

Mobilität neu gedacht

Interview | Thomas Schmidt, Leiter Fleet & Business bei Jaguar Land Rover Deutschland, über die derzeitige Modelloffensive beider Marken, die Fleet Business Center sowie den neuen Service Inmotion Rent.

– Herr Schmidt, bei Jaguar Land Rover lief es 2016 mehr als gut in Deutschland, zumindest bei Jaguar setzt sich der Trend im ersten Quartal 2017 fort: Im relevanten Flottenmarkt lag das Plus bei knapp 150 Prozent. Bei Land Rover waren es dagegen nur 1,4 Prozent. Wie sind diese Unterschiede zu bewerten?

Thomas Schmidt: Wir hatten in den letzten sieben Jahren größtenteils jährlich zweistellige Zuwachsraten bei Land Rover. Da darf man auf dem hohen Niveau auch mal etwas Luft holen. Der Grund liegt vor allem im Modellwechsel des Discovery, der in 2016 auslief. Seit April ist die neue Generation zu haben, und wir haben mit dem Range Rover Velar ein neues Modell vorgestellt, sodass wir 2017 also nicht nur mit Jaguar, sondern auch mit Land Rover weiter wachsen werden.

– Auf welche Modelle setzen Sie dabei besonders?

T. Schmidt: Wir haben unsere Produktpalette in den vergangenen Jahren runderneuert, unser ältestes Auto ist der Range Rover Evoque. Deshalb sind wir sicher, dass all unsere Modelle auch im Flottenmarkt Resonanz finden werden und nicht nur einzelne Baureihen wie der Jaguar F-Pace, der sich allerdings besonders gut entwickelt.

– Welchen Beitrag leisten Ihre aktuell 25 Fleet Business Center in Deutschland zum Wachstum?

T. Schmidt: Die Fleet Business Center sind ein wesentlicher Bestandteil unseres nächsten Fünfjahresplans, mit dem wir den Flottenbereich weiter ausbauen und professioneller aufstellen werden. Unter dem Stichwort Fleet Business Center 2.0 geht es um eine intensivere Händlerqualifizierung und erweiterte Verkäuferschulungen. Außerdem erwarten wir in den Ballungszentren jetzt zwei statt einen Gewerbekundenverkäufer. Parallel dazu haben wir unser zentrales Key-Account-Management von zwei auf vier Key-Account-Manager personell verdoppelt.

– Kurzfristig bleibt es aber bei 25 Standorten?

T. Schmidt: Genau. Der Aufbau eines Fleet Business Centers macht ja nur dort Sinn, wo

entsprechendes Gewerbekundenpotenzial vorhanden ist. Schon deshalb ist die Zahl der Standorte limitiert.

– Ihre Hauptzielgruppe sind weiterhin kleine und mittelständische Unternehmen?

T. Schmidt: Richtig. Nach unserer Definition also Unternehmen mit fünf bis 100 Fahrzeugen. Das hat sich nicht geändert.

– Auch wenn Ihre Modellpalette noch sehr jung ist: Welche Neuheiten und Modellpflegemaßnahmen sind in näherer Zukunft geplant?

T. Schmidt: Deutschland ist ein Kombiland, ganz besonders im Flottenmarkt. Deshalb freuen wir uns, auf der IAA die Neuauflage des XF Sportbrake einzuführen. Wenn wir nur die Limousinen betrachten, kommen wir mit dem XF zwar auf eine relativ hohe Durchdringung, aber insgesamt ist der Limousinenmarkt hierzulande eben begrenzt. Und wenn wir uns den Kombianteil von bis zu 80 Prozent bei anderen Premiummarken anschauen, sehen wir für den XF noch großes Potenzial. Darüber hinaus erweitern wir unser Motorenprogramm mit einem leistungsstärkeren Vierzylinder-Diesel und neuen Vierzylinder-Benzinmotoren.

– Beim XE bleibt es aber weiter bei der Limousine?

T. Schmidt: Ja. Der XE ist nur als Limousine im Modellprogramm.

– Werden Sie Ihr Jaguar-Portfolio mittelfristig mit ganz neuen Baureihen erweitern?

T. Schmidt: Das SUV-Segment ist nach wie vor stark am Wachsen. Ich kann nur so viel sagen, als dass wir uns die Möglichkeiten sehr genau ansehen. Spannend wird sicherlich auch der Jaguar I-Pace, den wir voraussichtlich auf der IAA als Serienmodell präsentieren werden und der Ende 2018 bei den Händlern stehen dürfte. Wir werden in 2020 50 Prozent unserer Modellpalette

mit einer elektrischen Alternative anbieten können.

– Werden Sie für den I-Pace auch eine entsprechende Infrastruktur anbieten können?

T. Schmidt: Das eruiert wir derzeit. Da gibt es je nach Land unterschiedliche technische Anforderungen. Aktuell führen wir eine Infrastruktur-Analyse für den Handel durch, damit wir schlussendlich jedem Händler aufzeigen können, welches Investment zum Start des I-Pace notwendig ist. Das ist natürlich eine große Herausforderung, aber wir müssen uns hier professionell aufstellen. Letztlich können wir die notwendige Infrastruktur in Deutschland und Europa natürlich nicht im Alleingang schaffen. Aber wir können und werden uns in bestehende und neue Strukturen einfügen, um eine einheitliche Lösung anzubieten, deren technische Standards sicherlich markenübergreifend anwendbar sein müssen.



Fotos: Jaguar Land Rover

Thomas Schmidt, Leiter Fleet & Business Jaguar Land Rover Deutschland | „Land Rover Care ist definitiv kein Thema“



Unter Strom | Der Jaguar I-Pace, im Bild die Studie, ist ab Ende 2018 das erste Elektroauto der Engländer

– Bei Land Rover stehen 2017 der neue Discovery sowie der Range Rover Velar im Fokus. Beginnen wir mit dem Discovery, der seit April bei den Händlern steht. Was erwarten Sie sich von der neuen Generation?

T. Schmidt: Der Discovery war und ist ganz klar ein Auto für die Flotte. Etwa 40 Prozent der deutschen Neuzulassungen entfielen in der Vergangenheit auf gewerbliche Kunden, und davon gehen wir auch in Zukunft aus. Natürlich muss sich der Neue erst mal etablieren, er ist ja deutlich runder als sein Vorgänger, der mit seiner Kastenform sicherlich auch polarisiert hat. Aber obwohl der neue Discovery auch deutlich edler ist, hat er nichts an seiner Multifunktionsfähigkeit eingebüßt. Er ist Repräsentations- und Nutzfahrzeug zugleich, er ist unser geländegängigstes Auto, kann bis zu 3,5 Tonnen ziehen und bietet enorm viel Platz im Innenraum. Er ist ein typischer Discovery mit einem modernen und hochwertigen Design.

– Und wie interessant ist der neue Range Rover Velar aus Ihrer Sicht für Flottenkunden?

T. Schmidt: Auch beim Velar gehen wir von einem Flotten- und Gewerbekundenanteil von 35 bis 40 Prozent aus. Der Velar kommt erst im dritten Quartal auf den Markt, aber wir haben schon jetzt eine Menge Bestellungen. Für Deutschland bekommen wir im ersten Jahr etwa 1.000 Einheiten, die sehr schnell verkauft sein werden.

– Wie positionieren Sie den Velar?

T. Schmidt: Der Range Rover Velar ist zwischen Range Rover Evoque und Range Rover Sport positioniert. Als einen Kernwettbewerber könnte ich jetzt den BMW X4 und auch den X6 nennen. Aber wir gehen davon aus, dass der Velar sowohl in den SUV-Klassen darüber oder darunter Käufer finden wird wie auch Kunden aus dem Limousinen- und Kombisegment.

– Jaguar XE, XF und F-Pace sind mit Businesspaketen erhältlich, die es früher bei Ihnen nicht gab. Wie ist da die Resonanz?

T. Schmidt: Mehr als 90 Prozent der gewerblichen Jaguar-Kunden entscheiden sich für ein Businesspaket. Die Entscheidung für diese Pakete fällt natürlich vor allem aufgrund des Preisvorteils. Aber wir bieten die Businesspakete auch für unsere Land-Rover-Volumenmodelle an.

– Wird es für Land-Rover-Modelle kurz- oder mittelfristig einen ähnlichen Service geben wie Jaguar Care, wo der Kunde ab Erstzulassung drei Jahre Garantie und Wartung kostenlos erhält?

T. Schmidt: Mit Jaguar Care möchten wir unser Vertrauen in unsere Autos ausdrücken. Außerdem können Kunden und Leasinggesellschaften so mit deutlich spitzerem Bleistift kalkulieren, da, wie Sie es bereits gesagt haben, die Wartungskosten in den ersten drei Jahren entfallen. Ein Angebot Land Rover Care ist bei uns aber definitiv kein Thema.

– Welche Entwicklung nimmt das Jaguar beziehungsweise Land Rover Fleet and Business Leasing, das es seit zwei Jahren als Whitelabel-Produkt der ALD gibt?

T. Schmidt: Unser Full-Service-Leasing ist mittlerweile etabliert, unsere Händler bieten es proaktiv an. Eine Weiterentwicklung gibt es dahingehend, dass die ALD mit ihrem Außendienst und unseren Händlern gemeinsame Firmenkunden-Akquisitionen durchführt. Die Ansprache der Kunden erfolgt dann im Namen des Autohauses. Dieses Vorgehen setzen wir jetzt im Rahmen einer Pilotphase erstmals um.

– Spüren Sie aufgrund der Diskussionen um Dieselabgase oder Einfahrverbote einen Nachfragerückgang bei Dieselmodellen?

T. Schmidt: Nein. Stand heute ist bei den Premiummarken und damit auch bei uns kein

negativer Trend beim Dieselsabsatz zu erkennen. Wir haben weiterhin einen sehr hohen Dieseleanteil von ungefähr 90 Prozent. Abgesehen davon gehe ich nicht davon aus, dass Einfahrverbote für Diesel eins zu eins so umgesetzt werden, wie sie heute diskutiert werden.

– Sie klingen da relativ entspannt ...

T. Schmidt: Nein, entspannt ist in diesem Zusammenhang das falsche Wort. Wir schauen uns die Lage ganz genau an. Dreimal im Jahr analysieren wir zum Beispiel zusammen mit Händlern und Vertretern der Bank unsere Restwerte. Da werden wir das Thema Diesel auf jeden Fall weiter vertiefen. Kurz gesagt: Wir haben das Thema auf dem Schirm, sehen aber derzeit keinen negativen Trend. Darüber hinaus erweitern wir aktuell auch unser Angebot an Vierzylinder-Benzinmotoren.

– Mit Inmotion hat Jaguar Land Rover ein Start-up für neue Mobilitätskonzepte gegründet. Mit Inmotion Rent starten Sie nun in Deutschland. Was bieten Sie konkret an?

T. Schmidt: Mit Inmotion Rent, das wir in Kooperation mit CCUnirent umsetzen, bieten wir seit Mai Kurzfristmobilität an. Das konnten wir bislang nicht. Jetzt können wir diese Nachfrage bedienen. Von einer Stunde bis zu sechs Monaten können wir jetzt auch Interimsmobilität anbieten. Ansprechpartner sind hier die Jaguar- und Land-Rover-Händler, die das Angebot im Rahmen eines Vermiet-Franchisekonzepts abwickeln werden. Die Kunden buchen die Autos über die Inmotion-Website oder die Inmotion-App, mittelfristig wollen wir den Service individualisieren und auch die Vermietung von Zubehör wie zum Beispiel Dachboxen oder Fahrradträgern ermöglichen.

– Inmotion ist eine ganzheitliche Mobilitätsmarke. Welche Services sind über die reine Vermietung hinaus vorstellbar?

T. Schmidt: Das Inmotion-Team denkt Mobilität völlig neu. Grundsätzlich sind also viele Angebote vorstellbar. Aber das Team besteht erst seit Kurzem, und wir in Deutschland sind das erste Land überhaupt, das mit Inmotion Rent ein Inmotion-Projekt umsetzt. Klar ist natürlich, dass wir damit nicht Halt machen. Gerade mit dem Jaguar I-Pace, also unserem Elektroauto, sind da sicherlich viele Optionen möglich. Was genau das sein wird, müssen wir aber selbst noch definieren.

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