



Marcus Ziegler (Direktor Verkauf Groß- & Gewerbekunden Opel Deutschland) und Jürgen Keller (Direktor Verkauf & Marketing Opel Deutschland) schauen optimistisch in die Zukunft, was Flottengeschäft und Gesamtentwicklung der Marke angeht (v.li.)



Flottenmanagement zu Besuch bei Opel Deutschland in Rüsselsheim

Flottenmanagement: Herr Ziegler, seit November 2011 sind Sie neuer Direktor Verkauf an Groß- und Gewerbekunden bei Opel Deutschland. Welche Erfahrungen bringen Sie für die Marke Opel mit, welche Ziele haben Sie sich gesetzt und wohin wollen Sie die Marke bringen?

Marcus Ziegler: Bei Opel ist ganz deutlich eine Aufbruchstimmung zu spüren. Sicherlich ist in der Vergangenheit nicht alles optimal gelaufen, doch nun ist überall spürbar, dass Opel nach vorne schaut. Dies ist auch genau das, was mich an der Marke reizt: Sich an die alten Stärken zu erinnern, die vom motivierten Team über die immer besser werdenden Modelle bis zum flächendeckenden Händlernetz reichen; dieser Wille, die Marke zu alten Stärken und Tugenden zurückzubringen, ist sehr reizvoll, daran möchte ich teilhaben. Ich bin zu einem Zeitpunkt ins Unternehmen gekommen, wo es darum geht, dass das Potenzial, das bereits vorhanden war und ist, weiter vorangebracht wird. Mit der Erfahrung aus dem Klein- und Großflotten- sowie dem Leasingbereich habe ich in den vergangenen Jahren in verschiedensten Bereichen wichtige Erfahrungen sammeln können, die nun so zusammengefügt und eingesetzt werden sollen, dass sie der Marke Opel das Optimum bringen.

Flottenmanagement: Seit 2010 konnten die Fahrzeugverkäufe in Deutschland weiter deutlich gesteigert werden. Wodurch haben Sie es geschafft, sich Ihren Platz im hart umkämpften deutschen Markt zurückzuerobieren, womit konnten Sie Kunden (zurück-)gewinnen? Welche Bedeutung kam hierbei welchen Modellen zu?

Jürgen Keller: Dass wir diesen Schritt geschafft haben, hat sicherlich zweierlei Gründe. Zum einen sind es unsere Produkte, die uns den Rücken gestärkt haben. Gute Produkte zu führen bildet

Neue, alte Stärken

in dieser Branche die perfekte Ausgangsbasis für den Erfolg. Wir sind mittlerweile so gut aufgestellt, wie wir das noch nie zuvor waren, und verfügen aktuell über die beste Produktpalette, die wir jemals hatten. Im Sommer 2010 haben wir bekanntgegeben, dass wir ein 11-Milliarden-Investitionsprogramm auflegen – nun trägt es erste Früchte. An den Erfolgen der neuen Produkte ist sichtbar, dass wir die richtige Richtung eingeschlagen haben. Anhand der gegenwärtigen Marktsituation ist ersichtlich, dass die neuen Produkte sehr gut angenommen werden. Der Insignia beispielsweise ist sehr erfolgreich, genau wie der Astra und der Astra Sports Tourer, der auf Anhieb Segmentsieger im Kompaktwagen-segment geworden ist. Der Meriva, der letzten Sommer auf den Markt kam, war schon immer Segmentführer und konnte diese Position stark ausbauen: 45 Prozent aller Verkäufe in diesem Segment fallen auf den Meriva. Der Ampera, der Astra GTC, der Zafira Tourer und der Combo wurden auf der IAA präsentiert. Vor allem der Zafira Tourer und der Combo werden für den Flottenmarkt sicherlich wichtig werden. Der andere,

zweite Erfolgsgarant ist unsere Vertriebspolitik: Der Fokus liegt auf der ganzheitlichen Betrachtung und Abarbeitung der Dinge sowie auf der Kontinuität, mit der wir Dinge angehen – gerade auch, wenn es darum geht, Probleme zu beheben. Ziele und Messgrößen müssen klar definiert sein; Händlermanagementsysteme, Schulungen, Unterstützungsprogramme müssen absolviert werden, um sich der Marktsituation stellen und den ganzheitlichen Ansatz erfassen zu können. Es geht um die Betrachtung der einzelnen Bausteine, wenn der Erfolg garantiert sein soll. Seit ungefähr anderthalb Jahren sind wir mit diesem zwei-Säulen-Konzept sehr erfolgreich.

Flottenmanagement: Welche Dienstleistungen und Services bieten Sie Ihren Flottenkunden, welche Rolle spielt hierbei beispielsweise das neue Serviceportal?

Jürgen Keller: Uns ist wichtig, das Großkundengeschäft über spezialisierte Partner zu betreiben. Von unseren 430 Händlern sind 150 Flottenzentren, die klare Standards erfüllen müssen – für



Insignia



Astra Sports Tourer



Meriva



Combo

uns notwendig, um im Flottengeschäft professionell auftreten zu können. Zudem ist wesentlich, darauf eingehen zu können, dass ein größerer Fuhrpark spezielle Notwendigkeiten hat. Hierauf müssen unsere Flottenzentren, unsere Spezialisten, ausgerichtet sein. Die Flottenzentren sind deutschlandweit verteilt, sodass wir den Kunden hier ein flächendeckendes Servicenetz bieten können.

Marcus Ziegler: Was das Serviceportal betrifft: Mit diesem Projekt soll eine elektronische Kommunikationsplattform zur Verfügung gestellt werden, mit deren Hilfe sämtliche Serviceaufträge von Großkunden wie Flotten, Leasinggesellschaften, Versicherungen und Dienstleistern abgewickelt werden können. Ein Schadendaten-Management-Experte steht uns hierbei zur Seite. Ziel ist, die Zusammenarbeit zwischen den Opel-Servicepartnern und unseren Großkunden zu optimieren und gegebenenfalls zu erleichtern. Wir wollen mit bestmöglichem Service auf die Kunden eingehen und ihnen flächendeckende Servicelandschaften bieten. Dazu gehören auch bundesweit einheitliche Serviceraten und Abwicklungen für die Kunden – sprich, wir übernehmen hier Dienstleistungen, die eigentlich von Leasinggeber oder Versicherung angeboten werden. Zudem werden wir dieses Angebot als einen der Standards für unsere Flottenzentren verankern. Kunden sparen mit dem Serviceportal Kosten und Zeit.

Flottenmanagement: Welche Ziele haben Sie für das Flottengeschäft 2012? Von welchen Modellen versprechen Sie sich in dem Zusammenhang Erfolg und welche dieser Modelle werden von Kunden bevorzugt eingesetzt?

Jürgen Keller: Wir werden unseren Weg der ganzheitlichen Betrachtungsweise weitergehen. Zudem ist uns die Sicherheit gewiss, dass unsere

Produktpalette sich im kommenden Jahr weiter optimieren wird. Wir sind folglich sehr optimistisch, unseren Wachstumskurs fortzusetzen. 2012 werden vier neue Produkte auf einen Schlag auf den Markt kommen: Der Ampera, der auch eine Türöffner-Funktion für viele Flotten übernehmen wird. Der Astra GTC ist das emotionalste Modell, das wir in der Produktpalette haben, ist jedoch nicht so sehr flottenrelevant.

**Jürgen Keller:**

„Die Zusammenarbeit mit spezialisierten Partnern und ein flächendeckendes Servicenetz sind wesentlich, um im Flottengeschäft professionell auftreten zu können.“

Extrem wichtig für die Flotte hingegen sind der Zafira Tourer und der Combo. Der Zafira Tourer mit seinem Premiumanspruch markiert einen deutlichen Schritt nach vorne, was Größe und Emotionalität angeht. Er wird parallel zum ausgereiften, sehr anerkannten bisherigen Zafira angeboten. Das bewährte FlexFix-System mit den sieben, zu jeder gewünschten Konfiguration umklappbaren Sitzen ist auch im Zafira Tourer erhalten. Mit diesem Modell, das auch als Erdgas-Variante erhältlich sein wird, sehen wir unsere Markenpositionierung optimal verkörpert: Richtungsweisendes Design, alltagstaugliche Innovation und die Position in der Mitte der Gesellschaft sind die Punkte, die Opel als Marke ausmacht.

Marcus Ziegler: Unsere Fuhrpark-Kunden signalisieren uns, dass der Zafira Tourer ein User Chooser-Produkt ist beziehungsweise erkundigen sich, ob er als solches gelistet ist. Im Funktionsbereich waren und sind wir bereits stark, nun können wir mit dem Zafira Tourer und dem Insignia auch den User Chooser-Bereich bedienen. Was den Combo angeht, sind wir sehr breit aufgestellt und können mit Pkw- oder Nutzfahrzeugvariante, verschiedenen Radständen und Motoren den unterschiedlichen Kundenbedürfnissen nachkommen.

Flottenmanagement: Der Opel Ampera ist das erste voll alltagstaugliche Elektroauto eines europäischen Herstellers und übernimmt dadurch eine Pionierrolle. Wodurch hebt sich der Ampera im Einzelnen von herkömmlichen Elektroautos ab?

Marcus Ziegler: Elektrofahrzeuge sind normalerweise Fahrzeuge, die bauartbedingt diverse Einschränkungen mit sich bringen. Beim Ampera ist dies jedoch nicht der Fall: Die Batterie-Reichweite des Elektroantriebs beträgt 40 bis 80 Kilometer, eine Distanz, die für den durchschnittlichen Weg zur Arbeit und zurück ausreicht. Der Ampera hat aber den großen Vorteil, dass es zusätzliche einen kleinen Verbrennungsmotor gibt, der über einen Generator Strom erzeugt und damit das Fahrzeug weiterhin elektrisch antreibt. Dieser Reichweitenverlängerer erlaubt das Zurücklegen einer Strecke von mehr als 500 Kilometer. Hinzu kommt ein sehr guter CO₂-Wert von 27g/km. Sowohl auf der IAA als auch auf Kundenveranstaltungen war die Resonanz auf das Fahrzeug sehr gut – viele Flotten achten zunehmend auf genau diesen Aspekt, möchten ein Zeichen setzen und ein solches Fahrzeug in ihre Flotte integrieren, zumal Nachhaltigkeit ein wichtiges Thema geworden ist. Im Dezember werden wir die ersten Fahrzeuge ausliefern, den Ampera dann flächendeckend bei 230 unserer 430 Opel-Vertragshändler vertreiben und auch im Service betreuen können. Die europaweiten Aufträge belaufen sich bereits auf 7.000 Einheiten – wir möchten den Erfolg des Autos jedoch nicht ausschließlich an Stückzahlen messen, sondern möchten die Menschen generell an Elektromobilität heranführen.

Jürgen Keller: Der Ampera als erstes voll alltagstaugliches Elektroauto ist hierfür der beste Botschafter und grenzt sich durch die bereits genannten Highlights klar von herkömmlichen Elektroautos ab. Wir sehen den Ampera nicht nur als Auto für Privatkunden, sondern bekommen gerade von Fuhrparkmanagern das Feedback, dass das Auto auch flottenrelevant werden kann – das Interesse ist da, auch vom TCO-Gedanken her betrachtet. Diese beim Ampera umgesetzte Technologie ist für uns wichtig sowie zukunftsweisend und soll weiter vorangetrieben werden – wir können uns auch vorstellen, sie in anderen Fahrzeugklassen einzusetzen.

Flottenmanagement: Wie sehen Sie die zukünftige Entwicklung im Bereich Elektromobilität bei Opel und auf dem Flottenmarkt ganz allgemein, welche Trends sind spürbar?



Jürgen Keller: In Sachen Technologie haben wir hier eine dreistufigen Ansatz: Wir werden weiterhin die bestehenden Antriebssysteme optimieren – Benzin- und Dieselaggregate, aber auch die Getriebetechnologie. Im Herbst dieses Jahres mit Modelljahr 2012 haben wir alleine 67 besonders umweltfreundliche ecoFLEX Modelle, viele davon mit einem modernen Start-Stopp-System ausgestattet, auf den Markt gebracht. Parallel hierzu werden wir den Bereich Elektromobilität weiter vorantreiben, allerdings halten wir die reine Elektromobilität nur in gewissen Fahrzeugsegmenten für sinnvoll, bei Kleinwagen und Einsatzgebieten im urbanen Bereich nämlich, im Gegensatz zur Elektromobilität mit Reichweitenverlängerung, die für ganz andere Bedürfnisse und Strecken einsetzbar ist. In unseren Augen geht die langfristige Entwicklung in Richtung Brennstoffzelle – hier möchten wir unsere Stärke nutzen, generell gesehen mit den

Entwicklungen ganz weit vorne zu sein und auch auf diesem Gebiet in absehbarer Zeit Neues präsentieren zu können. Im Bereich Erdgas sind wir einer der Pioniere gewesen, mit dem Zafira, Astra Caravan und Combo beispielsweise. Auch der Zafira Tourer und der neue Combo werden als Erdgasvariante erhältlich sein.

Marcus Ziegler: Der Trend geht, allgemein gesehen, sicherlich hin zur bedarfsorientierten Mobilität. Was die Antriebe angeht: Jeder Antrieb ist auf gewisse Bedarfssituationen zugeschnitten und hat somit seine Daseinsberechtigung. Wir decken mit unserem Produktportfolio alles ab, sodass es für jeden Mobilitätsanspruch ein Produkt gibt und geben wird. Die Flotte 2012 wird darauf ausgerichtet sein, bedarfsorientierte, kostenoptimierte, nachhaltige Mobilität zu bieten – allerdings werden sich die Flotten nicht dramatisch und abrupt innerhalb eines Jahres verändern. Beispielsweise wird sicherlich, auch orientiert am Einfluss aus dem Ausland, weiterhin Downsizing stattfinden. Dass ein Segment jedoch komplett abbricht und durch ein anderes ersetzt wird, halten wir für sehr unwahrscheinlich. Die Veränderungen sind graduell und finden evolutionsartig statt.

Flottenmanagement: Welche Bedeutung nimmt das Thema Nachhaltigkeit bei Opel ein? Welche Entwicklung zeichnet sich hier im Flottenbereich ab?

Jürgen Keller: Im Fuhrpark wird Nachhaltigkeit immer wichtiger; diese Entwicklung zeichnet sich bereits seit einiger Zeit ab. Das Thema ist heutzutage nicht mehr zu um-

Jürgen Keller und Marcus Ziegler mit Judith Kadach und Bernd Franke (beide Flottenmanagement) über alltags-taugliche, zukunftsfähige Technologie, Effizienz und Nachhaltigkeit bei Opel (v.re.)

gehen, Flotten sind und werden zunehmend mit entsprechenden Modellen hierauf ausgerichtet. Wie bereits erwähnt, haben wir konzernintern eine klare Technologiestrategie, die wir strin-



Marcus Ziegler:

„Bei Opel geht es jetzt darum, sich auf alte Stärken und Tugenden zu besinnen und das vorhandene Potenzial voll auszuschöpfen – mit diesem Konzept sind wir sehr erfolgreich.“

gent verfolgen – nicht erst seit gestern, sondern bereits über Jahre hinweg. Nachhaltigkeit hat bei uns immer eine wesentliche Rolle bei der Produktentwicklung gespielt. Hierbei ist uns wichtig, nicht nur ab und zu ein solches nachhaltigkeitstaugliches Produkt auf den Markt zu bringen, sondern unser Ansatz ist, dies breit gestreut in die Flotten zu integrieren. All unsere Fahrzeuge sollen auf den Nachhaltigkeitsgedanken ausgerichtet sein, was beispielsweise durch unsere ecoFLEX-Strategie zum Ausdruck kommt. Breit gefächerte Nachhaltigkeit anstelle von punktuell gestreuter, dafür steht die Marke Opel; alltagstaugliche, bezahlbare, zukunftsfähige Technologie, das möchten wir unseren Kunden bieten. Entsprechend ist die Verantwortung für die Umwelt bereits in unserer Marken-DNA fest verankert.

Opel-Flottengeschäft 2011

Verkaufte Einheiten Jan.-Okt. 2011	80.493
Prozentuale Veränderung zum Vorjahr	+ 29,8%
Verteilung des Flottengeschäfts in %	
1. Kompakt	36%
2. Small	19%
3. Van	18%
Topseller im Flottengeschäft	1. Astra 2. Insignia 3. Corsa
Flottenrelevante Produktneuheiten in den nächsten 12 Monaten	Zafira Tourer, Combo, Ampera
Anteile Leasing/Kauf in Prozent	80%/20%
Garantiebedingungen	24 Monate
Inspektionsintervalle	30.000 km oder 1 Jahr
Kooperationspartner/Banken	Opel Firmenkunden Leasing (OFL)
Ansprechpartner Key Account Geschäft	Opel Firmenkunden Center Tel. 0180/58010
Internetseite für Flottenkunden	http://www.opel.de/selbststaendige-grosskunden/index.html