotten. Die Kernzielgruppe verwaltet bis zu 20 Fahrzeuge und ist sonst recht heterogen unterwegs. „Wir betreuen vom Handwerksbetrieb bis zur Anwaltskanzlei über das IT-Unternehmen bis zum Start-up alles. Manche Flotten fühlen sich in der Auswahl bei ihrem Stammhändler einge-

schränkt, andere brauchen schnell eine größere Anzahl an Autos“, clustert der Unternehmer die Klientel, die eines gemeinsam hat: „Unser Kunde möchte, nachdem er auf der Plattform eine Auswahl getroffen hat, nicht noch stundenlang mit dem Händler telefonieren. Alle notwendigen Transaktionen sollten online abgebildet sein, bis zur finalen Unterschrift auf dem Leasingvertrag.“

So schön das Online-Shopping ist, eine hohe Markentreue zeichnet diese Fuhrparks nicht aus. „Unsere Kunden sehen das Auto weniger als Statussymbol, zumal gerade in der Kompakt- und Mittelklasse

recht viele Fahrzeuge vergleichbare Eigenschaften besitzen.“ Ein weiterer Trend lässt sich anhand der Kundenpräferenzen des Berliner Plattformbetreibers ablesen: Statt strikt allein nach der günstigsten Monatsrate für 24 oder 36 Monate zu suchen, werden Zusatzdienste dazugebucht, so dass am Ende eine eigenständige Mobilitäts-

lösung steht. Der Servicevertrag ist die Regel (in 75 Prozent der Fälle). „So binden die Hersteller die Flotten an ihr Werkstattnetz. Die Wahl, wohin diese ihr Fahrzeug zum Service dann bringen, liegt aber natürlich beim Kunden“, bekräftigt Steinhilber.

Darüber hinaus bietet Vehiculum eine Versicherung an, die von der Schneider-Gölling-Gruppe angeboten und bereits bei 40 Prozent der Online-Orders mitgebucht wird. Der Assekuranzmakler mit Sitz in Düsseldorf gehört übrigens ebenso zu den Investoren des Start-ups wie der Wagniskapitalgeber Coparion, zu dessen Portfolio unter anderem Vimcar zählt.

Zu den weiteren Optionen gehören die Zustellungslogistik samt An- und Abmeldung sowie Abholung des Leasingfahrzeugs (Haustürlieferung: 199 Euro, Zulassung: 129 Euro, jeweils deutschlandweit). Da das Gros der Händler mit der Dekra kooperiert, sind die Rückgabe-Prozedere gut eingespielt, verspricht Steinhilber. Zudem sind Basisfunktionen für das Flottenmanagement über den Onlinedienst abbildbar, wie eine Echtzeit-Ratenanalyse der Flotte (inklusive Ersparnis-Kalkulation), relevante Benachrichtigungen für Fahrer und Flottenmanager sowie eine Vertragsübersicht der Flotte und andere relevante Dokumente. Diese Transparenz und Zeiterparnis sind Kern der B2B-Plattform. *rs*