

### Ein Tag beim Opel-Flottenzentrum „van Eupen Gruppe“ in Essen Kray

Welche Unternehmen sind das, die für den Fahrzeughersteller im Flottengeschäft draußen an der Front die Fahne hoch halten? Die Geburtswehen der „van Eupen Gruppe“ liegen inzwischen 203 Jahre zurück, die belgischen Brüder van Eupen hatten einmal als Stellmacherei mit der Fertigung von Wagenrädern begonnen (Handelsgerichtliche Eintragung der Firma „Gebr. van Eupen“ 1872). Später war eine Spedition hinzugekommen, die unter anderem Gruben-Pferde für die Zechen im Ruhrgebiet zur Verfügung stellte.

Seit 1927, also nunmehr 80 Jahren, ist die „van Eupen Gruppe“ Opel-Vertragshändler, heute mit insgesamt acht Betrieben im Ruhrgebiet und im Sauerland. Zwei sind in Essen, zwei in Mülheim/Ruhr beheimatet, je ein Standort befindet sich in Gevelsberg, Hagen, Lüdenscheid und Schwelm – ein Riesenladen mit großer Tradition und mehr als 300 Mitarbeitern, der seit Ende 2003 zur Fahrzeug-Werke Lueg AG in Bochum gehört.

Die „van Eupen Gruppe“ ist traditionell stark im Opel-Flottengeschäft. In den letzten beiden Jahren setzte das Unternehmen im bereinigten Flottengeschäft (ohne Autovermietgeschäft) mehr als 2.000 Einheiten ab und war damit 2005 einer der erfolgreichsten Opel-Vertriebspartner in Deutschland und 2006 Zweitplatziertes im entsprechenden Ranking. Ein wichtiges Ziel für 2007 lautet, insbesondere über das Opel-Kleinflotten-Programm das Geschäft noch weiter auszubauen.

„Dieses KFP-Flottengeschäft betreiben wir seit eineinhalb Jahren ebenfalls professionell,“ unterstreicht Jürgen Schroer, Vertriebsleiter Großkun-



# Die beste Zeit,

den im „van Eupen“-Stammbetrieb Essen-Kray, „allerdings sollte auch ein Fahrzeughersteller erkennen, dass es sich hierbei um ein Langzeit-Geschäft handelt. Viele Hersteller suchen gern mit kurzfristigen Maßnahmen den kurzfristigen Erfolg.“

#### Was bedeutet es, Opel-Flottenzentrum zu sein?

„Wir bekommen für den Absatz im Großkundengeschäft seitens Opel eine Stückzahl-Vorgabe, die wir realisieren müssen“, erklärt Jürgen Schroer. „Es bedeutet darüber hinaus, dass wir entsprechende Manpower und Räumlichkeiten vorhalten und den Firmenkunden vor allem auch im Hinblick auf Service und Betreuung ein Optimum bieten müssen. Wie weit das im Einzelfall gehen kann, möchte ich einmal an einem kleinen Beispiel verdeutlichen: Wenn ein Kunde versehentlich ein Fahrzeug in falscher Farbe bestellt hat, dann gehört es zu unserem Selbstverständnis und unserer Souveränität, es anderweitig zu vermark-

ten anstatt darauf zu bestehen, dass der Kunde das Fahrzeug abnimmt.“

In der Betreuung kann sich auch die „van Eupen Gruppe“ auf einen Stab von zertifizierten Flottenspezialisten stützen, speziell geschulte Verkäufer im Außendienst. Der entsprechende einwöchige Lehrgang wird mit dreitägiger Abschluss-Prüfung beendet, in jedem Folgejahr sind vier Ausbildungstage im Programm. „Der Firmenkunde kommt ja nicht in unseren Betrieb und wartet darauf, bis er angesprochen wird“, schildert Marco Biezek, Verkaufsberater Großkunden seinen Wochenablauf. „Er erwartet vielmehr einen festen Ansprechpartner, der ihn regelmäßig besucht. An drei von fünf Tagen sind wir beim Kunden vor Ort. Es geht nicht nur darum, einen Kunden zu gewinnen, das fällt mit der Opel-Produktpalette oft gar nicht schwer. Viel wichtiger ist noch, ihn zu halten.“

Bei der „van Eupen Gruppe“ liegt gegenwärtig der Anteil des Firmenkundengeschäfts bei rund 40 Prozent.

#### van Eupen Gruppe

Das mittelständische Unternehmen „van Eupen Gruppe“ mit Sitz in Essen und 135-jähriger Tradition ist seit 1927 Opel-Vertragshändler und gehört zu den führenden Opel-Flottenzentren in Deutschland. Heute ist die „van Eupen Gruppe“ mit über 300 Mitarbeitern an acht Standorten im Ruhrgebiet und im Sauerland präsent. Seit Ende 2003 gehört der Großhändler zur Fahrzeug-Werke LUEG AG mit Sitz in Bochum. Van Eupen bietet als modernes Mobilitätsunternehmen alles rund ums Auto an, beginnend mit der Versicherungsleistung, dem Geschäfts- und Privatleasing, der Finanzierung, dem klassischen Service, der Lackiererei und den Karosseriearbeiten bis hin zum Sachverständigengutachten.



da im Kopf. „Deshalb haben wir heute Vorteile bei jüngeren Kunden“, ergänzt Ralf Sporea, Stellvertreter Vertriebsleiter Großkunden. „Man darf aber auch nicht vergessen, es dauert etwa sieben Jahre, bis die schon lange ausgezeichnete Produktqualität draußen auch gefühlt wird.“

Inzwischen könne Opel auch von der Modell-Palette her wieder aus dem Vollen schöpfen. „Das war keine leichte Zeit für uns, nachdem sich die Rüsselsheimer vor etwas mehr als 20 Jahren vom berühmten Opel Blitz und damit vom Nutzfahrzeuggeschäft verabschiedet hatten“, erinnert sich Jürgen Schroer. „Tabakgroßhändler, Installateure, Kioskbesitzer, sie alle fuhren ja den Blitz. Wir sind sehr froh, dass wir hier mit der Opel-Nutzfahrzeugpalette, z.B. dem Vivaro, wieder hervorragend aufgestellt sind und die Kunden zurückgewinnen. Im übrigen hat Carl-Peter Forster dankenswerterweise auch noch den Opel Vectra Caravan in Auftrag gegeben, den wir im Firmenkundengeschäft ebenfalls dringend gebraucht haben.“

Im Transporter-Segment sei schon eine starke Konkurrenz mit deutlicher Auseinandersetzung zu spüren, weil der Opel Vivaro in wesentlichen Bauteilen und Aggregaten mit zwei Konkurrenten des Wettbewerbs identisch sei. Hier würde die Schlacht auch immer wieder gegen Dumpingpreise gewonnen, weil letztlich die weitaus höhere Netzdichte der Opel-Vertragswerkstätten und der qualitativ bessere Opel-Service den Ausschlag gäben. „Im übrigen bin ich der Auffassung,“ prophezeit Jürgen Schroer, „dass der Wettbewerb hier teilweise stark



# die wir je hatten

„Sehr viel höher sollte dieser Anteil nicht sein“, weiß Jürgen Schroer, „sonst funktioniert hernach die Abwicklung des Detailgeschäftes nicht mehr zufriedenstellend. Wenn allerdings ein Flottenzentrum wirklich gut funktioniert, lassen sich auch einmal weniger gute Zeiten durchstehen.“

**Herausforderung Flottengeschäft:  
Der Opel-Händler wittert Morgenluft**

„So viel ist sicher, in punkto Qualität der Opel-Produkte erleben wir die beste Zeit seit Jahren“, vergleicht Jürgen Schroer. „Das bestätigen uns auch die Fuhrparkbetreiber, die noch den entsprechenden Überblick haben. Hier hat sicher das Wirken des ehemaligen Opel-Vorstandsvorsitzenden Carl-Peter Forster die Wende gebracht, jetzt strahlt der Blitz wieder.“

Vereinzelt treffe er noch auf Kunden, die sich an Wasserpumpenschäden von vor 20 Jahren erinnern könnten, so lange bliebe das eben hier und

*Guido Christianowitz (van Eupen, li.) und Andreas Dickmann (Océ Deutschland): „Sorgen, wenn sich der Kunde vier Wochen nicht meldet“ (ganz o.)*

*Jürgen Schroer und Ralf Sporea (beide van Eupen, v.l.): „Der Firmenkunde erwartet feste Ansprechpartner“ (o.)*

*Das van Eupen-„Flaggschiff“ in Essen-Kray: „Großzügige Räumlichkeiten und Stellflächen“ (Mitte)*

*Andreas Dickmann (Océ Deutschland, li.), Erich Kahnt (FM): „Dienstwagenflotte mit hohem User Chooser-Anteil und stark Opel-lastig“ u.)*

*Werkstatt im „Flaggschiff“: „Der qualitativ bessere Opel-Service gibt den Ausschlag“ (ganz u.)*





Guido Christianowitz, Marco Biezek, Ralf Sporea, Martina Glufke, Jürgen Schroer (v.l.): „Wir sind sehr froh, dass wir mit dem Opel Vivaro im Nutzfahrzeuggeschäft wieder hervorragend aufgestellt sind.“ (li.)

Jürgen Schroer: „Wir können uns auch über stetig anwachsende Kontingente in User Chooser-Fuhrparks freuen.“ (darunter)

24 Stunden-Auslieferungsdienst: „...in der vom Kunden gewünschten Beklebung.“ (Mitte)

Andreas Dickmann (Océ Deutschland, li.), Kfz-Meister Andreas Daube: „Hier können wir nahezu alle Sonderwünsche leisten“ (u.)

Andreas Dickmann, Fuhrparkverantwortlicher bei Océ Deutschland: „Wir spüren die Opel-Premium-Qualität schon beim Zuschlagen der Türen.“ (ganz u.)



subventioniert auffährt und sich deren Margen auf Dauer nicht darstellen lassen werden.“

#### Wer ist beispielsweise Großkunde der „van Eupen Gruppe“?

„Wir genießen heute zunächst einmal grundsätzlich überall dort Vorteile, wo der Kunde bestimmt, was gefahren wird“, gibt Jürgen Schroer Einblick und nennt beispielsweise die in Mülheim/Ruhr beheimatete Océ Deutschland GmbH, einen führenden Anbieter von Lösungen für großformatigen Digitaldruck und Business-Dokumente, in deren Fuhrpark Opel mit nahezu 50 Prozent vertreten sei, vor allem verteilt auf die Baureihen Signum, Vectra und Zafira. Wir können uns aber auch über stetig wachsende Kontingente bei Flottenbetreibern freuen, in denen User Chooser die Fahrzeugauswahl stärker mitbestimmen.



„Unsere Dienstwagenflotte mit hohem User Chooser-Anteil ist stark Opel-lastig, und das ist gut so“, beschreibt Andreas Dickmann, Fuhrparkverantwortlicher bei Océ Deutschland. „Dabei setzen wir nirgendwo 08/15-Fahrzeuge ein. Auch die Opel Zafira-Modelle für unsere Service-Techniker verfügen über eine höherwertige Ausstattung. Wenn heute so gern über Premiumfahrzeuge oder gar Premiummarken gesprochen wird, wird kaum die Marke Opel genannt. Aber, was heißt schon ‚Premium‘? Wir spüren bei einem Opel Vectra oder Opel Signum die Premium-Qualität der Verarbeitung bereits beim Zuschlagen der Türen.“



Dickmann gibt Einblick in die Grundzüge der Car Policy. Da Océ Deutschland zu einem niederländischen Konzern mit weltweit rund 6.000 Fahrzeugen gehöre, sei der international grobe Rahmen von dort vorgegeben, die Auswahl bestimmter Fahrzeughersteller immer jeweils für drei Jahre festgeschrieben. Zu den entscheidenden Auswahlkriterien, die über Jahre entwickelt wurden, gehörten momentan:

- Total cost of ownership (TCO)
- In Deutschland muss im Fuhrpark wenigstens eine der sogenannten Premiummarken enthalten sein, um auch die Verbundenheit zum Standort Deutschland mit zu unterstreichen



- Da der technische Dienst immer wieder auch viele Materialien einsetze, sei insbesondere der Fuhrpark-Anteil an Kombis und Kompakt-Vans relativ hoch
- Je Fahrzeugklasse sind ein Referenzfahrzeug und eine Referenzrate definiert
- Upgrading, also eine Klasse höher fahren, ist generell möglich durch Zuzahlung zur Referenzrate
- Grundsätzlich sind Cabrios und Coupés ausgeschlossen, da hier Schwierigkeiten in der Wiedervermarktung gesehen werden

Océ Deutschland ist mit der Betreuung durch die „van Eupen Gruppe“ hoch zufrieden. „Wir sehen als Kunde sehr gern, dass van Eupen den Weg zu uns unaufgefordert sucht“, bestätigt Andreas Dickmann.

#### Das „Flaggschiff“

Die ganze logistische Abwicklung für die acht Betriebe der „van Eupen Gruppe“ wird im „Flaggschiff“ des Unternehmens, dem Stützpunkt in Essen Kray mit rund 500 Metern Straßenfront, gesteuert. „Über einen ehemaligen Mitarbeiter unseres Unternehmens, die Firma Stratmann, stellen wir hier insbesondere auch einen sehr sachverständigen Auslieferungsdienst zur Verfügung“, verweist Jürgen Schroer stolz, „der bei Bedarf sogar die Home Offices der User Chooser ansteuert.“

Gerade in Essen-Kray können Jürgen Schroer und seine Kollegen aus dem Vollen schöpfen. Hier kann alles dargestellt werden, was ein Flottenzentrum ausmacht, angefangen bei großzügigen Räumlichkeiten und Stellflächen zur Bevorratung von 500 bis 700 Bestandsfahrzeugen für Spitzenzeiten bis hin zur Auslieferung der Firmenfahrzeuge in der vom Kunden gewünschten Beklebung. „Hier können wir nahezu alle Sonderwünsche leisten, wie beispielsweise auch ein Dutzend Telefonnachrüstungen pro Tag“, schildert Schroer.

### Opel Flottenzentren

Anzahl Opel Flottenzentren in Deutschland mit zertifizierten Flottenverkaufsberatern in Deutschland: 160

17 Key Account Manager bundesweit

Leistungen für Großkunden mit gültigem Lieferabkommen & deren Bezugsberechtigte:

- Attraktive Konditionen, - Exklusive Zusatzangebote
- Spezielle Serviceleistungen, - Individuelle Betreuung

Internetseite für Firmenkunden:

[www.flottenloesungen.de](http://www.flottenloesungen.de)