

Rabattschlacht im Fuhrpark

VON MARLENE BROCKMANN

Wenn ein Markt gesättigt ist, droht Anbietern das Aus. Eine Sorge, die derzeit im Fahrzeugflotten-Leasing kursiert. „Die großen Fuhrparks sind in der Regel bereits bedient“, sagt Friedhelm Westebbe, Geschäftsführer des Bundesverbands deutscher Leasingunternehmen (BDL). „Und da die Preis- und Leistungskonkurrenz deutlich zunimmt, haben es die Kleineren schwer mitzuhalten.“

Aber auch für die großen Autoverleaser wird die Situation auf dem Markt schwieriger, der zurzeit ein Volumen von 23 Mrd. € hat. Denn Wachstum scheint nur noch auf Kosten von Mitbewerbern möglich. „Verstärkte Kannibalisierung“ beobachtet zum Beispiel Sylvia Lier, Vertriebschefin bei Neusser Leaseplan. Das Unternehmen hat 78 000 Fahrzeuge unter Vertrag. „Wir haben es nicht nur mit einem verteilten Markt zu tun, sondern auch mit höchst aggressiver Konkurrenz.“

Vor allem neue Servicepakete, mit denen die Hersteller ihr eigenes Leasing aufwerten, machen den nicht-markengebundenen Anbietern zu schaffen. „Mal wird über Extras bei der Ausstattung quersubventioniert“, sagt Michael Velte, Vorsitzender des Verbands markenunabhängiger Fuhrparkmanagementgesellschaften (VMF). „Dann, wie jüngst, versucht VW mit seiner 50-Prozent-Rabattaktion beim Service zu punkten.“

Dazu gehört auch eine von Mercedes ab 2008 lancierte Servicekarte. Sie schließt eine kostenlose Instandhaltung für die ersten 90 000 Kilometer im Leasingvertrag ein. Karl Strom, Sprecher beim Arbeitskreis der Banken und Leasinggesellschaften der Automobilwirtschaft (AKA), kontert: „Seit ihrer Einführung 2006 haben sich weit über 1,5 Millionen Kunden für Paketlösungen entschieden. Mehr als 50 Prozent der Fahrzeuginteressenten wollen heute so etwas.“

Dass sie im Massenmarkt mit Privatkunden nicht mithalten können, wissen die unabhängigen Autoverleaser freilich. Ihre Domäne ist das Firmenkunden-Segment, in dem Rundumservice bereits Tradition hat. Bislang konnten die Hersteller hier schon wegen der Markenbindung kaum Fuß fassen. „Je kleiner der Fuhrpark, desto herstellernäher wird geleast“, beschreibt Velte die Faustregel im gewerblichen Autoleasing.

Der VMF-Sprecher ist zugleich Chef der Sparkassentochter Deutsche Leasing Fleet. Neben Leaseplan, AID, der von General Electric über-

Die Autohersteller werten ihr Leasing mit Prozenten und Servicepaketen auf. Vor allem die kleineren unter den unabhängigen Verleihern können im Preiskampf kaum noch mithalten



Größere Flotten sind meist in unabhängiger Hand

Strategien Künftig wollen Manager laut Verband der unabhängigen Fuhrparkgesellschaften VMF auf zunehmendes Umweltbewusstsein in den Unternehmen und europaweite Flottenbetreuung setzen.

Emissionen So kann der Flottenbetreiber einem Unternehmen sagen, wie viele Emissionen sein Fuhrpark global verursacht.

Stichprobe: Fuhrparkzusammensetzung

nur Pkw in %

■ abhängig vom Hersteller ■ unabhängig vom Hersteller

Pkw-Anzahl	0	10	20	30	40	50
1 bis 20		32,8	15,1			
21 bis 50		20,8	19,7			
51 bis 100		19,3	26,9			
101 bis 500		24,5	29,4			
501 bis 1000		2,1	6,8			
mehr als 1000		0,5	2,2			

FTD/jst; Quelle: VMF-Benchmarkstudie

nommenen ASL und weiteren Banken-Ablegern wie Südleasing und VR-Leasing gehört sie zu den großen markenunabhängigen Anbietern.

Für diese erscheint die Serviceoffensive der Autokonzerne als Teil einer Strategie. Die Hersteller wollen in Zukunft nicht nur die Finanzierung der Fahrzeuge mitanbieten. Sie haben vor, in stärkerem Maße in das Fuhrparkmanagement einzusteigen. Dafür spricht auch, dass sie sich in der vergangenen Zeit bemüht haben in diesem Segment nicht nur mit eigenen Autos mitzumischen: BMW hat sich mit Alphabet einen Ableger geschaffen, der über ein breites Angebot verfügt. Dieser hat zudem kürzlich die Südleasing-Tochter LHS übernommen. Volkswagen hält mittlerweile 50 Prozent an Leaseplan.

Die Flottenspezialisten reagieren, indem sie immer kleinere Flotten umwerben – bis hin zum Geschäftswagen des Freiberuflers. „Der Trend geht zu kleineren Einheiten – wo Bedarf da ist, aber das fachliche Wissen nicht“, sagt Albert de Cillia, Geschäftsführer der GE Auto Service Leasing. Auch für Einzelfahrzeuge gibt es eine „automatisierte Fahrzeugrückgabe“, bei der sich der Kunde das professionelle Gutachten samt Detailfotos im Internet anschauen kann.

Auch Konkurrent Leaseplan baut seinen elektronischen Service aus, damit er den Small-Fleet-Bereich von zehn bis hinunter zu einem Fahrzeug abdecken kann. „Ein Riesenaufwand bei der Softwareumstellung. Aber zum Jahresende gehen wir damit online. Dann können sich die Kunden selbst bedienen – mit oder ohne die bei Flotten üblichen Services“, sagt Vertriebschefin Lier. Notwendig seien dafür allerdings Investitionen „im Millionenbereich“. Die müssten sich in drei, vier Jahren rechnen.

Zudem gehen die Flottenspezialisten neue Vertriebswege und kommen so den Hersteller-Leasinggesellschaften auch hier in die Quere. Sowohl GE ASL als auch Leaseplan wollen Kunden verstärkt über den Autohandel ansprechen. „Für uns ein Novum“, sagt Lier. „Wir akquirieren gerade die Leute für die Händlerakquisition.“

BDL-Chef Westebbe sieht den harten Wettbewerb mit Sorge: „Da werden immer differenziertere Softwarelösungen nötig. Den hohen Kosten- und Personalaufwand können sich nur wenige leisten.“ Laut de Cillia geht es im Flottenmanagement schon um Outsourcing. Etwa wenn bei 600 Fahrzeugen nur noch eine Person im Betrieb zuständig ist – „und das nicht einmal ganztags“. Während von den 4,8 Millionen gewerblichen Kraftfahrzeugen in Deutschland nur rund 20 Prozent im Full-Service seien, betrüge dieser Anteil in anderen Ländern bereits 50 Prozent. „Da müssen wir hin“, sagt de Cillia.

