



Fotos: Annemarie Schneider/Autoflotte

Autohaus Geisser in Karlsruhe | Die Gruppe bedient im Flottensegment alleine rund 150 Großkunden mit Volvo-Rahmenverträgen

Gute Performance wird belohnt

Autohaus Geisser | Das Team im Flottenverkauf hat sich nicht nur als Lieferant von Firmenwagen der Marken Volvo, Jaguar, Land Rover und Maserati etabliert, sondern auch als bundesweiter Dienstleister.

— Fuhrparkleiter managen derzeit viele Herausforderungen. Sie erweitern Mobilitätsangebote für Mitarbeiter, führen CO₂-Policies und Fördermodelle für Firmenwagen mit alternativen Antrieben ein oder implementieren digitale Lösungen zur Kosten- und Flottensteuerung. Das erfährt Michael Walter in Gesprächen mit seinen Flottenkunden. Für den Geschäftsführer der Geisser-Gruppe, der seit fast 20 Jahren für das Flottensegment verantwortlich zeichnet, ist das aber nichts Neues: „Im Fuhrparkmanagement haben immer wieder Einschnitte stattgefunden und Trends eingesetzt, welche die Fuhrparkleiter aufgegriffen und gelöst haben.“ Regelmäßig hat er dabei mit seinem Team aus drei Mitarbeitern unterstützt.

Walter verdeutlicht es an einem Beispiel aus jüngster Zeit: Der Flottenmanager eines Unternehmens sollte auf Anordnung ein Konzept entwickeln, das die Wahlfreiheit der Beförderungsmittel vergrößert, aber die Aufwendungen nicht aus dem Ruder laufen lässt. Nur wie? „Wir haben dann geholfen, eine Mobilitäts-Policy zu erstellen, das vor allem mit Budgets arbeitet und etwa bei Entscheidung für ein kleineres Modell die Investition des gewonnenen Betrages in eine Bahncard, Altersversorgung oder ein E-Bike zulässt“, erklärt der Flottenbetreuer.

Entwicklungsschritte im Autohaus | Mit solchen Dienstleistungen ist Geisser kontinuierlich gewachsen. „Heute sind wir in der Betreuung von Flotten fest verankert und bedienen deutschlandweit die größte Menge an Rahmenvertragskunden innerhalb der Volvo-Organisation“, sagt der Verantwortliche im Autohaus. Und weitere Fuhrparks kommen dazu, meist via Empfehlungsmarketing oder die Einkäufer nehmen Marken und Händler bei Arbeitgeberwechsel mit zum neuen Unternehmen. Gleichzeitig bleiben sie im alten als Partner bestehen.

In Kürze | Autohaus Geisser GmbH

Die Autohausgruppe Geisser hat am 1. Juli 1990 mit Eröffnung ihres ersten Volvo-Autohauses in Karlsruhe ihre Tätigkeit aufgenommen. Inzwischen ist das Unternehmen an fünf Standorten (2x in Karlsruhe, 1x in Karlsdorf, 1x Baden-Baden, 3x in Mannheim, 1x in Heidelberg) vertreten und vertreibt außerdem die Marken Jaguar, Land Rover und Maserati. In 2015 hat der Händler mit 138 Mitarbeitern zirka 5.500 Neu- und Gebrauchtwagen vermarktet. In den Werkstätten werden jährlich zirka 37.000 Reparaturen und Serviceleistungen durchgeführt. Der Gesamtumsatz betrug 2015 zirka 145 Millionen Euro.

Walter freut sich besonders über diese Entwicklung, weil er den Aufbau des Geschäftsbereichs 1998 bei fast null begonnen hat. Erster Großkunde war ein Pharmaunternehmen. Damals hatte er sich mit dem Einkäufer den ganzen Tag an einen Tisch gesetzt. Ergebnis: 17 Volvo V40 und ein V70 in Volllausstattung. Auch heute noch kauft die Firma in Karlsruhe ihre Firmenwagen.

2016 vermarktet Geisser insgesamt rund 3.000 Volvo-Neuwagen, von denen nach internen Schätzungen mehr als 60 Prozent an Fuhrparks ab zehn Einheiten gehen. Daneben wird mit Land Rover und Jaguar expandiert. Über beide Marken fließen dieses Jahr von zirka 600 Fahrzeugen voraussichtlich rund 100 an Flotten. Deren Anteil soll in den kommenden Jahren deutlich steigen. Mit Maserati als vierte und jüngste Marke will der Händler künftig ebenso punkten.

Flottennachfrage und Belieferung | Über die gesamte Gruppe hat der Mehrmarkenhändler mittlerweile zirka 150 Rahmenverträge für Volvo mit Großkunden geschlossen, die ausschließlich auf ihn ausgestellt sind. Darunter befinden sich Firmen aus der Healthcare-Branche genauso wie Handel und Unternehmensberatungen. Schwerpunkt bilden jedoch IT- und Automotive-Sektor. Für diese werden die Fahrzeuge nicht

nur bundesweit, sondern auf Wunsch auch ins Ausland, zum Beispiel in die Schweiz, nach Italien oder Rumänien geliefert.

Gefragte Modelle sind gegenwärtig der Volvo XC60 mit einem Anteil von rund 60 Prozent bei Geisser, der XC90 und der V60.

Was sich mit dem Wachstum an Stückzahlen nicht geändert hat, ist das Verhältnis von Kauf zu Leasing. Es beträgt fünf zu 95 Prozent. „Die Minderheit der Käufer hat das aber schon vor 20 Jahren getan, weil es sich grundsätzlich um eine Philosophie- und Liquiditätsfrage handelt“, resümiert Walter.

Mit Service hervorheben | Entscheidend sind für ihn die Servicebausteine. Denn bei den großen Flotten von Geisser liege die Penetration bei fast 100 Prozent, während in den kleineren mit zehn bis 20 Fahrzeugen zwischen 40 und 50 Prozent mindestens ein Modul wie Wartung und Verschleiß nutzen. Und Letztere springen vermehrt auf die Full-Service-Angebote an. „Sie wollen einen Ansprechpartner und immer mehr Service aus einer Hand“, sagt Walter. Das ist ganz in seinem Sinn: „Je mehr Dienste wir über so viele Marken wie möglich leisten, desto treuer sind die Kunden.“

Als effektives Instrument dazu stuft er das Schwedenleasing von Volvo mit Services für gewerbliche Kunden wie Wartungs- und

Verschleißarbeiten plus Module nach Bedarf wie Tankkarten, Räder/Reifen und Rundfunkbeitrag sowie die Schwedenflotte als Vermietkonzept ein. Darüber kann er Mobilitätspakete schnüren, die von der Kurzzeit- über Langzeitmiete bis zum Carsharing reichen.

Da die Angebote von Volvo relativ neu sind, sollen Kunden von anderen Leasinggebern oder Dienstleistern damit wieder zurückgeholt werden.

Unabhängig davon hat das Autohaus bereits vor gut acht Jahren ein eigenes Vermietkonzept für den kurzfristigen und -zeitigen Mobilitätsbedarf von Fuhrparks installiert. Die Idee kam auf, nachdem ein Fuhrparkleiter nach Ausscheiden von zwei Mitarbeitern in der Probezeit gerne die Leasingverträge für deren Firmenwagen ohne hohe Kosten vorzeitig beendet hätte. „Wir haben ihm geholfen und daraufhin unser Modell aufgesetzt, über das er und viele andere seither Autos für Mitarbeiter in Probezeit oder als Pool-Ersatz für dienstliche Fahrten beziehen“, erläutert Walter.

Zusätzlicher Vorteil: „Wir können attraktive Gebrauchtwagen generieren, die als Mietwagen zu deklarieren sind, aber meist nur von einem Mitarbeiter gefahren werden und gut zu verkaufen sind.“ Überdies hält das Autohaus einen Bestand von 190 Vorfüh-



Flotten-Team | GF Michael Walter (r.), Alexandra Pandzic (2. v. r), Melanie Diaz und Albert Selimi

und Mietwagen bei einem Gesamtbestand von rund 1.500 Fahrzeugen vor, mit denen die Kunden sofort vom Hof fahren können.

Networking zur Kundenbindung | Breit angelegte Marketing-Aktionen fährt Geisser kaum noch. Vielmehr werden die Kundenbeziehungen über die direkte Kommunikation wie Newsletter gepflegt. Das besondere daran laut Walter: „Wir erstellen die Info-Mail individuell für Flottenkunden, in denen ich zum Beispiel meine Gedanken zu aktuellen Ereignissen formuliere und mit dem Geschäft verbinde.“ Spontan fällt ihm etwa der Newsletter zur Fußball-Weltmeisterschaft ein. Darin hat er seine persönliche Einschätzung niedergeschrieben, warum die Fahrer ihre Autos nun mit Fahnen behängen oder anderen Symbolen verkleiden. Gleichzeitig gab es Tipps rund um die gesetzlichen Vorschriften und die richtige Befestigung. „Diese Mischung aus menschlicher Ansprache, gepaart mit Informationen, mündet immer wieder im Feedback der Empfänger“, so Walter.

Den Kontakt intensiviert das Team bei Geisser ferner über Fahrsicherheitstrainings oder Ausflüge in die Volvo-Zentrale nach Köln und ins belgische Werk nach Gent. Die Fahrten dorthin können mit unterschiedlichen Volvo-Modellen absolviert werden.

Geisser spricht die Kunden somit bevorzugt über Maßnahmen mit persönlichem Charakter an. So findet demnächst etwa eine Oldtimer-Rallye statt, die am neuen Karlsruher Hauptbetrieb endet. Dazu Walter: „Die Teilnehmer können anschließend durch die Ausstellungsräume schlendern und sich die Modelle anschauen.“ Mit dieser Strategie soll das Flottengeschäft in den kommenden Jahren deutlich steigen. Das bedeutet ein Plus von fünf bis zehn Prozent, gemessen an den Stückzahlen, alleine bei Volvo.

| Annemarie Schneider



Volvo als stärkstes Standbein | Rund 60 Prozent des Neuwagenabsatzes von rund 3.000 Einheiten gehen dieses Jahr in Flotten ab zehn Fahrzeugen

Auf einen Blick | Das Flottengeschäft der Autohausgruppe Geisser

- ▶ Flottensparte mit einem Team von drei Mitarbeitern plus Geschäftsführer
- ▶ Absatz an Flotten ab zehn Kfz in diesem Jahr: mit Volvo zirka 60 Prozent der insgesamt 3.000 Neuwagen und Jaguar/Land Rover zirka 100 Einheiten
- ▶ Markenvertretung: Volvo, Jaguar, Land Rover und seit kurzem Maserati
- ▶ Zirka 150 Großkunden mit Rahmenverträgen für Volvo, die nur auf die Gruppe ausgestellt sind
- ▶ Schwerpunkt im IT- und Automobilbereich
- ▶ Dienstleistungen obligatorisch wie Hol- und Bring-Service, 24-h-Hotline etc.
- ▶ Weitere Expansion mit Jaguar/Land Rover und Maserati
- ▶ Eigenes Mietwagenmodell und 190 Vorfüh- und Mietwagen bei einem Gesamtbestand von zirka 1.500 Fahrzeugen