



Foto: Arval

Zum 25-jährigen Arval-Jubiläum ein Strauß neuer Dienstleistungen | Jeff Bolders, Marcus Schulz und Sebastian Fruth (alle Arval Germany) sowie Philippe Bismut (CEO Arval Group) und Camille Fohl (BNP Paribas Deutschland; v.l.)

Mehr als volljährig

25 Jahre Arval | Die BNP-Paribas-Tochter feiert ein Vierteljahrhundert Bestehen. Diesen Anlass nutzte das Unternehmen Mitte Dezember, um neue Kundenservices vorzustellen.

— Die Botschaft war klar: „25 Jahre Arval – Die Zukunft beginnt“ lautete das Motto, unter dem die Tochter der französischen BNP Paribas am 10. Dezember in Köln ihr Jubiläum beging. Den Geburtstag nutzte die Leasinggesellschaft dabei weniger, ihre Geschichte Revue passieren zu lassen, sondern vielmehr, um neue Servicelösungen vorzustellen. Mit den „Arval Driver Solutions“ sowie dem Service „Arval Smart Experience“ möchte das Unternehmen seine Kunden stärker beim Management von Dienstwagennutzern respektive der Flotte selbst unterstützen.

Umsetzung der Fuhrparkrichtlinie | Über das Angebot „Arval Driver Solutions“, einem Dienstleistungspaket mit Blick auf die Fahrerbetreuung, möchte Arval die Fuhrparkmanager von fuhrparkbezogenen Kommunikations- und Managementprozessen entlasten. Basis der Unterstützung ist einerseits die individuelle Fuhrparkrichtlinie der Kunden, andererseits die Analyse der Verwaltungsaktivitäten, auf deren Grundlage Fahrermanagement-Tätigkeiten an Arval übertragen werden.

Mit Core- und Advance-Paket sowie dem optionalen Management des Fuhrparkbestands hat Arval hierzu drei aufeinander aufbauende Leistungsstufen im Angebot. Das Core-Paket beinhaltet insgesamt 16 Basisleistungen vom Fahrer-Direktkontakt über die Kommunikation der Fuhrparkrichtlinie bis hin zur Rückgabe des Fahrzeugs. Das Advanced-Paket umfasst zusätzlich die Führerscheinkontrolle, die Übernahme von Terminvereinbarungen mit Werkstätten, die Strafzettelabwicklung sowie das Management von Fahrerwechseln und geldwertem Vorteil. „Damit vertreten wir die Dienstwagenregelung des Kunden gegenüber den Fahrzeugnutzern“, erklärt Marcus Schulz, Director of Arval Germany. „Wir übernehmen das Erklären, Abstimmen und Nachfragen im täglichen Kontakt mit den Fahrern.“ Und Commercial Director Sebastian Fruth ergänzt: „Das ist für uns die konsequente Weiterentwicklung unseres Full-Service-Leasings.“

Überblick über den Fuhrpark | Das neue Angebotspaket „Arval Smart Experience“ soll Fuhrparkmanagern dagegen einen schnell-

leren Überblick über ihre Flotte bieten. So soll der Baustein „Arval Connect“ umfassende Informationen zum Fuhrpark und Nachrichten aus der Automobilbranche bieten, der Baustein „Arval Fleet View“ mit den wichtigsten Fuhrpark-Kennzahlen aufwarten. Die „Arval Mobile+“ genannte App versorgt dagegen auch den Fahrer mit wichtigen Fahrzeuginformationen und bietet zum Beispiel Details aus dem Leasingvertrag, eine Übersicht an Werkstatt- und Reifenpartnern oder liefert neben Kontaktdaten zu Ansprechpartnern bei Arval auch Daten zu Fahrzeugkosten und -verbrauch.

Mit ihrem neuen Dienstleistungs-Portfolio hoffen die Franzosen hierzulande auf mehr Wachstum. So gab Deutschland-Geschäftsführer Jeff Bolders das Ziel aus: „Unsere wichtigste Aufgabe besteht darin, den Marktanteil zu erhöhen. In Deutschland besteht da noch Potenzial.“ Parallel zum Start der neuen Services weitet Arval auch seine Aktivitäten in den sozialen Netzen aus. So will man künftig via Twitter, Xing, Facebook und Co. über relevante Themen informieren.

| Christian Frederik Merten

„Wir haben die Weichen gestellt“

Leasing-Services | Arval-CEO Philippe Bismut glaubt an eine kontinuierliche Entwicklung des Leasing-Marktes. Seine Kunden möchte er beim Flottenmanagement aktiv unterstützen.

— Im Rahmen des 25-Jahres-Jubiläums hatte Autoflotte die Gelegenheit zu einem Gespräch mit Arval-CEO Philippe Bismut. Für den Flottenmarkt insgesamt erwartet er keine signifikanten Umbrüche, betont aber die steigende Bedeutung neuer Kommunikationstechnologien und damit gleichzeitig die höhere Relevanz des direkten Kontaktes zum Fahrer.

— **Arval feiert dieses Jahr 25-jähriges Jubiläum. Wie haben sich die Marktanforderungen seit Ihrem Start 1989 verändert? Was waren damals die Erfolgsfaktoren im Leasingmarkt und welche sind es heute?**

Vor 25 Jahren kauften die meisten Kunden ihr Auto – das Outsourcing besaß noch keine besondere Priorität. Seitdem ist das Interesse an Full-Service-Leasing aber stark gestiegen. Und die Unternehmen legen immer mehr Wert auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und auf den Umweltschutz. Für uns steht zudem immer stärker der Fahrer im Fokus. Er bekommt immer mehr Service. Darauf fokussieren sich unsere Strategie und unser Serviceangebot.

— **Wie möchten Sie diese Ziele erreichen?**

Mit unserem Service „Arval Smart Experience“ treten wir in den direkten Kontakt zum Fahrer. Damit wollen wir ihn individuell unterstützen, ihn zum Beispiel im Pannenfall in die nächste richtige Werkstatt steuern. Dafür greifen wir auf ein geeignetes Netz von Dienstleistern zurück, mit denen wir zusammenarbeiten.

— **Welche Rolle spielten die Kundenbedürfnisse bei der Entwicklung Ihrer neuen Dienstleistungen?**

Wir holen regelmäßig Feedback vom Kunden ein. Auch bei der Entwicklung unserer neuen Services waren die Kunden mit einbezogen, zum Beispiel im Rahmen von Systemtests.

— **Arval plant ein stärkeres Engagement im Telematik-Bereich. Die Ergebnisse des aktuellen CVO-Fuhrparkbarometers zeigen teilweise im Vergleich zu 2012 jedoch eine rückläufige Telematik-Nutzung in den Fuhrparks. Was ist Ihr Ziel in diesem Bereich?**

Der Begriff Telematik ist mit mehreren Bedeutungen verbunden. Bei Arval fragen wir uns: Welchen Service erwarten Fuhrparkmanager? Wir glauben, dass sie sich Hilfsmittel wünschen, die ihnen helfen, die Performance und die Verwendung ihrer Flotte zu verbessern. Das ist etwas ganz anderes als das Tracking von Fahrern. Deshalb benötigen wir Lösungen, die Fuhrparkmanagern diese Daten liefern. Und genau daran arbeiten wir im Moment: Ein Flotten-Reporting, das umfangreicher und aussagekräftiger ist als je zuvor und auf Telematik basiert.

— **Im März 2014 haben Sie in allen Ländern die Vertragslaufzeiten auf bis zu 60 Monate ausgeweitet. Was war der Grund dafür?**

Das war ein Markterfordernis. In der Regel macht das aber besonders viel Sinn im Nutzfahrzeugbereich. Derzeit liegt die Penetration im Gesamtbestand bei 15 Prozent.

— **Was sind derzeit die Hauptanforderungen Ihrer Flottenkunden?**

Ganz klar: Die Total-Cost-of-Ownership. Deshalb versuchen wir auch, unsere Kunden an unseren Economies-of-Scale-Effekten teilhaben zu lassen.

— **Wo sehen Sie den Flottenmarkt und Arval im Jahr 2024?**

Ich denke, in zehn Jahren wird sich nicht allzu viel geändert haben. Der Flottenanteil wird sich aller Voraussicht nicht signifikant verändern, mit unseren Dienstleistungen sind wir auf dem richtigen Weg. Wir haben die Weichen bereits gestellt. Aller Wahrscheinlichkeit nach wird das Carsharing eine höhere Bedeutung besitzen. In welchem Maß, lässt sich allerdings nur schwer abschätzen.

Herr Bismut, vielen Dank für das Gespräch!

| Interview Christian Frederik Merten



Foto: Arval

Arval-Chef Philippe Bismut | „Versuchen, unsere Kunden an Economies-of-Scale-Effekten teilhaben zu lassen“