

„Einen neuen Standard gesetzt“

Ford | Flottenchef Stefan Wieber spricht mit der Autoflotte über die runderneuerte Modellpalette, Flottenstrategien und Ford Lease Fleet.

— **Der Flottenmarkt ist 2015 sehr gut gestartet. Welche Entwicklung erwarten Sie für den Rest des Jahres?**

Stefan Wieber: Richtig. Speziell das Flottensegment ist deutlich stärker geworden als wir erwartet hatten. Die weitere Prognose ist jedoch schwierig. 2014 war für uns ein sehr gutes Jahr. Ob sich dieser positive Trend in diesem Jahr fortsetzt, sei dahingestellt. Noch ist es für eine belastbare Prognose zu früh. Wir stellen uns auf einen Flottenmarkt von 700.000 bis 710.000 Fahrzeugen ein und würden uns damit etwas unter Vorjahresniveau bewegen.

— **Ford hat einen Großteil seiner Pkw-Palette erneuert oder wird das dieses Jahr noch tun. Welche Erwartungshaltung haben Sie vor diesem Hintergrund mit Blick auf den Flottenmarkt?**

S. Wieber: Der tiefgreifend überarbeitete Ford Focus ist jetzt mit allen Karosserie- und Motorenvarianten verfügbar. Unlängst starteten die für uns sehr wichtigen kleineren Dieselmotoren in Kombination mit Automatikgetriebe. Speziell diese Focus-Versionen kommen bei den Gewerbekunden sehr gut an. Und unser Flaggschiff, der neue Ford Mondeo, entwickelt sich auch exzellent.

Es gibt nach wie vor überaus positive Resonanz auf das Design, aber auch auf die Eco-Boost-Motoren mit Benzin-Direkteinspritzung. Ab sofort bestellbar ist übrigens auch der mehrfach preisgekrönte Eco-Boost-Dreizylindermotor, der im Mondeo eine Leistung von 92 kW, also 125 PS, entwickelt. Und für Gewerbekunden ebenfalls nicht uninteressant: Den neuen Mondeo gibt es ab sofort auch mit Allrad-Antrieb.

— **Wird ein Dreizylinder im Mondeo bei den Kunden auf Akzeptanz stoßen?**

S. Wieber: Dass eine internationale Expertenjury diesen innovativen Motor drei Jahre in Folge zum „Engine of The Year“ gekürt hat, spricht für sich. Ich denke, für Fahrleistungen bis 30.000 Kilometer pro Jahr macht es sicherlich Sinn, so eine Motorisierung auch für den Fuhrpark in Betracht zu ziehen, zumal dieser Motor mit einem kombinierten Verbrauch von 5,1 Litern pro 100 Kilometer auch sehr ökonomisch ist.



Ford-Flottenchef Stefan Wieber | „Die Gewerbetreibenden sollen sich selbst von den Stärken unserer Produkte überzeugen können“

Foto: Mirielle Pruvost/Autoflotte

— **Welche Flotten sprechen Sie mit dem Allradantrieb an?**

S. Wieber: Grundsätzlich alle. Allrad macht ein Fahrzeug sicherer und stößt bei Flottenleitern auf immer stärkere Nachfrage. Und weil der Allradantrieb im Mondeo intelligent zuschaltbar ist, fällt auch der TCO-Nachteil weg.

— **Welche Erfolgchancen rechnen Sie sich für den ausschließlich als Viertürer lieferbaren Mondeo Hybrid aus?**

S. Wieber: Bei Vielfahrer-Fahrzeugen wie dem Mondeo gibt es gegenüber Hybrid-Versionen derzeit Vorbehalte. Es wird daher noch dauern, bis sich Hybrid-Modelle in diesem Einsatzgebiet durchsetzen. Aber mit einem kombinierten CO₂-Wert von unter 100 Gramm pro Kilometer ist der Mondeo Hybrid eine attraktive Alternative zum Beispiel für Firmen, die besonders „grün“ fahren wollen.

— **Allradantrieb wird es auch im neuen S-Max geben, der im Sommer startet?**

S. Wieber: Richtig, auch im neuen S-Max werden wir erstmals Allradantrieb anbieten.

— **Wie ist die Resonanz auf Ihre komplett erneuerte Nutzfahrzeugpalette?**

S. Wieber: Der Markt hat alle vier Baureihen – Courier, Connect, Custom und Transit – überragend angenommen. Wir haben unseren Marktanteil im Nutzfahrzeugbereich deutlich gesteigert und wir hatten noch nie ein so gutes Auftragspolster. Ich denke, wir haben wirklich sehr gute Arbeit geleistet, weil alle diese vier Nutzfahrzeug-Baureihen nicht nur in den vergangenen zwei Jahren neu auf den Markt gekommen sind, sondern auch in ihrer Nutzbarkeit durch sehr starke Innovationen geprägt sind. Wir bieten zum Beispiel viele Assistenz-Systeme aus unseren Pkw-Baureihen auch in den Nutzfahrzeugen

an. Für den Käufer bedeutet dies ein Plus an Sicherheit und Komfort. Und natürlich zeichnen sich alle vier Nutzfahrzeug-Baureihen durch pfiffige, praxisorientierte Nutzungskonzepte aus – zum Beispiel eine Durchlademöglichkeit bis unter den Beifahrervordersitz oder einen in das Fahrzeugdach versenkbaren Dachträger.

– Wie hat sich der Courier als Ihr neuer Einstiegstransporter etabliert?

S. Wieber: Das Auto ist wendig, leicht, ökonomisch, hat ein tolles Preis-Leistungs-Verhältnis und ist im innerstädtischen Liefer- und Verteilerverkehr, was die Zuladung betrifft, vollkommen ausreichend. Wir sind da sehr erfolgreich zum Beispiel bei den Apotheken-Auslieferungsdiensten. Derzeit führen wir Gespräche mit Aufbauherstellern, um Sonder- und Branchenlösungen für den Courier anzubieten.

– Welche Maßnahmen planen Sie über die Modelloffensive hinaus, um Ihre Flottenverkäufe anzuschieben?

S. Wieber: Für sehr viele Gewerbekunden ist die Testfahrt und das persönliche Beratungsgespräch bei ihrem Händler, bei dem es über das Produkt hinaus zum Beispiel um die individuelle Leasing- oder Finanzierungs-Lösung geht, das „A und O“. Wir denken aber auch an ein paar neue Aktionen, die ich noch nicht alle vorwegnehmen kann. Schwerpunkt wird sein, ein Fahrzeug wirklich selbst zu testen. Wir möchten die Gewerbetreibenden in unsere Fahrzeuge hineinbekommen, damit sie sich selbst und unabhängig vom Händler von den Stärken unserer Produkte überzeugen können. Das wird der rote Faden für die Kampagnen in diesem Jahr sein.

– Welchen Vorteil bieten Ihre Gewerbetreuer den Flottenkunden?

S. Wieber: Da sehe ich gleich mehrere Vorteile: Eine kompetentere Betreuung, was die speziellen Finanzierungs- und Leasingmöglichkeiten angeht. Einen verbesserten Service durch erweiterte Werkstattöffnungszeiten und Callcenter. Die Möglichkeit, Testwagen auch für einen längeren Zeitraum zu fahren. Und es ist in jedem Betrieb mindestens ein speziell ausgebildeter Verkäufer da, der sich quasi auf die Gewerbetreibenden spezialisiert hat. Denn ob es um Finanzdienstleistungen oder Unfallverhütungsvorschriften geht: All das müssen diese Verkäufer kennen, um den Kunden zu verstehen und ihn kompetent beraten zu können.

– Der Mondeo wird als erster Ford in der neuen Topausstattung Vignale erhältlich

sein, inklusive Serviceleistungen wie Hol- und Bringservices. Gehören Gewerbekunden hier zur Zielgruppe?

S. Wieber: Aber natürlich. Vor allem kleinere Gewerbetreibende, die von einem Premi- umhersteller kommen und sich fragen, ob sie mit einem Vignale Mondeo nicht doch mehr Auto und besseren Service bekommen.

– Seit letztem Frühjahr bieten Sie Ford Lease Fleet an ...

S. Wieber: Mit Ford Lease bieten wir kleinen und mittleren Fuhrparkkunden ein haus-eigenes Leasingprodukt an, bei dem sie sich keine Sorgen über den Restwert machen müssen – dies ist ein Ford-eigenes Produkt, das über einen eigenen Ford Lease-Außen-dienst bedient wird und das in unsere Verkaufsprozesse integriert ist. Das machen wir zusammen mit unserem Partner ALD, im Vordergrund steht aber die Marke Ford. In diesem Zusammenhang bieten wir auch sehr wettbewerbsfähige Restwerte sowie attraktive Wartungs- und Verschleißpakete an.

– Welche Erfahrungen haben Sie bis jetzt mit dem neuen Angebot gemacht?

S. Wieber: Das Kunden-Feedback ist gut. Ich glaube, das liegt vor allem daran, dass wir jetzt in eigenem Namen draußen vor Ort sind, was natürlich ein größeres Maß an Vertrauen mit sich bringt. Und der Markt ist da. Wir haben diesen Markt für uns aber derzeit noch nicht komplett ausgeschöpft und

möchten gerne noch stärker in dem Segment der Gewerbetreibenden mit Ford Lease punkten.

– Welches Weiterentwicklungspotenzial sehen Sie für Ford Lease Fleet?

S. Wieber: Sicherlich können wir das Angebot an der einen oder anderen Stelle noch abrunden. Wir haben zum Beispiel vor kurzem den Rücknahmeprozess komplett neu ausgeschrieben und verändert. Der Kunde gibt sein Fahrzeug jetzt direkt beim Händler zurück und erlebt dort eine verbindliche, objektive, durch ein Gutachten abgesicherte Rücknahme. Das war im alten Prozess noch anders, und zum Teil gab es kritisches Feedback, wenn Nachbelastungen lange nach der Rückgabe erfolgten. Gemeinsam mit unserem Partner ALD haben wir dort deshalb einen neuen Standard gesetzt.

– Wenn Sie einen Blick in die Flottenzukunft wagen: Welche Entwicklungen erwarten Sie mittelfristig?

S. Wieber: Eine Entwicklung, an die wir fest glauben, ist die eines immer stärkeren autonomen Fahrens. Das wird sicherlich nicht über Nacht kommen. Aber alleine in den letzten drei bis vier Jahren sind so viele Assistenz-Systeme fast selbstverständlich geworden, dass ich glaube, dass in diesem Bereich relativ schnell riesige Entwicklungsschritte vor uns liegen.

– Was erwarten Sie mit Blick auf die Antriebstechnologien?

S. Wieber: Der Markt, und insbesondere der Flottenmarkt, wird sich im Hinblick auf alternative Antriebstechnologien weiterentwickeln. Ich glaube nicht, dass das radikal passieren wird, sondern dass wir etwa über Hybridlösungen gehen werden und über Steueranreize, die in den meisten Märkten wahrscheinlich CO₂-getrieben sind.

– Und welche Chancen geben Sie dem Car-sharing im Flottenbereich?

S. Wieber: Im Flottenbereich kann Car-sharing beispielsweise in Form von Pool-Fahrzeugen eine wichtige Rolle spielen. Mit individuellen Abrechnungsmodellen kann man darüber hinaus auch effektive Mitarbeitermotivation betreiben – etwa, indem man die Poolwagen Mitarbeitern über eine entgeltliche Ausleihe über das Wochenende oder als Urlaubsfahrzeug zur Verfügung stellen kann.

Herr Wieber, vielen Dank für das Gespräch!

| Christian Frederik Merten

Zur Person | Stefan Wieber

– Der diplomierte Ökonom Stefan Wieber (51) leitet seit 2012 den Bereich Flottenverkauf und Remarketing der Ford-Werke GmbH.

1992 Start als Graduate Trainee Marketing und Vertrieb bei Ford Deutschland. Anschließend Beteiligung am Aufbau des Händler-netzes und der Händlerbetreuung in Ost-deutschland. Ab 1995 Tätigkeit im Bereich globales Produktmarketing, ab 1998 Leitung der Marketingplanung für Ford Deutschland. Weitere Stationen waren die Leitung des Kundenbeziehungsmanagements sowie die Marketing-Koordination von Ford Deutschland und Großbritannien (1999 bis 2007). Zwischen 2007 und 2011 bekleidete Wieber die Position des Direktor Pricing und Revenue Management bei Ford Europa. Zuletzt war er für die Ford-Werke GmbH als Leiter Kommunikation, Messen und Events zuständig. Stefan Wieber ist verheiratet und hat zwei Kinder.