

Bleiben wir in engem Kontakt

Ein Treffen mit Ralf Weichselbaum ist immer ein Stück weit ein Blick zurück aufs Großkundengeschäft der letzten zwei Dekaden. Interessanter sind seine Einschätzungen zur Zukunft, die er Autoflotte verriet.



Fotos: VW (1), Michael Blumenstein/Autoflotte

Ralf Weichselbaum im Gespräch mit Rocco Swantusch in Frankfurt

Ralf Weichselbaum begrüßt uns Mitte Juni im Audi-Zentrum Frankfurt mit dem Hinweis, dass er mittlerweile dienstältester Großkundenleiter in der Branche ist – nachdem sein Pendant bei VW Nutzfahrzeuge, Klaus Feike, 2019 nach 19 Jahren in den Ruhestand ging. Solche Karrieren gibt es also noch im hektischen Vertriebsgeschäft.

Weichselbaum verantwortete zwischen 2007 und 2019 das Großkundengeschäft bei Audi und wechselte dann zu VW Pkw. Sein Titel lautet nun „Leiter Vertrieb an Key Accounts und Sonderzielgruppen“ bei Volkswagen Leasing, der deutschen Tochtergesellschaft der Volkswagen Financial Services AG (VWFS). Wenn man den 51-Jährigen fragt, was die wichtigste Tugend ist, um so lange erfolgreich sein zu können, dann lautet seine Antwort schlicht: Bleiben Sie stets in engem Kontakt zu den Fuhrparkbetreibern und ihren Autohändlern. Diese Tugend wird momentan von jedem Verantwortlichen in der Autobranche verlangt, denn mit dem Wandel der Antriebsart wandeln sich auch die Be-

ziehungen zwischen Hersteller und Kunden. Bei VWFS entstanden deshalb drei Säulen, die ab Juli 2022 den Vertrieb tragen sollen – und das nicht nur in Deutschland, sondern europaweit.

Digital – Händler – Großkunden

Neben dem Fokus auf das digitale Direktgeschäft der VW-Marken gehören zu dieser Matrix die klassischen Händler als Ansprechpartner für kleine und mittlere Fuhrparks sowie Privatkunden und Small Commercial. Die dritte Säule ist der Bereich von Weichselbaum mit den „großen“ Großkunden – den Key Accounts. Hier sind jene Flottenbetreiber subsumiert, die auf eine der beiden höchsten Mengenrabattstufen für die Konzernprodukte zugreifen können. Hinzu kommen die Sonderzielgruppen wie Vermieter, Behörden, KEP und die karitativen Flotten.

Das Ziel hinter der Neuorganisation lautet, in Europa die Nummer eins unter den Flotten- und Mobilitätsanbietern zu wer-

den. Beim Kerngeschäft, dem Leasing von Pkw, hat man laut Weichselbaum in Deutschland, Polen und Tschechien eine sehr starke Marktposition. Als Mobilitätstreiber braucht es allerdings Effizienz und Geschwindigkeit. Beides soll die neue Struktur bringen. An beidem wird auch der Flottenkunde nichts auszusetzen haben, da ein Gros der Produktpalette auf Pkw-Seite (VW, Audi, Škoda, Seat & Cupra) sowie auf Seiten der leichten Nutzfahrzeuge mit den jeweiligen E-Modellen in der aktuellen Situation vielen Kunden eine Menge Geld abverlangt. Weder am Chipmangel noch an den gestörten Liefer- und Produktionsketten, die diese Situation ausgelöst haben, können VW Leasing oder Weichselbaum etwas ändern. Aber gemeinsam mit dem Handel lässt sich die Kundenzufriedenheit und damit die Loyalität hochhalten und das scheint mit vielen Einzelmaßnahmen, wie z.B. kulanten Regelungen zur Vertragszeitüberschreitung, zu klappen. Trotz dessen, dass die Konzernmodelle aus dem gemeinsamen Elektrobaukasten (MEB) entstammen, pflegen sie weiterhin eigene Identitäten mit Angeboten etwa fürs obere Management, für anspruchsvol-

Der VW ID. Buzz ist das jüngste VW Konzern-Produkt, das auf dem MEB aufbaut



le User Chooser oder den preissensiblen Dienstwagennutzer, aber auch für weiße Flotten, so dass trotz der Lieferprobleme ein Audi-Kunde nicht eben Mal zum Seat greift, wie Wechselbaum ausführt. Auf der anderen Seite beobachtet er seit einigen Jahren den Trend zu paneuropäischen Flotten, die europaweit gemanagt werden müssen, was oftmals leichter klingt, als es operativ umgesetzt werden kann. Auch hier werde die neue Organisationsstruktur helfen, da europaweit agierende Flottenkunden nun auch länderübergreifend besser betreut werden können.

Längst keinen Trend, sondern das Tagesgeschäft bildet der Wechsel vom Verbrenner zum Stromer. Hierbei unterstützt Elli die Privat- wie Flottenkunden. Das VW-eigene E-Mobilitäts-Startup unterstützt bei der Beratung und der Installation von Ladeinfrastruktur – zuhause und in der Firma und greift dabei auch mal auf externe Profis wie The Mobility House zurück. Besonders wichtig für Kunden sei im Flottenalltag die genaue Trennung der Tarife und Nutzergruppen zwischen privater und gewerblicher Nutzung. Das sei alles kein Problem mit der aktuellen Hardware von Elli.

Leasingzeit: 30 bis 40 Monate

Fürs Unterwegsladen heißt die VWFS-eigene Lösung: Logpay. Das 2017 übernommene Unternehmen bietet mit der „Charge & Fuel Card“ ein dreistufiges Tarifmodell mit europäischer Abdeckung. Verbrennerkun-

den können mittlerweile an einigen Tankstellen direkt aus der App heraus ihre Rechnung begleichen.

Auch wenn sich das Bezahlverhalten ändert, bleibt bei der Finanzierung der Gewerbefuhrparks das Leasing das Maß aller Dinge, wie Wechselbaum bestätigt und auf einen aktuell rund 80-prozentigen Anteil der VW Finanzdienstleistungen innerhalb des deutschlandweiten Großkundengeschäfts verweist. Gestützt wird dies durch die E-Modelle, die zum Großteil im Leasing angeboten werden, was laut Wechselbaum dem Flottenkunden hilft, die Innovationsschübe der noch recht jungen E-Technik mitzunehmen, wenn sich die Stromer binnen drei oder vier Jahren weiter verbessern. Das passiert aus seiner Sicht weniger bei der Speicher- als bei der Ladetechnik. „Auch durch die politische Weichenstellung ist es nun möglich, dass Sie Ihr Auto – sofern es die Ladetechnik erlaubt – mit über 200 Kilowatt Leistung laden können. Das war vor einigen Jahren noch undenkbar. Hier liegt momentan die größte Innovation.“ Den nächsten Schritt sieht Wechselbaum bei den Batterien. In Salzgitter wird die Einheitszelle für die Konzernfahrzeuge gefertigt, was mittelfristig Skaleneffekte erzeugen soll und wiederum den Preis für die Traktionsbatterie drückt, so das Kalkül. Statt der heutigen schweren E-SUV sollen dann auch citytaugliche Stromer ihren Teil der Mobilitätswende leisten – wie beispielsweise der gerade vorgestellte Cupra Urban Rebel. Trotz der neuen Technologien und den kontinuierlichen Innovationsschüben sieht auch Wechselbaum die Leasingdauer für Stromer in den Flotten weiterhin bei gut drei Jahren. „Bisher variierten die Leasingzeiten zwischen 30 und 36 Monaten bei Fahrzeugen für das gehobene und obere Management und bei 36 bis 40 Monaten bei den Funktionsflotten. Daran hat sich auch beim Leasing von E-Fahrzeugen wenig geändert.“

Muss dann das Leasing doch verlängert werden, da das Neufahrzeug auf sich warten lässt, zeigt sich der VW-Konzern kulant. „Wir haben früher schon drei Monate Verlängerung gewährt und tun dies immer noch“, erklärt Wechselbaum. Da dies oftmals nur die halbe oder ein Drittel der Wartezeit abdeckt, ist ein längerfristiges Agreement nötig, und das wird auch getan:



Ralf Wechselbaum ist dienstältester Großkundenleiter

„Der Kunde kann sein Fahrzeug bis zu zwölf Monate zur bisherigen Rate weiterfahren“, so Wechselbaums Versprechen.

Auto-Abo und Bikeleasing

Das Auto-Abo, aktuell bei VW ein Angebot für Privatkunden, bietet ebenfalls Flexibilität, aber diese wird vom VWFS-Kunden nicht immer abgerufen, wie Wechselbaum erklärt: „Die Auto-Abo-Nutzer freuen sich zwar über die Möglichkeit, das Fahrzeug tauschen zu können, sie tun dies in der Regel aber selten. Dafür halten sie ihr Abo im Schnitt zwischen sechs und neun Monate.“ Die Kunden goutieren demnach diese Mobilitätslösung, da sie drei Prämissen vereint: schnell, einfach und günstig (im Sinne der Prozesskosten) zu sein. Deshalb glaubt der VWFS-Manager auch an die B2B-Zukunft des Auto-Abos. Für Flexibilität sorgen sowohl das Multi-Brand-Geschäft, was dem VWFS-Kunden Markenoffenheit bei der Ausgestaltung seiner Flotte gibt, als auch das Fahrrad-Leasing (Lease a Bike), das ebenfalls Teil der Angebotspalette der Volkswagen Leasing ist. Allein an diesem Shift von Vier- zu Zweirädern wird deutlich, dass auch für den dienstältesten Großkundenleiter der stetige Wandel zum Erfolg einfach dazugehört.

RS

