

Starkes Jahr

Aktuelle Zahlen | Die Leasinggesellschaft hat hierzulande neue Bestwerte bei den Fahrzeugzahlen geknackt. Treiber sind kleine Fuhrparks und Big Fleets. Potenzial besteht noch bei Services und Finanzierung.



Foto: Ellisar/Photolia

Wachstumsmotor kleine Flotten | Das Geschäftsfeld Leaseplan Go legte 2015 um 40 Prozent zu. Dort ist der Transporteranteil mit 40 Prozent überdurchschnittlich hoch

— Exakt 99.006 Fahrzeuge verzeichnete Leaseplan Deutschland Ende 2015 im Gesamtbestand. Damit erreichte die Leasinggesellschaft ein Plus von elf Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2014: ca. 89.200) respektive einen Nettozuwachs von 10.000 Fahrzeugen. Das stellt nochmals eine deutliche Steigerung im Vergleich zum Wachstum von 2013 auf 2014 (plus 4,2 Prozent) dar und liegt über den avisierten rund 93.000 Einheiten (siehe Autoflotte 04/2015).

Nach Angaben des Unternehmens speiste sich das Wachstum bei den Fahrzeugen zu einem Drittel aus dem Geschäft mit gewerblichen Kunden und kleinen Flotten via Leaseplan Go und zwei Dritteln aus dem Hauptgeschäftsfeld der lokalen als auch internationalen Big-Fleet-Kunden. Dies fußte wiederum auf der Gewinnung von Neukunden sowie auch auf geringe Verluste bei den bestehenden Kunden.

Plus 40 Prozent bei Leaseplan Go | Insbesondere bei Leaseplan Go gab es einen Schub – der Bestand kletterte um rund 40 Prozent von knapp 8.000 auf rund 11.000 Einheiten. Diese werden vorwiegend aus kleineren Flotten mit einem bis 50 Fahrzeugen generiert, die inzwischen fast 13 Prozent am Gesamtbestand von Leaseplan Deutschland ausmachen (plus ca. ein Prozent).

Die Kooperation mit Santander Consumer Leasing trug dazu 35 Prozent und die Auto-

häuser via Leaseplan Go rund 65 Prozent bei. Dabei sind die Ford-Modelle mit Abstand Nummer eins unter den geordneten Fahrzeugen, gefolgt von diversen Importeuren und Opel. Weiteres Merkmal in diesem Geschäftsfeld ist der hohe Nutzfahrzeuganteil von rund 40 Prozent. Zum Vergleich: Der Gesamtbestand verteilt sich zu 83 Prozent auf Pkw (2014: 84 Prozent) und zu 17 Prozent (2014: 16 Prozent) auf Nutzfahrzeuge/Transporter.

Auch große Flotten legen zu | Im Flottengeschäft mit lokalen und internationalen Kunden übernehmen generell die internationalen Kunden eine tragende Rolle. Von den knapp 100.000 Autos vereinen sie zirka 45 Prozent auf sich und dieser Anteil ist laut dem Leasinggeber seit Jahren stabil. Bei dem länderübergreifenden Big Fleets kommt es somit Jahr für Jahr zu Zuwächsen. Große Fuhrparks mit mehr als 800 Fahrzeugen haben folglich ihren Anteil am Gesamtbestand auf 29 Prozent (2014: ca. 27,3 Prozent) vergrößert. Derweil bleiben die Kategorien der Flotten mit 51 bis 100 Fahrzeugen sowie 100 bis 200 konstant. Die beiden kommen zusammen auf zirka 23 Prozent.

Leichte Rückgänge gibt es bei den Fuhrparks mit 201 bis 300 Einheiten auf etwas mehr als 8 Prozent (–1,33 Prozent), mit 301 bis 500 auf knapp unter 13 Prozent (–0,97 Prozent) und mit 501 bis 800 auf etwas weniger als 14 Prozent (–0,45 Prozent).

Verteilung nach Marken und Modellen |

Wird der gesamte Kfz-Bestand nach Marken analysiert, erweist sich Mercedes-Benz mit einem Plus von 11,7 Prozent als Gewinner (2014: 9,82 Prozent).

Auch die anderen Marken wachsen in absoluten Zahlen, müssen aber prozentual leichte Rückgänge hinnehmen. Audi erreicht 14,8 Prozent (2014: 15,13 Prozent), BMW 12,45 Prozent (2014: 13,07 Prozent), Ford 14,87 Prozent (2014: 15,5 Prozent), Opel 8,00 Prozent (2014: 8,62 Prozent) und VW 22,36 Prozent (2014: 22,75 Prozent).

Bei den Importeuren führt Renault mit 1,5 Prozent (2014: 1,25 Prozent). Peugeot kommt auf 0,70 Prozent (2014: 0,43 Prozent), Volvo auf 1,43 Prozent (2014: 1,6 Prozent) und sonstige auf 15,82 Prozent (2014: 15,11 Prozent). Die Verteilung von Herstellern und Importeuren bleibt mit 84,2 zu 15,8 Prozent relativ gleich.

Es dominieren weiterhin Modelle der Mittel- und oberen Mittelklasse. Ebenfalls ungebrochen ist die Popularität von SUV. E-Fahrzeuge (227 Einheiten mit mindestens einem Elektromotor), von denen 65 rein elektrisch betrieben sind, und gasbetriebene Autos mit rund 200 CNG- und 15 LPG-Antrieben haben kaum eine Bedeutung.

Services und Finanzierungen | Die Penetrationsraten der Servicebausteine Maintenance (ca. 71 Prozent), Nutzung der Online-Software (ca. 74 Prozent), Flottenversicherung (ca. 34 Prozent), Schadensservice (ca. 58 Prozent), Mietwagen (ca. 43 Prozent), Räder/Reifen (Sommer: ca. 64 Prozent/Winter: ca. 63 Prozent) sind in absoluten Werten gestiegen, aber – bis auf den Bereich Versicherung mit +0,46 Prozent – prozentual leicht negativ. Diese Entwicklung ist ebenfalls Leaseplan Go geschuldet, da hier vor allem die reinen Finanzierungen gefragt sind.

Leaseplan rechnet jedoch damit, dass sich dies in den kommenden Jahren ändert. Dafür sprechen aktuelle Zahlen. Demnach betrug die Dienstleistungspenetration bei Leaseplan Go Mitte März des letzten Jahres etwas über 40 Prozent und im März dieses Jahres bereits über 60 Prozent, was vor allem auf die Serviceleistungen Maintenance und Kfz-Versicherungen zurückzuführen sei.

| Annemarie Schneider

Neue Produkte und Rekorde anvisiert

Interview | Johan Ragnar Friman, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Leaseplan Deutschland, über das Wachstum in 2015, aktuelle Trends im Flottenleasing und die Vorgaben für das laufende Jahr.

– **Wie hoch war der Ertrag auf das Wachstum, das Sie 2016 generiert haben?**

Johan R. Friman: Wir sind zufrieden. Es war finanziell ein gutes Jahr für uns, keine Frage. Konkrete Zahlen nennen wir aber nicht.

– **Im Juli 2015 hat VW seine 50-prozentige Leaseplan-Beteiligung verkauft. Seit März ist das Geschäft nun über den Tisch. Mit welchen Folgen für die Geschäftsstrategie?**

J. R. Friman: Für Leaseplan Deutschland hat es keine Bedeutung. Volkswagen hat zwar knapp zwölf Jahre seine Beteiligung an der Leaseplan Corporation gehalten, hierzulande hat sich an der Situation aber nichts geändert: VW Leasing ist wie alle anderen Leasinggeber ein Wettbewerber gewesen und es hat keinerlei Zusammenarbeit bestanden. Insofern bleibt für uns alles gleich.

– **Wie beeinflusst die Null-Zins-Politik der EZB das Leasinggeschäft?**

J. R. Friman: Insgesamt ist diese Strategie eine gute Geschichte für die Leasingbranche. Auch wenn der Trend zum Full-Service-Leasing schon in den vergangenen Jahren anhält und Marktanteile generiert, sollten die niedrigen Zinsen dies weiter beflügeln. Meiner Meinung nach ist bei den Zinssätzen allerdings nicht mehr mit größeren Abweichungen zu rechnen. Wenn jemand einen Zins von drei Prozent für das Leasing veranschlagt und ein anderer 3,2 Prozent, dann ist das bei der Entscheidung für oder gegen einen Leasinggeber kaum relevant. Wenn aber jemand einen Restwert von 50 Prozent und der andere von 45 Prozent der Kalkulation zugrunde legt, spielt das nach wie vor eine enorme Rolle.

– **Wie entwickeln sich aktuell die Restwerte?**

J. R. Friman: Es sind die üblichen saisonalen Effekte zu beobachten, dass die Vermarktungsergebnisse in den kritischen Monaten Dezember, Januar und Februar immer etwas schlechter sind. Im März haben wir aber schon wieder bessere Resultate erzielt. Deshalb sind wir mit der heutigen Situation zufrieden. Für das laufende Jahr erwarten wir mindestens eine stabile Entwicklung.

– **Leaseplan Deutschland hat einen neuen Markenauftritt, mit dem Sie sich als Mobili-**

tätsoptimierer neu positionieren. Was bedeutet das für künftige Produkte und Leistungen?

J. R. Friman: Das ist ein Komplex mit vielfältigen Facetten. Selbstverständlich wollen wir weiterhin so viele Fahrzeuge wie möglich verlesen. Aber es gibt auch Kunden, die mit Wünschen nach zusätzlichen Mobilitätsangeboten wie Car Pooling oder alternativen Beförderungsmitteln zu uns kommen. Deshalb befinden wir uns hier am Beginn von interes-



Foto: Annemarie Schneider/Autoflotte

Johan Ragnar Friman | „Leaseplan Deutschland will dieses Jahr um mindestens fünf Prozent wachsen“

santen Entwicklungen. Infolgedessen arbeiten einige der Ländergesellschaften von Leaseplan nicht nur an neuen Produkten, sondern zum Beispiel auch schon an neuen Kooperationen wie zum Beispiel mit Go More in Dänemark und Spanien. Letzteres ist ein Portal, über das sich Privatpersonen günstige kleine Fahrzeuge mieten und diese weitervermieten können. In Dänemark hat Leaseplan dafür bereits die Finanzierungen für rund 600 bis 700 Fahrzeuge unter Vertrag, die in der Regel über zwölf Monate laufen. Danach werden die Fahrzeuge über das eigene Outlet vermarktet. In Deutschland haben wir die Zusammenarbeit mit Govecs, dem Hersteller von Elektrorollern, gestartet. Ein elementarer Baustein ist außerdem die Mobilitätsmanagement-Beratung, die wir schon längere Zeit anbieten. Daneben feilen wir an weiteren neuen Produkten und Kooperationen. Dazu

führen wir aktuell Gespräche. In einigen Monaten kann ich dann sicher mehr sagen.

– **Ausschöpfung und Nutzung von Fahrzeugdaten zur Flottenoptimierung sind in der Theorie heiß diskutiert. Wie sieht die Praxis derzeit aus?**

J. R. Friman: Ausbau der Telematik und Big Data sind Trends, mit denen sich die gesamte Leaseplan-Gruppe beschäftigt und Maßnahmen entwickelt. In Deutschland ist das Thema unter dem Blickwinkel des Datenschutzes weiterhin sensibel, weshalb wir uns auch intensiv damit auseinandersetzen. Denn wir wollen sicherstellen, dass alles korrekt läuft. Zudem muss der Einsatz klare Mehrwerte bringen. Kilometer-Informationen und andere relevante Informationen bekommen wir sowieso über Tankkarten. Längerfristig geht es aber mehr in diese Richtung.

– **Ertragreiches Wachstum war bisheriges Ziel: Diese Marschroute gilt vermutlich weiterhin. Wie wollen Sie das 2016 erreichen?**

J. R. Friman: Leaseplan Deutschland will dieses Jahr mindestens um fünf Prozent über die drei Geschäftsfelder Leaseplan Go, das Behördensegment und Big Fleets wachsen. Das ist in Deutschland als hart umkämpften Markt eine Herausforderung. Die Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit soll dazu einen wesentlichen Beitrag leisten. Zu diesem Zweck haben wir in allen Bereichen die Manpower aufgestockt. Sie soll unter anderem auch das Behördengeschäft steigern, insbesondere mit kleineren Institutionen, die alles über Händler abwickeln. Diese brauchen einen Partner für Finanzierungen und Backoffice-Tätigkeiten. Darüber haben wir 2015 schon zirka 1.000 Fahrzeuge gewonnen.

– **Sehen Sie auch Möglichkeiten für Übernahmen und Beteiligungen?**

J. R. Friman: Selbstverständlich. Ich bin überzeugt, dass es unter den verbliebenen kleineren Mitbewerbern im Markt noch ein paar Möglichkeiten gibt, auch wenn es nicht mehr viele sind. Daher schauen wir es uns sicher an, wenn sich etwas Interessantes anbietet.

– **Herr Friman, vielen Dank für das Gespräch!** | Interview: Annemarie Schneider