

# „Ein Schritt nach dem anderen“

**Interview** | Tobias Seifert ist neuer Flottenchef bei FCA in Deutschland. Mit neuen Produkten will er die FCA-Marken besser im Flottenmarkt positionieren – und mit spezialisierten Vertriebspartnern.



**Tobias Seifert, Director Fleet & Business Sales bei FCA Germany** | „Stand heute ist kein Giulia Kombi geplant“

Foto: FCA Germany

**T. Seifert:** Mit Alfa Romeo und Fiat gehen wir über verschiedenste Kanäle sehr gezielt auf die Kunden zu. Flotten mit über 100 Fahrzeugen sprechen wir über den Key Account und Flotten mit weniger als 100 Fahrzeugen über unsere Business Center an. Darüber hinaus stehen wir separat mit Leasinggesellschaften in Kontakt. Unabhängig von dieser Clusterung gibt es weitere spezielle Kundengruppen, die ganz besonders affin sind für Alfa Romeo oder auch für Fiat und Jeep. Zum Beispiel stößt der Grand Cherokee auf großes Interesse bei Selbstständigen, Ärzten oder Rechtsanwälten und Beratern. Für all diese Kundengruppen haben wir in letzter Zeit viele Veranstaltungen organisiert, außerdem testen die Kunden die Autos bei sich im Alltag.

– Herr Seifert, Sie verantworten seit Anfang Juni das Flotten- und Gewerbekundengeschäft bei FCA Germany. Welche Ziele haben Sie definiert?

**Tobias Seifert:** Meine Ziele leiten sich natürlich aus der Konzernstrategie ab. Und die ist deutlich auf das Thema Flotten fokussiert. Unser Vorteil ist, dass wir mit allen FCA-Marken hundert Prozent der Segmente des relevanten Flottenmarktes abdecken – vom Kleinwagen bis zum Schwerlastwagen, wenn man an Iveco denkt. Und wir freuen uns sehr, dass wir mit dem Fiat Tipo und der Alfa Romeo Giulia jetzt mit zwei wirklich schönen Autos auch wieder im C- und D-Segment präsent sind.

– Zwei Segmente, die sehr lange brachlagen bei FCA. Können und wollen Sie da wieder an alte Kundenkontakte anknüpfen?

**T. Seifert:** Im Flottenbereich wird es speziell bei diesen beiden Modellen auf die Eroberung neuer Kunden hinauslaufen. Da hilft uns natürlich unsere Marke Fiat Professional mit ihrem riesigen Kundenportfolio. Diese Kunden werden wir ansprechen, denn die fahren ja nicht ausschließlich Nutzfahrzeuge.

Da sehen wir natürlich auch unsere Pkw-Zielgruppen.

– Wie werden Sie diese Kunden davon überzeugen, im Pkw-Bereich zu FCA-Marken zu wechseln?

**T. Seifert:** Ganz einfach: Die Kunden müssen die Autos sehen, die Autos fahren. Das überzeugt viele Interessenten von unseren Produkten. Und natürlich geht es nicht ohne wettbewerbsfähige Preise. Aber die haben wir, genauso wie wettbewerbsfähige Raten und entsprechende Leasing-services.

– Sie sprechen Ihr Business Leasing an. Wie haben sich die Zahlen da entwickelt?

**T. Seifert:** Seit Januar haben wir die Zahl der Verträge verdreifacht. Pro Monat schließen wir jetzt für rund 300 Fahrzeuge einen Business-Leasing-Vertrag ab. Und wir werden das Angebot weiter ausbauen: Neben dem reinen Business Leasing kommen jetzt auch Wartungs- und Verschleißbausteine dazu.

– Welche Zielgruppen sprechen Sie mit Alfa Romeo, Fiat und Jeep im Flottenmarkt an?

– Wie zufrieden sind Sie mit der ersten Resonanz auf Giulia und Tipo beziehungsweise insbesondere auf den Tipo Kombi?

**T. Seifert:** Speziell beim Tipo ist die Resonanz sehr gut. Sehr interessant für Flotten ist natürlich der im September gestartete Tipo Kombi. Da verzeichnen wir einen sehr guten Vorlauf und sind zufrieden. Die Giulia läuft jetzt gerade an.

– Der Tipo Kombi ist ein Auto in erster Linie für Serviceflotten?

**T. Seifert:** Die Zielgruppen im Bereich der C-Segment-Kombis sind extrem vielfältig. Das geht vom Pflegedienst über den technischen Außendienst großer Unternehmen bis hin zu kleineren Flotten, die auch im Außendienst unterwegs sind.

– Für die Giulia ist aber weiterhin kein Kombi geplant?

**T. Seifert:** Stand heute nein. Was von Alfa Romeo aber auf jeden Fall im nächsten Jahr kommen wird, ist ein D-SUV. Denn das ist ein Segment, das nach wie vor sehr stark wächst.

– Und wie wird es mit der Jeep-Modellpalette weitergehen?

**T. Seifert:** Jeep wird nächstes Jahr ein C-Segment-SUV zwischen Renegade und Cherokee vorstellen. Was SUVs betrifft, sind wir als FCA-Konzern dann hervorragend aufgestellt. Mit der breiten Jeep-Palette, mit dem

500X bei Fiat und dem D-Segment-SUV bei Alfa Romeo.

– **Trotz des SUV-Booms musste Jeep in den ersten acht Monaten 2016 im Flottenmarkt kräftig Federn lassen. Das Minus lag bei 17,7 Prozent. Was ist der Grund?**

**T. Seifert:** Die Entwicklung ist der Liefersituation zuzuschreiben. Gerade beim Wrangler gab es eine riesige Nachfrage, die wir nicht bedienen konnten.

– **Im Mai haben Sie im Vertriebsnetz 25 Business Center eröffnet. Wie ist diese Strategie angelaufen? Wie ist die Resonanz?**

**T. Seifert:** Die Resonanz ist gut. Wir haben Vertriebspartner ausgewählt, die in diesem Thema bereits aktiv sind und die bereits eine entsprechende Struktur vorhalten. Wir unterstützen hier vor allem bei der Einstellung, Ausbildung und Entwicklung der Businesskunden-Verkäufer. Zum Beispiel im Rahmen eines von uns entwickelten Assessment-Centers. Daneben unterstützen wir auch die

zielgruppenspezifischen Marketingmaßnahmen der Business Center. Außerdem erhöhen wir die Zahl der Außendienstler, die die Business Center betreuen.

– **Wie reagieren die Kunden auf das neue Angebot? Gab es entsprechende Rückmeldungen?**

**T. Seifert:** Für die Kunden sind derartige Business Center Standard. Der Fahrzeugkauf ist im Flottensegment ja wenig emotional, da geht es letztlich um Zuverlässigkeit der Fahrzeuge, um ordentlichen Service, um Konditionen. Für die Kunden ist das also nichts Besonderes.

– **Es bleibt zunächst aber bei den 25 Standorten?**

**T. Seifert:** Ja. Unser Ziel ist ja nicht, dass jeder Händler Business Center wird. Unser Motto heißt: Klasse statt Masse. Wir haben klare Kriterien angelegt, auf die wir uns fokussieren. Wie gesagt, wir möchten unsere Standorte im Gewerbekundengeschäft unterstützen,

und da ergibt das Gießkannenprinzip keinen Sinn. Wir bauen die vorhandenen Standorte also erst einmal auf. Natürlich spricht nichts dagegen, dass es in Zukunft eventuell mehr Standorte werden. Aber wir müssen jetzt das ans Laufen bekommen, was wir im Mai gestartet haben. Wir machen einen Schritt nach dem anderen.

– **Verkehrsminister Dobrindt wirft FCA Abgasmanipulation bei einigen Diesel-Modellen vor. Was ist Ihre Aussage dazu?**

**T. Seifert:** Wir (FCA) möchten nochmals wiederholen und bekräftigen, was wir in der Vergangenheit bereits öffentlich zu diesem Thema gesagt haben: Alle FCA-Fahrzeuge erfüllen die anwendbaren Emissionsanforderungen. Die vom KBA geäußerten Zweifel sind nicht berechtigt. FCA-Fahrzeuge haben keine unzulässigen Abschaltvorrichtungen.

– **Herr Seifert, herzlichen Dank für das Gespräch.** | *Interview: Christian F. Merten*

Anzeige



**Full-Service-Leasing  
für Nutzfahrzeuge**



### Vollgepackt mit Vorteilen

Sie erwarten auch für Nutzfahrzeuge flexible Mobilitätskonzepte, die Zeit und Kosten sparen?

Athlon ist Spezialist für maßgeschneiderte Full-Service-Lösungen im Transport Leasing – ob Fleet Management, faire Fahrzeugbewertung oder dynamische Anpassung: Ihr persönlicher Ansprechpartner von Athlon betreut Sie gerne, schnell und individuell.

Besuchen Sie Athlon im Internet oder sprechen Sie uns persönlich an:

Athlon Germany GmbH  
Theo-Champion-Str. 1 – 40549 Düsseldorf  
T +49 (0) 211 5401-7000 – [www.athlon.com](http://www.athlon.com)