



Gute Betreuung

Interview mit Holger Böhme (li.), Director Fleet, und Larsen Hilbertz, Leiter Marketing Flotten, bei der Renault Nissan Deutschland AG in Brühl

Flottenmanagement: Renault ist seit etlichen Jahren stärkste Importmarke im deutschen Flottengeschäft. Andererseits wird gerade dieses Geschäft immer noch zu 80 Prozent von den einheimischen Herstellern dominiert. Woran liegt das, wie ist es Renault gelungen, hier stabil Fuß zu fassen, mit welchen Argumentationen und Angeboten hat Renault hier längerfristig überzeugen können?

Böhme: Renault hilft natürlich auch im Flottenmarkt die extrem umfangreiche Modellpalette. Vorweg sind wir mit Kangoo, Trafic und Master sehr gut aufgestellt im Bereich Nutzfahrzeuge. Hier lagen wir per Ende März mit Volkswagen und Mercedes unter den Top Drei. Im Flottenmarkt ist das Nutzfahrzeuggeschäft immer unsere Basis gewesen, wir sind aber auch im Pkw-Bereich immer stärker geworden. Das beginnt bereits im I-Segment, wo wir dank Twingo, Clio, Modus und Kangoo allein schon mit vier interessanten Modellen vertreten sind, die beispielsweise von Pflege- oder Gebäudereinigungsdiensten stetig zunehmend nachgefragt werden. Im Mégane-Segment warten wir inzwischen über Dreitürer, Fünftürer, Kombi, Scénic und Grand Scénic mit sieben Varianten auf. Mit dem Espace gehören wir zu den erfolgreichsten Marken bei den Vans. Nach einer intensiven Modellpflege, die sich wesentlich in den Innenräumen, bei Materialien, Haptik und

Leder wiederfindet, gewinnen Laguna und Laguna Grandtour großes Interesse. Zudem belegt die neueste ADAC-Pannenstatistik, dass Renault in allen Segmenten in puncto Fahrzeug-Qualität noch einmal deutlich zugelegt hat. Und nicht zuletzt ist der neue Renault Clio das erste Fahrzeug in seinem Segment, das beim NCAP-Crashtest mit fünf Sternen ausgezeichnet wurde. Renault ist also auch für das Pkw-Flottengeschäft bestens gerüstet.

Flottenmanagement: Wie verteilt sich Ihr Flottengeschäft aktuell auf die beiden Sparten Transporter und Pkw, wie sehen in dieser Beziehung die Trends über die letzten fünf Jahre betrachtet aus?

Böhme: Der deutliche Schwerpunkt liegt nach wie vor auf dem Transportergeschäft, das uns meistens auch einen guten Einstieg in das Pkw-Flottengeschäft bietet. Wir sind ja im Pkw-Flottengeschäft seit langem die führende ausländische Marke. Dabei können wir auf eine über Jahre professionalisierte Struktur von inzwischen 120 Business-Centern in Deutschland zurückgreifen. Diese Business-Center sind einmal aus Transporter-Stützpunkten entwickelt worden. Wurden hier früher spezialisierte Nutzfahrzeug-Verkäufer ge-



„Derzeit die Speerspitze“: Renault Mégane Grandtour (li.)

„Als erster fünf Sterne in seinem Segment“:
der neue Renault Clio (u. li.)

Meistverkaufter Renault-Van im Flottengeschäft: Grand Scenic (u.)

„Deutlicher Schwerpunkt im Transportergeschäft“: Renault Master – ganz unten



ung vor Ort

braucht, so stellen wir heute spezialisierte Gewerbeverkäufer ein, die ständige Qualifizierungsprogramme an unserer eigenen Fleet Academy absolvieren. Seither spüren wir, dass wir immer besser in den Flottenmarkt kommen. Die Volumina und die Trends sind schon sehr zufriedenstellend, Renault kann hier inzwischen auf etliche renommierte Referenzkunden verweisen. In jedem Business-Center müssen zwei gewerbliche Verkäufer arbeiten. Wir können uns also in Deutschland auf rund 280 gewerbliche Verkäufer stützen, die auch stetig im Hinblick auf Leasing und Full Service-Leasing, sei es über die hauseigene Bank RCI oder über Fremd-Leasinggesellschaften, trainiert werden. Der Nutzfahrzeug-Verkäufer muss darüber hinaus ein Experte für Spezialumbauten sein.

Hilbertz: Renault arbeitet aber nicht nur ausschließlich mit zertifizierten Automobilverkäufern, es sind auch Ausbildungsgrad und Qualifikations-Niveau der Service-Mitarbeiter in gezielten Weiterbildungsprogrammen erheblich verbessert worden. Wir werden 2007 über das mit am besten ausgebildete Servicenetz in Deutschland verfügen.

Flottenmanagement: Welche Renault-Pkw sind derzeit im deutschen Flottengeschäft besonders gefragt, mit welchen Anlagen setzen sie sich im Wettbewerb durch, wie beurteilen Sie die Konkurrenz-Situation dort, wo Renault zum Zuge kommt?



Holger Böhme:

„Wir sind im Pkw-Bereich immer stärker geworden.“

Böhme: Sehr stark gefragt ist der Renault Mégane Grandtour, das ist hier derzeit unsere Speerspitze. Vor allem sein Raumangebot kommt trefflich bei Serviceflotten zum Zuge. Er punktet aber auch schon zunehmend im User Chooser-Bereich dort, wo ein Downgrading zu verzeichnen ist und es nicht mehr unbedingt der Passat sein muss. Der

Kangoo-Pkw ist sehr gefragt. Auch der neue Clio, der mit seiner Länge von jetzt fast vier Metern seiner Klasse eigentlich schon entwachsen ist, kommt immer besser an. Ansonsten gewinnen der Twingo und der ältere Clio, den wir noch eine Weile weiterlaufen lassen, bei den Pflegediensten Freunde. Wir können hier sehr preisgünstig herangehen. Dieser Bereich darf nicht unterschätzt werden, es gehen schon mehrere hundert Fahrzeuge an Pflegedienste, caritative oder kirchliche Einrichtungen. Mit unserer reichen Modellpalette können wir auch hier spezifisch auf die einzelnen Ansprüche eingehen. Bei den vielen großen Firmen, mit denen wir teils auch Europa-Rahmenabkommen haben, kommen dann der Laguna und der Espace sehr stark zum Zuge. Insbesondere unsere gerade neu eingeführten 2.0 dCi Motoren mit 150 PS bzw. 175 PS und Rußpartikelfilter spielen für diese Kunden eine bedeutende Rolle.

Flottenmanagement: Im Flottengeschäft kommen zunehmend spezielle Business-Ausstattungen zu Sonderkonditionen in Mode. Reagieren die Hersteller hiermit vorwiegend auf konkrete Nachfragen

der Flottenbetreiber oder ergreifen Sie einfach die Initiative, weil es der Wettbewerb fordert?

Hilbertz: Eigentlich trifft beides zu. Selbstverständlich analysieren wir die Ansprüche unserer Kunden. Im Business-Bereich werden mittlerweile bestimmte Ausstattungsmerkmale mehr oder weniger vorausgesetzt. Dazu gehören die Klimaautomatik ebenso wie im höher angesetzten gewerblichen Bereich auf jeden Fall das Navigationssystem. Wir nutzen dabei auch die Möglichkeit, dem Kunden ein Fahrzeug mit den für ihn relevanten Ausstattungsmerkmalen zu einem interessanten Preis anzubieten. Ich möchte als Beispiel gerne unser Sondermodell Laguna Exception erwähnen, welches serienmäßig über ein Navigationssystem, Klimaautomatik, Alcantara Leder-Polsterung sowie eine Einparkhilfe hinten verfügt und zu einem sehr attraktiven Preis angeboten wird. Der Renault Laguna war übrigens das erste mit 5 Sternen bewertete Fahrzeug im NCAP Crashtest. Solch attraktive Modelle werden von unseren Business-Kunden explizit genutzt.



Larsen Hilbertz:

„Für Fuhrparkbetreiber ist Kostentransparenz von essentieller Bedeutung.“

Flottenmanagement: Der Erfolg im Flottengeschäft ist längst nicht mehr vom Produkt allein abhängig. Mit welchen Forderungen darüber hinaus treten Flottenbetreiber heute an Renault heran? Was kann Renault beim „Rahmenprogramm“ anbieten?

Böhme: „Rahmenprogramm“ bedeutet für mich zuallererst eine gute Betreuung durch den jeweiligen Händler vor Ort. Das ist für einen gewerblichen Kunden immer das Wichtigste. Unsere Business-Center, die deutschlandweit relativ dicht gesetzt sind, müssen etwa 25 professionelle Standards erfüllen, angefangen bei verlängerten Öffnungszeiten über entsprechende Vorführ- und Werkstattersatz-Wagen zur Abdeckung einer ununterbrochenen Kunden-Mobilität bis hin zu geschultem Verkaufs- und Werkstatt-Personal.

Hilbertz: Das geht so weit, dass wir eine sehr enge Zusammenarbeit mit der Renault-Bank pflegen, um über das eigentliche Fahrzeugangebot hinaus Serviceleistungen, Leasingangebote oder Finanzierungen anbieten zu können, die maßgeschneidert auf die Ansprüche des Kunden sind und seinen Fuhrpark kalkulierbar gestalten. Für Fuhrparkbetreiber ist heute Kostentransparenz von essentieller Bedeutung. Mit unseren Service-Angeboten wie beispielsweise dem Renault Business Highlight können wir dem Kunden geradezu ein Rundum-Sorglos-Paket bieten.

Aufstellung in Brühl:
Bernd Franke (FM),
Holger Böhme, Larsen
Hilbertz (beide
Renault), Erich Kahnt
(FM, v. re.)



Flottenmanagement: Auf dem Flottenmarkt ist nach wie vor ein ungebrochener Trend zum Leasing bzw. auch Full Service-Leasing zu verzeichnen. Wie sieht die entsprechende Entwicklung bei Renault aus, wie hoch ist eigentlich der Full Service-Leasinganteil im Renault-Flottengeschäft, welche Dienstleistungs-Module werden vorwiegend abgeschlossen?

Böhme: Das ist sehr unterschiedlich. Für den kleingewerblichen Bereich haben wir gemeinsam mit der Renault-Bank dieses Modul Renault Business Leasing Highlight entwickelt, das sowohl Garantien, als auch ein entsprechendes Wartungs-Modul beinhaltet. Das wird mit den Fahrzeugen, für die wir es anbieten, zu fast 50 Prozent genutzt, sehr stark im Nutzfahrzeugbereich, aber auch schon im Pkw-Bereich für die Modelle Mégane Grandtour, Espace und Kangoo. Damit sind wir im kleingewerblichen Bereich, wo das Thema Full Service noch nicht so ausgeprägt ist, extrem gut aufgestellt. Bei größeren Flotten mit höheren Laufleistungen wird zusätzlich dann das Thema Reifenservice wichtig und wegen der Einkaufs- und Abwicklungsvorteile die Tankkarte.

Flottenmanagement: Wie gestaltet Renault das Verhältnis zu den herstellerunabhängigen Leasinggesellschaften?

Böhme: Wir haben in den letzten drei Jahren die Flottendirektionen sehr stark professionalisiert und den Mitarbeiterstamm auf zwischenzeitlich knapp 40 Personen ausgebaut. Das ist für einen ausländischen Hersteller schon beachtlich. Die Bereiche Renault und Renault Bank haben wir zusammengefasst. Eine weitere Abteilung befasst sich mit den Fremd-Leasinggesellschaften. In Deutschland kümmern sich fünf Key Accounter um die ganz großen Flottenkunden. Sie arbeiten ebenfalls sehr eng mit den Leasinggesellschaften zusammen. Ein Mitarbeiter ist für das Direktgeschäft verantwortlich. Auch ich selbst pflege einen sehr engen Kontakt zu den Leasinggesellschaften und stimme mit ihnen am jeweiligen Jahresende die Konditionen ab. Ich denke, wir sind bei den herstellerunabhängigen Leasinggesellschaften sehr attraktiv aufgestellt. Inzwischen haben wir auch mit den Händ-

lern ein gewisses Nachlass-Niveau im Teile- und Wartungsbereich für große Flotten erreichen können. Darüber hinaus kann ich auf einen Stab von Firmenkundenberatern als Bindeglieder zwischen Organisation, Händlernetz und Kunden zählen, die dafür sorgen, dass das gewerbliche Geschäft beim Händler aktiv gelebt wird.

Flottenmanagement: Eine zunehmende Herausforderung stellen auch internationale Flottenkonzepte mit grenzüberschreitenden Lösungen dar. Mit welchen Anforderungen treten internationale Großflottenbetreiber an Renault heran, mit welchen Konzepten können Sie aufwarten?

Böhme: Unsere Organisationsform in Europa ist durchaus vergleichbar mit der in Deutschland. Auch dort arbeitet eine Abteilung mit Key Accountern, die ausschließlich europäische Rahmenabkommen schließt. Das verbessert unsere Chancen auf internationaler Ebene erheblich. Es gibt sehr viele große französische Unternehmen mit Niederlassungen auch in Deutschland, zu denen schon in Frankreich ein sehr guter Kundenkontakt besteht. Die möchten durch Bündelung von Volumina Top-Konditionen realisieren. Das wird zunehmend gefordert, hier können wir dann auch in Deutschland immer wieder Verträge platzieren.

Flottengeschäft Renault 2005

Verkaufte Einheiten (bereinigtes Flottengeschäft Pkw)	24.431 (- 2,6 % zum Vorjahr)
Prozentuale Verteilung des Flottengeschäfts	
Kleinwagen (I-Segment bei Renault)	34,6 %
Untere Mittelklasse (Kompaktklasse) (M1)	42,7 %
Mittelklasse (M2)	6,1 %
Obere Mittelklasse (S)	9,7 %
Transporter (Pkw-Zulassung)	6,8 %
Topseller im Flottengeschäft	
1. Mégane	22,7 %
2. Scénic	20 %
3. Kangoo VP	12,9 %
Flottenrelevante Produkt-Neuheiten der nächsten 12 Monate	Facelift Scénic, Facelift Trafic/Master, Dacia Kombi + leichtes Nutzfahrzeug
Anteile Leasing/Kauf	je nach Modell 60-100 % Leasinganteil
Garantiebedingungen	2 Jahre Neuwagengarantie, lebenslange Mobilitätsgarantie ohne Kilometerbegr. bzw. 3 Jahre für Laguna, Espace u. Vel Satis, bis 12 Jahre Garantie gegen Durchrostung
Inspektionsintervalle	Dieselmotoren: 15.000 km, Benzin: 20.000 km
Ansprechpartner Leasinggesellschaft / Bank	Leasing: Oliver Schnug 0175/5712318 Bank: Béatrice Degand-Wego 02232/73-0
Renault Key-Account Manager	Südwest: Jost Ammon (0175/2622934), Nord: Dr. Hans-Werner Goormann (Tel. 0175/5712213), Ost: Jens Klünder (Tel. 0175/2622926) West: Gunnar Persson (Tel. 0175/1862020), Süd: Johannes Schaz (Tel. 0175/2622924)
Internetseite für Großkunden	www.Renault.de (Flottenlösungen anklicken)