

„Position in der Zielgruppe ausbauen“

Interview | Manuel Weber, verantwortlich für den Verkauf an Gewerbe- und Flottenkunden bei Suzuki in Deutschland, legt das Hauptaugenmerk auf kleingewerbliche Kunden und Verbände.

– Herr Weber, welche Bedeutung hat das Flotten- und Gewerbekundengeschäft für Suzuki als kleinerer Importeur in Deutschland?

Manuel Weber: Privatkunden spielen mit über 60 Prozent Anteil an unseren Verkäufen die größte Rolle für uns. Das heißt aber nicht, dass wir im Segment der Gewerbekunden gar nicht aktiv sind. Unsere Zielgruppen sind hier vor allem kleingewerbliche Kunden wie ambulante Pflegedienste, Pizza-Services oder regionale Postdienste. Das ist der Gewerbekundenmarkt, in dem wir unterwegs sind.

– Sie selbst verantworten das Gewerbekundengeschäft bei Suzuki in Deutschland seit September letzten Jahres. Wie werden Sie das Geschäft in Zukunft ausrichten?

M. Weber: Wir sind gerade dabei, uns in diesem Bereich neu zu organisieren. Wir werden nach wie vor das Hauptaugenmerk vor allem auf die Zielgruppe der Verbände legen und hier versuchen, enger zusammenzuarbeiten. Aufgrund unserer Allradkompetenz denke ich da vor allem an Jäger und Förster oder Kunden aus der Landwirtschaft. Da sind wir schon jetzt relativ gut unterwegs und werden versuchen, unsere Position dort auszubauen.

– Diese Ausrichtung ist mittelfristig das Kernelement Ihrer Strategie?

M. Weber: Das ist definitiv ein wichtiger Teil. Der andere ist die Weiterqualifizierung unseres Handels. Wir möchten, dass unsere Händler vor Ort künftig verstärkt aktiv Gewerbekunden ansprechen.

Mit Mailings, aber zum Beispiel auch mit Angeboten für Probefahrten. Das sind Dinge, die wir zu wenig gemacht haben in der Vergangenheit. Natürlich haben wir bereits heute erfolgreiche Händler, die das schon leben. Gerade kleineren Partnern versuchen wir jetzt aber diesen Weg aufzuzeigen, um die ein oder andere Einheit mehr auf die Straße zu bekommen.

– Sind da auch spezielle Verkäuferqualifizierungen ein Thema?

M. Weber: Nein, bis dato sind dafür keine Programme angedacht.



Manuel Weber,
Manager Field
Staff and Special
Sales Automobile
bei Suzuki
Deutschland | Mit-
telfristig Einführung
von Wartungs- und
Verschleißkompo-
nenten im Leasing

Foto: Suzuki Deutschland

– Welche Leasingangebote haben Sie für Ihre Kunden entwickelt?

M. Weber: Zusammen mit unserem Partner Creditplus bieten wir über die Comco Leasing Captive-Leasingangebote an. Bis dato handelt es sich dabei jedoch um reines Finanzleasing. Auf absehbare Zeit werden wir dieses Angebot aber um Wartungs- und Verschleißkomponenten erweitern. Einen finalen Einführungstermin kann ich derzeit aber leider noch nicht nennen.

– Sind über die Wartungs- und Verschleißkomponenten hinaus weitere Bausteine denkbar?

M. Weber: Wir überlegen natürlich immer, was machbar ist und was nicht. Aktuell fokussieren wir uns aber in erster Linie auf die Wartungs- und Verschleißbausteine.

– Bestehen über Ihr Captive-Leasingangebot hinaus Kooperationen mit weiteren freien Leasinggesellschaften?

M. Weber: Nein, wir wollen das Geschäft mit unserem Captive-Partner forcieren. Wenn weitere Leasinggesellschaften für konkrete Geschäfte an uns herantreten, hören wir es uns an, unser erster Ansprechpartner ist aber immer unser Kooperationspartner.

– 2017 steht bei Ihnen im Zeichen des neuen Ignis und des neuen Swift. Wie geht es mittelfristig ansonsten bei Suzuki weiter?

M. Weber: Wie auf der IAA 2015 angekündigt werden wir jedes Jahr mindestens ein neues Modell auf den Markt bringen. 2015 war das der neue Vitara, 2016 der Baleno und in diesem Jahr eben Ignis und Swift. Unabhängig davon werden wir uns aber weiterhin auf die A- bis C-Segmente konzentrieren, in neue Segmente wollen wir auf absehbare Zeit nicht eintreten.

– In Vitara und SX-4 S-Cross bieten Sie auch Dieselaggregate an. Welche Bedeutung besitzt diese Antriebsform für Sie in diesen Modellen?

M. Weber: Insgesamt war der Dieselanteil bei uns nie wirklich hoch. Viele unserer Kunden greifen gleich zum Benziner. Dieser Trend verstärkt sich auch, seitdem wir Benzin-Direkteinspritzer anbieten, die ein ähnliches Leistungsverhalten an den Tag legen.

– In Ignis und Baleno bieten Sie Mild-Hybrid-Systeme an. Wird der Plug-in für Sie ein Thema werden?

M. Weber: Natürlich beobachten wir den Markt. Wir haben jetzt zunächst ein Mild-Hybrid-System eingeführt, als Nächstes steht für den Serieneinsatz ein Vollhybrid auf dem Plan. Wann genau der kommen wird, kann ich aber leider noch nicht sagen.

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