



Erfolgreich unterwegs |
Stefan Hoy, Direktor LCV &
Corporate Sales bei Nissan
Center Europe

Foto: Christian Frederik Merens/Aurifotografie

Neu aufgestellt

Interview | Stefan Hoy, Flottenchef bei Nissan Center Europe, über den Erfolg der japanischen Marke, neue Strukturen im Flottengeschäft und den neuen Pick-up NP300 Navara.

– Herr Hoy, Nissan hat sich in letzter Zeit gut entwickelt in Deutschland, ist mittlerweile größter japanischer Importeur. Welchen Beitrag leistet das Flottengeschäft zu dieser Entwicklung?

Wir sind in nahezu allen Kanälen gewachsen. Nissan ist seit einigen Monaten nicht nur im Privatmarkt, sondern auch im Flottenmarkt stärkste japanische, phasenweise sogar stärkste asiatische Marke. Im Gewerbe- und Kundengeschäft sind wir insbesondere bei kleinen und mittleren Flotten erfolgreich, und das auch im User-Chooser-Bereich.

– Haben Sie es als japanische Marke im User-Chooser-Bereich nicht schwerer als manch europäischer Wettbewerber? Einerseits mit Blick auf die Car Policies, andererseits aber auch mit Blick auf die Begehrlichkeit auf Fahrerseite?

Nein, das würde ich so nicht sagen. Vielfach überlassen die Car Policies es ja den Mitarbeitern, welche Marke sie fahren wollen. Und unter den User-Choosern gibt es natürlich auch Menschen, die sich explizit für die Marke Nissan entscheiden. Außerdem bieten wir auch einen wesentlichen rationalen Vorteil:

Viele Wettbewerber setzen für vergleichbar ausgestattete Autos eine deutlich höhere UPE an. Hier können wir also mit Blick auf die Besteuerung überzeugen.

– Welche Ihrer Modelle kommen in den Flotten am besten an?

Unsere Volumentreiber im Flottengeschäft sind ganz klar der Qashqai und der X-Trail, aber zunehmend auch der Pulsar. Für User Chooser ist der Qashqai auch aufgrund seiner CO₂-Werte ein attraktives Modell. Denn im Verbrauch steht er als Crossover einem konventionellen Pkw in nichts nach. Außerdem öffnen sich derzeit viele Fuhrparks dem SUV- und Crossover-Segment.

– Sie sprachen bereits den Pulsar an. Hat sich für Nissan die Rückkehr in die hart umkämpfte Kompaktklasse gelohnt?

Absolut, auch wenn wir mit dem Pulsar nicht in den Top-Rankings erscheinen. Das liegt aber in erster Linie daran, dass wir den Pulsar aktuell und auch künftig nicht als Kombi anbieten. Im Segment der kompakten fünf-türigen Fließhecklimousinen sind wir unter den Importeuren aber auch im Flotten-

bereich gut vertreten. Klar ist aber auch: Man etabliert ein Fahrzeug im C-Segment nicht von heute auf morgen. Nichtsdestotrotz sehen wir hier auch gerade im Flottenmarkt zunehmende Volumen. Zumal der Pulsar mit seinem überdurchschnittlichen Platzangebot für die Passagiere punktet, und das nicht zulasten des Kofferraums.

– Erfolg im Flottengeschäft erreicht man aber nicht nur mit attraktiven Produkten ...

Genau. Deshalb haben wir neben der Einführung unserer neuen Produkte auch die Strukturen für das Flottengeschäft deutlich ausgebaut. Wir haben zum Beispiel intern Kapazitäten aufgebaut, um uns besser um Ausschreibungen kümmern zu können. Außerdem haben wir unsere Konditionen deutlich vereinfacht. Das macht es für den Handel wesentlich einfacher, im gewerblichen Bereich Angebote zu erstellen.

– Rund 38 Prozent betrug das Nissan-Plus bis September. Wie wollen Sie diese positive Entwicklung in die Zukunft tragen?

Wir haben unsere neuen Strukturen Anfang des Jahres operativ eingeführt. Natürlich

braucht es da immer ein wenig Vorlaufzeit. Aber ich denke, die Strukturen werden sich nachhaltig etablieren und einen langfristigen Effekt haben. Und natürlich werden wir weiterhin darauf achten, marktgerechte Vertriebsprogramme zu konzipieren. Verbesserungspotenzial sehe ich noch beim Thema Full-Service-Leasing: Diesen Bereich werden wir in Zukunft deutlich ausbauen, auch über das Produkt hinaus in Richtung kompletter Finanzdienstleistungen mit Zusatzservices.

– Für Ihre Nutzfahrzeuge haben Sie vor Kurzem eine Fünfjahresgarantie eingeführt. Gibt es entsprechende Planungen für Pkw?

Dreh- und Angelpunkt ist immer der Mehrwert für den Kunden. Die Haltedauer der meisten gewerblichen Pkw liegt jedoch bei rund drei Jahren. Da treffen wir mit unserer Dreijahresgarantie die Kundenbedürfnisse bereits heute in sehr hohem Maße. Im Pkw-Bereich planen wir deshalb derzeit keine Einführung der Fünfjahresgarantie. Natürlich hat der Kunde immer die Möglichkeit, optional eine Garantieverlängerung zu buchen. Diese Entscheidung möchten wir auch

mit Blick auf die durchschnittliche Leasingdauer aber dem Kunden selbst überlassen.

– Mit dem Leaf waren Sie einer der Elektro-Pioniere. Welche Bedeutung besitzt das Auto für Sie im Gewerbekunden- und Flottenmarkt?

Bei Elektroautos ist der Anteil der gewerblichen Nutzer bereits deutlich höher als sonst im Pkw-Markt. Und immer mehr Fuhrparks achten auf den CO₂-Ausstoß. Da ist das Thema Elektromobilität natürlich ein Riesenaspekt. Das gilt übrigens nicht nur für den Leaf: Im kleinen Handwerksbereich spüren wir eine verstärkte Nachfrage nach E-Mobilen, und da haben wir mit dem eNV200 ja ein sehr gutes Angebot. Bei vielen kleinen Handwerkern spielt die Reichweite keine übergeordnete Rolle. Die haben An- und Abfahrtswege, die sich im Bereich des Aktionsradius des Fahrzeugs bewegen.

– Wird die Brennstoffzelle in Zukunft ebenfalls ein Thema für Nissan sein?

Wir hatten da schon einige Prototypen auf X-Trail-Basis. Es ist aber immer die Frage: Was ist die wirkliche Zukunftstechnologie?

Natürlich sind wir offen, was alternative Antriebskonzepte angeht. Aber im Moment sehen wir die Elektromobilität als beste Lösung an – auch mit Blick auf die im Wesentlichen vorhandene Infrastruktur.

– Welche Bedeutung besitzt für Sie der Pickup NP300 Navara, die Nissan-IAA-Neuheit?

Mit den Pick-ups erzielen wir im Nutzfahrzeugsegment das größte Volumen. Der neue NP300 Navara ist aus unserer Sicht ein Quantensprung. Mit der neuen Multi-Lenker-Hinterachse konnten wir zudem den Fahrkomfort deutlich verbessern, vor allem wenn das Fahrzeug nicht beladen ist. Ohne dabei aber Kompromisse bei der Nutzlast zu machen: Wir haben weiterhin eine Tonne Nutzlast, aber die Anhängelast auf jetzt maximal 3,5 Tonnen erhöht. Außerdem bieten wir nun verschiedene Sicherheitssysteme vom Notbremsassistenten bis hin zum Around-View-Monitor an. Deshalb gehen wir davon aus, dass wir unser Volumen in diesem Segment weiter steigern können.

– Herr Hoy, herzlichen Dank für das Gespräch. | Interview: Christian Frederik Merten

ALLE WEGE FÜHREN NACH ROM. ZU UNSEREN STATIONEN.



Karte gut, alles gut.

Effizienter unterwegs mit dem Profi Kraftstoff der Shell Card

Shell Diesel FuelSave ist ein speziell formulierter Dieselmotorkraftstoff mit einer höheren Cetan-Zahl, einer verbesserten Reinigungskomponente und verstärktem Korrosionsschutz.

Shell Diesel FuelSave wurde entwickelt, um:

- Kraftstoff zu sparen*,
- eine schnellere Zündung und Verbrennung zu erreichen, wodurch der Brennvorgang in Ihrem Motor effizienter wird,
- vor der Bildung von Ablagerungen zu schützen, die die Motoreffizienz mindern.

Informieren Sie sich jetzt unter www.shell.de/profipaket



* Vergleich zwischen Kraftstoffen mit denselben Eigenschaften wie herkömmlich additierte Kraftstoffe mit demselben Biogehalt und demselben Kraftstoff mit unserer Formel für Kraftstoffeinsparungen. Die tatsächliche Einsparung kann je nach Fahrzeug, Fahrbedingungen und Fahrstil variieren.