ABOANGEBOT AUF SCHWEDISCH

Care by Volvo bindet die Händler ein

Seit April hat Volvo die ersten „abonnierten" Fahrzeuge in Deutschland auf der Straße. Das Vertragswerk zur Einbindung der Händler ist fertig. 50 haben schon unterschrieben.

VCG-Geschäftsführer Thomas Bauch wirbt für „Care by Volvo". Das Abonnement-Modell der Schweden soll sukzessive auf alle Modellreihen ausgedehnt werden. Laufzeiten zwischen sechs und 36 Monaten sind möglich.

KURZFASSUNG

Für die Einbindung der Händler in das Abonnement-Angebot „Care by Volvo" haben Händlerverband und Importeur gemeinsam mit einer Unternehmensberatung einen umfangreichen Leistungskatalog mit Vergütungen erarbeitet.

Die Übergabe der beiden ersten XC40 aus dem Abonnement-Modell „Care by Volvo" fand in der Volvo Deutschland-Zentrale in Köln-Deutz statt. Zukünftig soll das anders laufen: Die Händler sollen eingebunden werden. Übergabeinspektion, Aufbereitung, Anbringen der Kennzeichen, Übergabe des Fahrzeugs und die Erklärung der Funktionen – alles das, was er derzeit nach einem Fahrzeugverkauf bei der Übergabe auch tut – soll der Händler leisten. Alle Services, die der Kunde danach nutzt, also Wartung, Verschleißreparaturen, Winter- und Sommerreifenwechsel usw., ebenfalls. Der Kunde bezahlt die Rate an Volvo und Volvo bezahlt dann den Händler für seine Dienstleistung.

> **» Wir wollen den Händler nicht schlechter stellen. «**
>
> **Thomas Bauch, VCG-Geschäftsführer**

Servicepauschale

Für jeden Endkunden, den der Partner selbst für diesen Service akquiriert oder zugewiesen bekommt, erhält er eine monatliche Servicepauschale, die Beratung, Probefahrt, Auslieferung, Aufwendungen für die Erfüllung der Qualitätsstandards und die „Maßnahmen zur Sicherstellung einer hohen Kundenzufriedenheit" abdecken soll. Diese liegt je nach der Kundenmietrate zwischen fünf und sieben Prozent. Beim XC40, der derzeit im Abo-Modell 699 Euro pro Monat kostet, sind das zum Beispiel 35 Euro.

Umfangreicher Leistungskatalog

Für alle weiteren Partnerleistungen gibt es einen umfangreichen und sehr detaillierten Leistungskatalog. Für dessen Erstellung haben Händlerverband und Importeur in Deutschland über ein Jahr verhandelt. Dabei wurde die Unternehmensberatung Ernst & Young eingeschaltet, um gemeinsam zu definieren, wer welche Aufgaben übernimmt und wie diese entlohnt werden sollen. Auch für diejenigen, die nicht an dieser Verhandlung beteiligt waren, sollte nachvollziehbar sein, wie sich ein solches Geschäftsmodell rechnet. Ergebnis: Zirka 50 Positionen wurden definiert. Für die Auslieferung eines Kundenfahrzeugs an die Wunschadresse gibt es zum Beispiel 75 Euro ohne Mwst. Für die Einlagerung der Reifen pro Saison 45 Euro. Andere Leistungen werden gemäß dem bisher schon beim Volvo Pro Full Service gültigen Arbeitswert mit dem individuellen Stundenverrechnungssatz des Händlers vergütet.

Wettbewerbsvorteil für Volvo

Thomas Bauch, Geschäftsführer Volvo Car Germany (VCG), geht davon aus, dass der „Care by Volvo"-Vertrag ein gutes Angebot für die Partner ist: „Nachdem die Wettbewerbslandschaft bei diesem Thema explodiert, haben wir uns einen sehr, sehr großen Wettbewerbsvorteil erarbeitet."

Die Händler, die anfangs durchaus sehr skeptisch waren, sähen jetzt die Dynamik des Marktes und die Chancen, die sich daraus ergeben. „Wenn wir davon ausgehen, dass vier bis elf Prozent der Kunden auf so ein Angebot reflektieren und der Markt solche Angebote hat, hat der Händler das Risiko, vier bis elf Prozent der Kunden zu verlieren, wenn er kein entsprechendes Angebot machen kann." Bauch lobt die Zusammenarbeit mit dem Volvo-Händlerverband: „Das ist wieder einmal ein Beispiel eines sehr guten offenen Dialoges zwischen Händlerverband und Importeur. Wir können auch komplexe und anfangs durchaus kontrovers diskutierte Sachverhalte auf einen gemeinsamen Nenner bringen."

Keine Pflicht

„Für den Händler ist entscheidend: Bezahlt Volvo genauso viel, wie der Kunde bezahlen würde? Die Antwort ist: Ja. Wir wollen den Händler nicht schlechter stellen", so Bauch weiter. 50 Händler haben nach Auskunft von VCG den Vertrag schon unterschrieben. Weitere Zusagen werden noch erwartet. Wer mitmachen will, kann das tun. Pflicht ist es aber nicht. Für die Marke wäre es aber ein Wettbewerbsvorteil, wenn möglichst viele Standorte teilnehmen.

Vier bis elf Prozent des Marktes

Die genannten vier bis elf Prozent des derzeitigen Verkaufsvolumens seien der

Foto: Volvo

Startpunkt, so der Manager. „Wie es damit weitergeht, wird der Markt entscheiden." Mit dem „Care by Volvo"-Abonnement verspricht die Marke ihren Kunden „unbegrenzte Mobilität und volle Kostenkontrolle". Die fixe Monatsrate umfasst neben der Kfz-Steuer und Versicherung auch alle Kosten für Wartung, Reparaturen, Winterbereifung, Räderwechsel und -einlagerung. Eine Anzahlung ist nicht erforderlich. Die Abwicklung erfolgt größtenteils online, (Preis-)Verhandlungen werden unnötig. Neben dem XC40 ist das neue Angebot auch für den neuen V60 erhältlich und wird sukzessive auf alle weiteren Modellreihen ausgedehnt. Seit Juli sind auch nicht nur 24 Monate als Laufzeit möglich, sondern auch sechs, zwölf und 36 Monate.

Für kleinere Gewerbekunden

Insbesondere kleinere Gewerbekunden ohne eigenes Flottenmanagement entlaste das Konzept. Auch Privatkunden, die es schätzen, nur mit einem Klick einfach ein Auto zu bestellen, finden das Angebot sinnvoll. Bei einem Einstiegspreis von rund 700 Euro für den XC 40 bei zweijähriger Laufzeit und 15.000 Kilometern Jahresfahrleistung muss man sich diesen Luxus allerdings auch leisten können. Generell sollen die Raten der einzelnen Modelle bei rund 1,5 Prozent des Brutto-Listenpreises liegen. Kritisiert wird von den Kunden, dass nur vorkonfigurierte Modelle über diesen Weg zu erhalten sind und die Autos zum Beispiel nicht nach Tschechien, Polen oder Ungarn gefahren werden dürfen. Die Fahrzeuge sind aber auch mit einem sogenannten „Red Key" ausgestattet, einer privaten Carsharing-Funktion. Mithilfe von „Volvo on Call" können die Besitzer einen digitalen Schlüssel generieren, der Zugang zum Fahrzeug gewährt.

Nur der Anfang?

Wie groß die Tragweite der Vereinbarung zu „Care by Volvo" werden könnte, zeigt diese Ankündigung: Der Hersteller will verstärkt gezielte Aktivitäten, um Kunden neue Fahrzeuge, Techniken und Services vorzustellen, nutzen. Bis Mitte des nächsten Jahrzehnts sollen weltweit dadurch mehr als fünf Millionen direkte Kundenbeziehungen aufgebaut werden. Bauch dazu: „Diese direkten Kundenbeziehungen sind eben auch Mobilitätsangebote ohne Eigentumsübertragung, bei denen der Händler dann der Dienstleister ist."

Doris Plate ■

TYRE 24®
ALZURA.COM