

Neue Bestmarken

Geschäftsbilanz | Ein Plus von rund drei Prozent bei den Verträgen und rund fünf Prozent im Flottengeschäft nach Stückzahlen: Damit hat die Deutsche Leasing ihr Geschäftsjahr 2014/2015 abgeschlossen.

— Ein Volumen von zirka 1,794 Milliarden Euro an Neugeschäft nach Anschaffungswerten hat die Deutsche Leasing (DL) aus Straßenfahrzeugen im Geschäftsjahr 2014/2015, das am 30. September endete, generiert. Und diese kommen ausschließlich aus dem gewerblichen Segment. So hat die markenungebundene Leasinggesellschaft zum Vorjahr ein Plus von rund zwei Prozent (2013/2014: 1,755 Milliarden Euro) erzielt.

Beim Bestand an Kfz-Verträgen ist der Zuwachs mit knapp drei Prozent auf 163.914 (2013/2014: 159.538) noch höher ausgefallen. Dabei gründet sich das prozentual höhere Wachstum nach Stückzahlen im Verhältnis zum Neugeschäftsvolumen auf mehrere Faktoren. Zwei wesentliche sind ein vermehrtes Downsizing der Modelle bei der Ausstattung respektive den Motorisierungen sowie zusätzlichen Einkaufsvorteilen durch gesunkene Einstiegspreise.

Relevanter Flottenanteil | Zur Entwicklung im relevanten Flottenmarkt ab zehn Fahrzeuge im Bestand werden zwar keine absoluten Zahlen genannt. Michael Velte und Harald Frings, die beiden Geschäftsführer Fleet der DL, beziffern aber das Plus in diesem Segment auf rund fünf Prozent, gemessen an den Verträgen. Bei Fuhrparks ab 30 Einheiten liegt es nach Unternehmensangaben sogar bei rund sieben Prozent. Bei

Letzteren steuern die Sparkassen bereits rund 20 Prozent bei. Tendenz weiter steigend.

Bei kleineren Fuhrparks sei dieser Anteil noch deutlich höher. Den Vertriebskanal wollen Velte und Frings daher mit fünf weiteren Mitarbeitern als Berater der Sparkassen stärken. Derzeit sind dafür 25 Mitarbeiter abgestellt. Generell habe die DL über alle Flottengrößen zugelegt, insbesondere bei Unternehmen mit bis zu 200 Einheiten.

Der Fokus liegt 2016 auf Kunden, die markenübergreifende Lösungen suchen.

Konstante Markenanteile | Bei der Verteilung des Fahrzeugbestandes nach Marken hat es im Vergleich zum vorherigen Geschäftsjahr keine größeren Änderungen gegeben. Rund 40 Prozent können die Modelle aus der VW-Gruppe auf sich vereinen, wobei es eine leichte Verschiebung zugunsten von Seat und Škoda gab. Es folgen Ford und Opel mit jeweils rund 15 Prozent und BMW sowie Mercedes-Benz mit je rund zehn Prozent. Die verbleibenden zehn Prozent verteilen sich auf die anderen Marken mit Schwerpunkt Volvo.

Auch die Gliederung nach Fahrzeugtypen führt zu keinen neuen Ergebnissen.

Nach internen Erhebungen bestehen rund 90 Prozent weiterhin aus Pkw bis zu einem zulässigen Gesamtgewicht von 3,5 Tonnen und zehn Prozent aus Nutzfahrzeugen. Erstere rekrutieren sich jedoch wiederum zu rund 85 Prozent aus Pkw/Kombi und zu rund 15 Prozent aus Transportern.

Niveau bei Servicebausteinen | Konstant verhält es sich außerdem bei den Penetrationsraten der Full-Service-Bausteine, gemessen am gesamten Kfz-Vertragsbestand. Davon sind rund 80 Prozent mit Maintenance, Räder/Reifen und Tankkarten abgeschlossen. Rund 70 Prozent greifen ferner auf die Flottenversicherungen beziehungsweise das Schadenmanagement zurück.

Dieses Niveau soll bei insgesamt steigenden Stückzahlen mindestens gehalten werden. Das gilt vor allem für den relevanten Flottenmarkt.

Wachstumsziel: plus fünf Prozent | Die DL hat sich für das Flottengeschäft für das laufende Geschäftsjahr ein Wachstumsziel von rund fünf Prozent gesteckt. Im Fokus stehen dabei Kunden, die markenübergreifende Lösungen und Beratung suchen und dafür nur einen oder zwei zentrale Ansprechpartner haben wollen. Genau mit diesen Leistungen sieht sich die DL im Bereich Fleet als Non-Captive gut aufgestellt.

| Annemarie Schneider



Foto: Tramino/Stock

Gewachsen | Im Geschäftsjahr 2014/2015 hatte die Deutsche Leasing 163.914 Fahrzeuge im Bestand – und damit 2,7 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Rund 40 Prozent kommen aus dem VW-Konzern

„Kundenorientiert weiterwachsen“

Jahres-Resümee und Pläne | Michael Velte und Harald Frings, die Geschäftsführer Fleet der Deutschen Leasing, über Wachstumsimpulse, erste Bremsspuren bei VW und Investitionen in Kundenbindung.

– **Neugeschäftsvolumen und Vertragsbestände sind gewachsen. Wie sieht es mit dem Ertrag aus?**

Michael Velte: Konkrete Zahlen nennen wir nicht. So viel kann ich jedoch sagen: Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnten wir uns wirtschaftlich weiter verbessern. Das hohe Niveau aus den letzten Jahren hat sich damit nachhaltig gefestigt. Das ist neben dem verbesserten Einkauf vor allem auf die Auto Expo als unsere Vermarktungsplattform zurückzuführen, die überproportional gewachsen ist und exzellente Ergebnisse erreicht hat. Das ist gelungen, indem wir unsere Vertriebspolitik neu ausgerichtet haben – weg vom Remarketing vorwiegend an Aufkäufer mit großen Volumen hin zu Endkunden und kleinen gewerblichen Käufern, die inzwischen rund 70 Prozent des Volumens ausmachen. Diese Vorteile können wir bei den Flottenkunden dann auch in der Angebotskalkulation entsprechend einfließen lassen und unsere Preise marktgerecht halten.

– **Welche Rolle spielt die Digitalisierung bei der Deutschen Leasing im Flottengeschäft?**

Harald Frings: Digitalisierung ist ein großes Thema, allen voran Big Data. Konkret bedeutet das, wir beschäftigen uns mit der Frage, ob und wie wir aus den Fahrzeugen gewonnene Daten erhalten und nutzen können. Ziel ist, die Effizienz in den Fuhrparks im Sinne der Kunden weiter zu steigern, indem wir unter Einhaltung des Datenschutzes zum Beispiel den optimalen Tauschzeitpunkt für Bremsen oder andere Verschleißteile ermitteln und proaktiv steuern. Dies ist ein spannendes Feld, mit dem wir uns in den kommenden Jahren intensiv auseinandersetzen. Des Weiteren kommen wir im Frühjahr mit einer neuen App auf den Markt, die eine Reihe von Leistungen wie die Servicepartnersuche, eine Notfallfunktion sowie eine mobile Schadenmeldung für Fuhrparkmanager und Fahrer beinhalten wird.

– **Gibt es Neues von der Restwerte-Front, insbesondere im Hinblick auf die Entwicklungen bei VW?**

M. Velte: Generell haben sich die Restwerte unterm Strich in den vergangenen Monaten relativ stabil gehalten, wenn auch auf nied-



Foto: Annemarie Schneider/Autoflotte

Fünf Prozent im neuen Geschäftsjahr | Das ist das erklärte Wachstumsziel von Michael Velte (rechts) und Harald Frings, Geschäftsführer Fleet der Deutschen Leasing, im relevanten Flottengeschäft

rigem Niveau im Vergleich über mehrere Jahre. Inwiefern bei VW noch Bremsspuren entstehen, müssen wir abwarten.

Wir stellen jedoch schon fest, dass die Kunden mittlerweile deutlich zurückhaltender sind als zu Beginn der Affäre. Am Anfang ist es lediglich ein singuläres Thema gewesen. Nachdem die Nachrichtenlage nicht abgeebbt ist, hat es auch die Verunsicherung steigen lassen. Es gibt auch schon die ersten großen Kunden, die aus Compliance-Gründen ihr Bestellverhalten überdenken. Daher rechnen wir ab Frühjahr mit ersten Auswirkungen. Längerfristig ist die Entwicklung noch nicht absehbar.

– **Welche Vorhaben begleiten Sie nun im laufenden Geschäftsjahr?**

H. Frings: Ein Schwerpunkt wird die offensive Kommunikation der Leistungsvielfalt unseres Angebotssystems sein, die vor zwei Monaten mit der Vorstellung unserer elektronischen Rechnungslegung bei den Kunden begonnen hat. Wir bieten zwar schon länger das vollständige papierlose Büro für die Flottenbetreiber an, wollen das aber stärker ins Bewusstsein rufen und dem Kunden aufzeigen, wie er noch mehr partizipieren und wo er Prozesse verbessern kann.

Darüber hinaus werden wir uns intensiv der Erhöhung der Kundenzufriedenheit widmen. Dazu haben wir mehrere Projekte, wie

die proaktive Beratung der Kunden, laufen. Durch verstärkte Datenanalysen und Präsentation der Erkenntnisse wollen wir weitere Mehrwerte für die Flotten schaffen und Entscheidungshilfen zum Beispiel über Informationen zu den Kfz-Kosten und deren Entstehungszeitpunkt während der Vertragslaufzeit an die Hand geben. Wir wollen damit kundenorientiert weiterwachsen.

M. Velte: Für dieses Ziel stellen wir derzeit im Bereich Sales und Aftersales die gesamte Prozesslandschaft und Organisation neu auf. Infolgedessen haben wir jetzt nicht im Vertrieb einen beziehungsweise maximal zwei Ansprechpartner, sondern künftig auch im Aftersales. Dazu werden etwa 100 Mitarbeiter, die bisher jeweils für einzelne Aufgabenbereiche wie Vertrag, Reifen, Vertragsbeendigung et cetera zuständig waren, zu Allroundern und damit zu einer kundenorientierten Mannschaft, bei der jeder alles aus einer Hand liefern kann. Die gute Rendite versetzt uns in die Lage, in Mitarbeiter und Know-how zu investieren. Darauf sind wir auch stolz. Wir müssen nicht Geschäftsstellen schließen oder Teams zusammendampfen, sondern können uns nachhaltig positionieren. Gerade davon werden auch unsere Kunden profitieren.

– **Herr Velte, Herr Frings, vielen Dank für das Gespräch!** | Interview: Annemarie Schneider