Grund zum Optimismus

Bei BMW läuft es im Flottengeschäft nicht nur wegen des neuen, ab 18. September auch als Touring erhältlichen 5ers ausgezeichnet. Gespräch mit Christoph von Tschirschnitz, Leiter Vertrieb Direktabnehmer und Flottengeschäft, sowie Michael Jansen, Leiter Vertrieb an Großkunden, Autovermieter und Sonderkunden.

Af: Bislang konnten Kunden bereits ab einer jährlichen Abnahmemenge von fünf BMW oder Mini ein Großkundenabkommen abschließen. Jetzt sind es zehn Fahrzeuge. Was hat Sie zu dieser Verdoppelung veranlasst?

Jansen: Wir haben uns im Sinne der Kundenorientierung und der spezifischen Betreuungsbedarfe unserer Kunden organisatorisch noch besser aufgestellt und die Betreuung sowie das Vertragsmanagement kundengruppenspezifisch neu geregelt. Zunächst einmal: Alle Firmenkunden – ob die Kleineren oder die Großen – werden von uns sehr gerne und individuell betreut und wir schließen mit allen Firmenkunden Verträge zur Ausstattung von deren Fuhrparks mit BMW- und Mini-Automobilen. Individuelle Betreuungskonzepte verbessern nach meinen Erfahrungen signifikant die Kundenzufriedenheit. Die großen Kunden mit zehn und mehr Fahrzeugen und häufig bundesweit, manchmal europaweit, verteilten Nutzern werden durch unsere bundesweit agierenden Key-Account-Manager im Großkundengeschäft betreut. Alle übrigen Fuhrparks werden durch unser sehr attraktives Betreuungs- und Vertragskonzept „Business Kunden" bei allen BMW- und Mini-Vertragshändlern „vor Ort" mit individuell auf deren unternehmerische Bedürfnisse zugeschnittenen Angeboten betreut.

Af: Wie ist der neue 5er bislang im Markt angenommen worden?

Jansen: Wir sind mit der Limousine im März gestartet. Die Kunden sind begeistert, die Akzeptanz und Resonanz kundenseitig und presseseitig hervorragend. So lange ich bei BMW bin, habe ich

noch nie so viele Komplimente über eines unserer neuen Autos gehört. Nun hat traditionell der Touring im Großkundengeschäft den höheren Anteil. Der 5er Touring wird ab September ausgeliefert. Übrigens künftig auch mit Allrad. Wir sind also sehr glücklich über diesen tollen Start des neuen 5ers bei den Kunden sowie die herausragend positiven Stimmen der Presse.

Af: Wie hoch war der Touring-Anteil beim alten 5er und wie hoch wird er beim neuen sein?
Jansen: Der Anteil lag bei gut zwei Drittel und daran wird sich auch beim neuen Modell unserer Einschätzung nach nichts ändern. Die Anfragen und der bisherige Bestelleingang untermauern dies.

Af: Wie lief der „Abverkauf" des alten 5er Touring?
von Tschirschnitz: Absolut problemlos. Wir sind am Ende sogar etwas in Sorge gewesen, die hohe Kundennachfrage speziell nach dem bisherigen 5er Touring auf den letzten Metern voll bedienen zu können. So war unsere Produktion bis zum letzten Automobil noch sehr gefordert. Wir freuen uns über das Kompliment an den nun alten 5er und sehen das als einen weiteren positiven Indikator für die 5er-Baureihe von BMW.

Af: Wie schaut das Verhältnis Diesel zu Benziner bei der 5er Limousine aus?
Jansen: Wie nicht anders zu erwarten etwa 90 zu zehn.

Af: Welchen Anteil wird der seit Ende Juni verfügbare Vierzylinder, sprich der 520d in der Dieselrange haben?
Jansen: Der neue 2,0-Liter-Diesel mit 184 PS im neuen 5er ist eine Wucht. Bei der Limousine beträgt der Verbrauch im Drittelmix nur 4,9 Liter, der CO_2-Ausstoß lediglich 129 g/km. Das ist ein hervorragendes Angebot für CO_2-sensible Fuhrparks, für „Total-Cost-of-Ownership"(TCO)-orientierte Fuhrparkmanager und Nutzer, die bei hoher Sparsamkeit ungetrübte Fahrfreude haben wollen. Deshalb gehen wir von einem Anteil von knapp über 50 Prozent aus.

Af: Den 530d gibt es optional als Euro-6-konformen BluePerformance. Wie häufig wird diese Option nachgefragt?
von Tschirschnitz: Die Nachfrage ist bislang eher verhalten. Wir sehen zwei Gründe für diese Situation: Die normalen Motorisierungen mit der serienmäßigen Ausstattung „BMW EfficientDynamics" – und speziell der von Michael Jansen gerade angesprochene 520d – sind dermaßen effizient, dass weder Fuhrparkmanager noch Nutzer den dringenden Bedarf nach einer zusätzlichen Reinigung des Abgases mit dem NO_x-Speicherkat sehen. Und das bringt mich zum zweiten Grund: Das Verhältnis der Mehrkosten für die Ausstattung BluePerformance zur zusätzlichen CO_2-Reduzierung wird in den meisten TCO-getriebenen Fuhrparks nicht so hoch eingeschätzt, dass diese bereit sind, weitere 1.000 Euro dafür auszugeben. Und die User-Chooser mit überschüssigem Budget investieren dann doch lieber in Komfortextras oder größere Räder.

Perfekt zusammengestellt: die beiden Großkundenpakete für den neuen 5er.

Af: Mit dem 550ix gibt es die 5er Limousine jetzt auch mit Allradantrieb. Wird der 5er Touring folgen?
Jansen: Klar. Das ist nur eine Frage der Zeit. xDrive kommt bei Limousine und Touring für mehrere Motorvarianten. Die jetzt bestellbare 550ix Limousine ist ein sehr attraktiver Auftakt.

Af: Wird es vom neuen 5er wie beim Vorgänger wieder eine leistungsreduzierte Edition-Fleet-Variante geben?
von Tschirschnitz: Entsprechende Anfragen gab und gibt es. Wir haben uns dennoch dazu entschieden, ein solches Modell bis auf Weiteres nicht mehr anzubieten. Warum? Eine Leistungsreduzierung brächte beim neuen 520d weder beim CO_2-Ausstoß noch beim Verbrauch bessere Werte gegenüber der in diesen beiden Disziplinen hervorragenden Ausgangsbasis. Eine Leistungsreduzierung hätte also weder finanzielle (Verbrauch) noch ökologische (CO_2) Effekte. Gleichzeitig handeln sich Fuhrparks und deren Leasingesellschaften Risiken bei der Vermarktung eines leistungsreduzierten Modells im Gebrauchtwagenmarkt am Ende der Leasinglaufzeit ein. Zudem sehen wir bei vielen Fuhrpark-Policys den Abschied von technisch überkommenen Spielregeln wie PS/kW- oder Zylinder-Grenzen. Die modernisierten Fuhrpark-Policys konzentrieren sich auf die ökonomisch und ökologisch relevanten Faktoren TCO und CO_2; Letzteres sogar häufig pro Geschäftsjahr dynamisch mit einem gleitenden Durchschnittswert „CO_2" definiert. Die Kür der modernen Fuhrpark-Policy ist dann die Kombination mit Bonus-Malus-Anreizen für Nutzer, die über oder unter der CO_2-Grenze sind. Ein einfach zu steuerndes System, bei dem der Nutzer klare monetäre Anreize zu einer unternehmensseitig gewollten Fuhrparkstruktur hat. Also eine echt marktwirtschaftliche Lösung, die Frustrationen beim Nutzer vermeidet und dem Fuhrparkmanagement klare, messbare und flexibel anpassbare Stellhebel anheimgibt. Stehen die TCO und CO_2-Grenzen, spielt es keine Rolle, aus wie viel Zylindern eine Antriebsleistung kommt. Aus diesen beiden Gründen verzichten wir auf ein leistungsreduziertes Fleetmodell beim 520d.

Af: Gibt es für Großkunden für den neuen 5er Touring von Beginn an spezielle Ausstattungspakete?
Jansen: Die BMW-Großkundenpakete erfreuen sich dank eines erheblichen finanziellen Vorteils beim Einkauf des Automobils sehr großer Beliebtheit bei Nutzern und Fuhrparkmanagern. Deshalb bieten wir mit dem Basic Package und Business Package für den neuen 5er Touring von Beginn an zwei interessante und miteinander kombinierbare Pakete an. Durch sie erhalten Großkunden einen großen Teil der am häufigsten nachgefragten Extras mit einem Preisvorteil von bis zu 31,7 Prozent. Zudem sind das Panoramaglasdach und zwei Lederausstattungen in Kombination mit einem der beiden Großkundenpakete preislich besonders attraktiv.

Af: Das optionale Angebot an innovativen Fahrerassistenzsystemen und Fahrwerkskomponenten ist bei der 5er-Reihe sehr umfangreich. Wie werden diese Angebote von Großkunden wahrgenommen?
Jansen: Wir bieten mit den innovativen Angeboten an Fahrerassistenzsystemen Nutzern und deren Arbeitgebern zusätzliche Sicherheit beim Fahren an. Die Investitionsfreude in diesen beiden Bereichen hängt stark vom zur Verfügung stehenden Budget, den Vorgaben der Car Policy und den persönlichen Präferenzen des User Choosers ab. Und: je „größer"

das Auto ausfällt, desto höher sind die diesbezüglichen Einbauraten. Vergleichsweise günstige Features wie die Speed Limit Info erfreuen sich bereits auf breiter Front großer Beliebtheit.

von Tschirschnitz: Unser diesbezügliches Angebot ist in der Tat äußerst umfangreich und beweist die hohe technische Kompetenz und Innovationsbereitschaft von BMW. Insbesondere die Fahrerassistenzsysteme, welche die Sicherheit nochmals deutlich erhöhen, werden mehr und mehr nachgefragt. Allerdings besteht aufgrund der zum Teil komplexen Technologien Auf- und Erklärungsbedarf, den unsere Großkunden-Stützpunkthändler für die Nutzer gerne erbringen. Manche Ausstattung muss man einfach erst live erleben und persönlich erfahren. Denken Sie an das Headup-Display, das BMW erfunden hat: Der Fahrer hat in der Windschutzscheibe wichtige Informationen wie Geschwindigkeit, Navigationshinweise und das aktuelle auf dem Straßenabschnitt geltende Geschwindigkeitslimit. Der Vorteil: Alle relevanten Informationen sind so im Sichtbereich des Fahrers, dass er seinen Blick nicht von der Straße nehmen muss. Das sind Innovationen mit einem sehr konkreten Nutzen für den Fahrer.

Af: Wie würden Sie die neue 5er Reihe beschreiben?

Jansen: Dynamik in seiner schönsten Form und ein Auto, das auch sonst in jeder Beziehung eine Menge zu bieten hat.

von Tschirschnitz: Der neue 5er, egal ob Limousine oder Touring besticht nicht nur mit einem fantastischen Fahrverhalten, sondern ist auch optisch bestens gelungen. Man steht jeden Morgen davor und denkt sich: Ja – du hast die richtige Entscheidung getroffen! Das Auto macht einfach extrem viel Freude und entspricht dem Wunsch vieler Unternehmen, dem Mitarbeiter ein Auto zur Verfügung zu stellen, das Freude am Fahren garantiert, motiviert und somit das tägliche Arbeitsleben positiv begleitet. Trotz aller rationalen TCO- und CO_2-Diskussionen ist und bleibt – vor allem in diesem Fahrzeugsegment – ein Dienstwagen ein hoch emotionaler Teil des (Arbeits-)Lebens. Das bestätigen mir Fuhrparkleiter jede Woche aufs Neue.

Af: Welche Politik verfolgen Sie beim neuen 5er Touring in Sachen Runflat-Bereifung?

„Nicht nur das Auto, sondern auch die Betreuung der Nutzer muss Premium sein."

Michael Jansen

von Tschirschnitz: Analog zur Limousine, den 550i ausgenommen, rollen alle 5er Touring mit normalen Reifen aus unseren Werken. Dazu gibt es serienmäßig ein Mobility Set für die sehr seltene Reifenpanne. Wer will, bekommt jedoch selbstverständlich gegen Aufpreis Reifen mit Notlaufeigenschaften – die sogenannten Runflats. Alle größeren Rad-Reifen-Kombinationen ab 18 Zoll bei allen 5er Modellen verfügen ab Werk über eine Runflat-Bereifung.

Af: Speziell im 5er-Segment geht es derzeit im GK-Bereich preislich „ziemlich heiß" her. Werden respektive müssen Sie hier mitspielen?

von Tschirschnitz: Auch das Großkundengeschäft ist keine Geschäftsaktivität, in der ein Automobilhersteller Geld mitbringen sollte, um Autos zu verkaufen. Manche Hersteller müssen oder wollen aber offensichtlich auch im Premiumsegment ihre Fahrzeuge mit ungewöhnlich hohen Rabatten verkaufen. Das rächt sich natürlich bei den Restwerten und führt bei diesen Herstellern und deren Kunden früher oder später zu Belastungen der Leasingraten durch die niedrigen Restwerte. Es besteht die sehr greifbare Gefahr eines Strohfeuers, dessen Rechnung am Ende der Leasingkunde bezahlen muss. Wir stehen auch hier zum BMW-Prinzip einer nachhaltigen Entwicklung mit hoher Produktsubstanz, die auf Erhalt der Werte, insbesondere der Restwerte, setzt. Und: Wir sind derzeit in der glücklichen Lage, in diesem Segment über die jüngste Modellpalette und ausgesprochen attraktive Produkte zu verfügen. Aus diesem Grund müssen und werden wir keine äußerst aggressiven Angebote machen. Ich denke, es ist ein faires Geschäftsprinzip zu sagen, dass eine hohe Substanz auch einen gewissen Preis hat. Natürlich muss dieser wettbewerbsfähig sein. Doch unsere aktuellen Erfahrungen beim neuen Fünfer zeigen, dass unsere Kunden bereit sind, für ein erstklassiges Produkt und einen reellen Gegenwert auch einen angemessenen Preis zu bezahlen.

Af: Wie schätzen Sie die aktuelle Situation auf dem Flottenmarkt und die Perspektiven von BMW ein?

Jansen: Der Flottenmarkt hat sich gegenüber dem Vorjahr deutlich erholt und dürfte bis zum Jahresende weiter an Fahrt aufnehmen. Bei vielen Unternehmen laufen derzeit im letzten Jahr verlängerte Leasingverträge aus. Da ist ein neues Modell wie der 5er Touring natürlich ein echter Trumpf. Ich gehe davon aus, dass wir insgesamt ein sehr erfolgreiches Jahr haben werden.

Af: Welche Bedeutung hat der Leasinggeber Alphabet für Sie?

Jansen: Grundsätzlich ist Alphabet eine Leasinggesellschaft wie jede andere auch. Selbstverständlich versuchen wir zusammen gezielt kundenspezifische Angebote zu erstellen, doch gerade was das Thema Konditionen angeht, behandeln wir Alphabet wie jede andere Leasinggesellschaft.

von Tschirschnitz: Alphabet muss sich Tag für Tag auf dem Markt aufs Neue beweisen und im Wettbewerb bewähren. Dafür sorgen schon die sehr professionell agierenden Einkäufer und Flottenmanager unserer Kunden. Zudem muss Alphabet als Gesellschaft in der BMW Group die gleichen unternehmerischen Ziele erfüllen. Meiner Meinung nach macht Alphabet einen tollen Job, wenn ich die bisherigen im harten Wettbewerb erzielten Erfolge sehe sowie die Rückmeldungen und das Feedback der Fuhrparkmanager höre.

Af: Gehört freien oder herstellergebundenen Leasinggesellschaften die Zukunft?
Jansen: Ich bin der Überzeugung, dass im Segment der großen Flotten die Bedeutung der sogenannten Captives weiter zunehmen wird. Die Non-Captives suchen sich zunehmend den Markt in den kleineren und mittleren Flotten.

Af: Wie schlägt sich der X1 im Großkundengeschäft?
Jansen: Mit dem X1 sind wir in Flotten ausgezeichnet unterwegs. Auch wenn erfreulich deutlich mehr xDrive- als sDrive-Varianten verkauft werden, ist unser Plan, ihn vor allem in Verbindung mit Heckantrieb als eine tolle Alternative zu unseren Touring-Modellen zu vermarkten, voll aufgegangen.
von Tschirschnitz: Die verschiedenen klassischen Automobil-Segmente verschmelzen. Der X1 ist ein sehr erfolgreicher Vertreter eines kleineren SAVs im Premiumsegment, der erstmals als S-Modell bei BMW auch mit reinem Hinterradantrieb angeboten wird. Der X1 wird auch im Fuhrparkgeschäft hervorragend angenommen. Und das obwohl – oder gerade weil – er ein attraktiver Repräsentant der neuen Generation von SAVs ist. Und sein Erfolg ist Paradebeispiel dafür, dass die Fuhrpark-Policys in vielen Fuhrparks immer liberaler werden. Deren Fokus liegt in erster Linie auf den TCO und dem CO_2-Ausstoß. Wie die Hülle und das Konzept darüber ausschauen, tritt in den Fuhrpark-Policys zunehmend in den Hintergrund.

Af: Wie viel Freude macht Ihnen Mini im Großkundengeschäft?
von Tschirschnitz: Mini ist vom Image her eine sehr positiv belegte Marke, im Großkundengeschäft jedoch ist Mini bislang unterrepräsentiert. Das Interesse ist grundsätzlich da, doch viele Geschäfte sind bis dato aus funktionalen Gesichtspunkten (Innenraumgröße) gescheitert. Die Markteinführung des größeren und auch mit Allradantrieb erhältlichen Countryman stimmt uns allerdings, was das Mini-Großkundengeschäft betrifft, sehr optimistisch. Sein Größe und die vier Türen machen die Marke zukünftig für völlig neue Zielgruppen im Fuhrparkbereich interessant.

Af: Und wie schaut es denn mit dem 5er GT aus?

„Der Countryman macht Mini für neue Zielgruppen im Fuhrparkbereich interessant."
Christoph von Tschirschnitz

von Tschirschnitz: Ganz hervorragend! Wir sind mit der Nachfrage unserer Großkunden äußerst zufrieden. Das Auto und das Konzept passen hervorragend in die Zeit und bieten bei Fahrwerk und Interieur-Qualität Oberklasse-Top-Niveau. Das ist sehr interessant für alle Nutzer, die ihr Automobil aus den unterschiedlichsten Gründen etwas dezenter ausfallen lassen wollen. Der seit Kurzem für vier Motorvarianten verfügbare Allradantrieb dürfte für zusätzlichen Schub sorgen. Ganz nebenbei ist der 5er GT übrigens ein tolles Familienauto. Das kann ich aus den gemachten Erfahrungen mit meinen Kindern bestätigen. Denken Sie nur an das auch im Fond tolle Raumangebot, die durch die erhöhte hintere Sitzposition gute Rundumsicht oder die beiden Bildschirme für TV und externen DVD-Anschluss. Da bedeutet Reisen auch mit der Familie viel Freude.

Af: Ist im GK-Bereich ein Trend zum Downsizing feststellbar?
Jansen: Seit geraumer Zeit ist sicherlich ein gewisser Trend feststellbar. So ist beispielsweise der neue 5er GT für viele bisherige 7er-Kunden eine echte Option und beim 3er Touring hat der 320d durch den 318d starke Konkurrenz bekommen.

Af: Was hat BMW im Großkundenbereich vor?
von Tschirschnitz: Wir wollen in allen Fuhrpark-Größenklassen mit dem Rückenwind aus dem jüngsten und attraktivsten Modellprogramm im Premiumsegment weiter wachsen. Dazu werden wir unsere Modell- und Dienstleistungspalette konsequent und zielgerichtet auf die verschiedenen Kundengruppen ausbauen. Das Fuhrparkmanagement verändert sich derzeit stark. Bedingt durch einen Generationswechsel, dem anhaltenden Trend zum Outsourcing und dem Einsatz moderner Analyse-Instrumente wird es immer professioneller. Wer als Hersteller schlüssige, intelligente und ressourcenschonende Angebote bei der Betreuung und Steuerung eines Fuhrparks machen kann, hat einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Hier ist natürlich die Tatsache, entsprechend spezialisierte und markenübergreifend arbeitende Dienstleister in der BMW Group zu haben – wie Alphabet oder fleetlevel+ – sicherlich kein Nachteil.

Die Unternehmen wiederum haben durch unsere Automobil- und vor allem Dienstleistungsangebote die Möglichkeit einer weiteren Professionalisierung des Fuhrparkmanagements. Effizienzgewinne daraus sowie die fortschreitende TCO-/CO_2-basierte Modernisierung sowie Liberalisierung der Fuhrparkordnungen schaffen große Potenziale für einen attraktiven Fuhrpark aus User-Chooser-Sicht. Das ist dann die personalpolitische Dimension: Denn damit trägt der Fuhrpark auch einen Teil zur Steigerung der Arbeitgeber-Attraktivität im Wettbewerb um die besten Mitarbeiter bei.
Jansen: Ein wichtiger Baustein für die Zukunft ist auch die im Frühjahr ausgerollte sogenannte dezentrale Nutzerbetreuung. Sie beschäftigt sich mit der Betreuung der häufig in ganz Deutschland verteilt sitzenden Nutzer eines Fuhrparks. Denn als Anbieter von Premiumautomobilen muss auch die Betreuung der Nutzer Premium sein. Das kann natürlich nicht nur am Standort des Fuhrparkmanagements respektive Unternehmenssitzes gelten, sondern muss an jedem Punkt Deutschlands, an dem sich Nutzer dieses Fuhrparks befinden, gewährleistet sein.

Das ist unser Anspruch an uns selbst – und wir lassen uns daran jeden Tag von unseren Kunden messen!

INTERVIEW: A. DÜNKELMEYER Af