

„Wir bleiben beim Diesel“

Interview | Markus Leinemann, Seat-Vertriebsleiter in Deutschland, über die SUV-Offensive der Spanier, die neue Generation des Markenbestsellers Ibiza und die Zukunft des Dieselantriebs.



Foto: Christian Frederik Merten/Autoflotte

Markus Leinemann, Leiter Vertrieb Seat Deutschland, am neuen Ibiza | „Wir sehen ein sehr großes Kundeninteresse für das Auto“

– Herr Leinemann, die Seat-Neuzulassungen im relevanten Flottenmarkt sind im ersten Halbjahr um fast 23 Prozent gestiegen, während der Gesamtmarkt quasi stagnierte. Woraus resultiert diese für Sie positive Entwicklung?

Markus Leinemann: Das kann ich ganz klar sagen: Neue Produkte verknüpft mit einem guten Verkaufsprogramm, also mit guten Werkzeugen in der Verkaufsunterstützung, und das alles gepaart mit einem qualifizierten und motivierten Händlernetz vor Ort. Unter unseren Modellen erfreut sich vor allem unser erstes SUV, der Ateca, hoher Nachfrage. Aber auch der Leon, der im Januar sein Facelift erhalten hat, ist ein sehr wichtiges Fahrzeug für unser Flottengeschäft. Das gilt vor allem für den Kombi ST, weil der einerseits viel Platz bietet, andererseits aber auch sehr individualisierbar ist.

– Wie wirkt sich die hohe Nachfrage auf die Lieferzeiten aus?

M. Leinemann: Ateca-Kunden müssen auf ihr neues Auto derzeit leider teilweise je nach Ausstattung bis ins neue Jahr warten. Für diese Kunden bieten wir verschiedene Mobilitätslösungen an. Zum Beispiel in Form von Überbrückungsleasing oder anders organisierter temporärer Mobilität.

– Wie viele Ateca- und Leon-Kunden kommen derzeit von anderen Marken?

M. Leinemann: Insgesamt freuen wir uns über eine starke und stetig steigende Eroberungsrate. Diese Entwicklung beobachten wir sowohl im Flottenmarkt als auch im Privatkundenbereich.

– Ist das Ateca-Modellprogramm jetzt final? Der 2,0-Liter-TDI mit 150 PS und Frontantrieb war ja zeitweise nicht lieferbar.

M. Leinemann: Auch der 2.0 TDI mit 150 PS und Frontantrieb ist lieferbar. Ergänzend steht in Kürze der Ateca FR bei den Händlern. Das ist eine sportliche Ausstattungslinie, die

sich optisch deutlich von den anderen Modelllinien unterscheidet – aber auch innen, zum Beispiel beim Sitzkomfort.

– Konnten Sie den Ateca – Stichwort Car Policies und SUVs – ohne Probleme als User-Chooser-Angebot etablieren?

M. Leinemann: Ja, der Ateca kommt auch für User-Chooser in Frage. Dass SUVs wegen zu hohem Verbrauch oder CO₂-Ausstoß aus Car Policies ausgeschlossen wurden, gehört vielfach der Vergangenheit an. Außerdem hat der Ateca eine Größe, mit der er sich bestens auch für die Stadt eignet. Er passt also hervorragend in viele Car Policies.

– Sie bauen Ihr SUV-Angebot aber weiter aus, zunächst nach unten mit dem Arona. Wie relevant ist der Arona für Ihr Flottengeschäft?

M. Leinemann: Der Arona als kleiner Bruder des Ateca wird sehr wichtig für uns, auch im Flottengeschäft. Das Auto steht im vierten

Quartal 2017 bei den Händlern und ja, wir versprechen uns sehr viel von diesem Kompakt-SUV. Und aus diesem Grund planen wir für den Seat Arona auch ein entsprechendes Volumen.

– Oberhalb des Ateca tut sich mittelfristig aber auch etwas, richtig?

M. Leinemann: Ja, unser größtes SUV kommt im zweiten Halbjahr nächsten Jahres. Es wird sieben Sitze haben und unsere Designsprache mit eigener Identität fortführen. Wir freuen uns sehr auf dieses Auto, weil wir so unser Angebot in einem Wachstumssegment abrunden können.

– Gibt es schon einen Namen für das Auto?

M. Leinemann: Den suchen wir gerade, und zwar auf für uns ganz neuem Weg: Unter ein paar vorgegebenen Parametern hat Seat einen öffentlichen Wettbewerb für den Namen ausgerufen. Die Namen der Finalisten werden auf der IAA in Frankfurt bekannt gegeben. Jeder, der seine Stimme für seinen Wunschnamen abgeben möchte, kann dies dann zwischen dem 12. und 25. September tun. Der Name mit den meisten Stimmen wird dann am 15. Oktober als Gewinner verkündet.

– Wird das Auto langfristig den Alhambra ablösen?

M. Leinemann: Es ist ja ein völlig anderes Fahrzeugkonzept als der Alhambra. Der Alhambra ist ein großer Van, während unser neues Auto eben ein SUV sein wird. Da gibt es außer der Sitzplatzzahl keine Überschneidungen ...

– Bereits auf dem Markt ist aber der neue Ibiza. Da fokussieren Sie sich künftig auf den Fünftürer.

M. Leinemann: Genau. Und wir sehen ein sehr großes Kundeninteresse für das Auto. Zusammen mit Ateca und Leon zählt der Ibiza zu den drei Seat-Modellsäulen. Deshalb ist er für uns extrem wichtig. Und wir haben ihn von Grund auf neu entwickelt: Das Auto ist sehr dynamisch geworden und es bietet dank des fast zehn Zentimeter längeren Radstands und fast neun Zentimeter mehr Innenbreite ein ganz anderes Raumgefühl. Kurz: Der Ibiza ist erwachsener geworden, trotzdem aber jung und frisch geblieben.

– Und es wird ihn weiterhin mit Dieselmotoren geben?

M. Leinemann: Ja. Wir bleiben beim Diesel, auch beim Ibiza. Unser Gesamtdieselanteil

liegt bei etwa 30 Prozent. Und für viele Flottenkunden gibt es heute einfach keine Alternative zum Diesel. Verunsicherung spüren wir eher bei den Privatkunden.

– Alternativ bieten Sie aber vermehrt auch bivalente Erdgasfahrzeuge an. Welche Resonanz sehen Sie darauf im Flottenmarkt?

M. Leinemann: Einen CNG-Antrieb gibt es bei Seat im Mii, im Leon und ab Ende des Jahres auch im Ibiza. Ein Vorteil liegt hier natürlich in der Infrastruktur, die deutlich engermaschiger ist als bei anderen alternativen Antrieben. Auch deshalb gibt es im Gewerbekundenbereich Kunden, die sich eher vorstellen auf gasbetriebene Fahrzeuge umzustellen als auf einen anderen alternativen Antrieb. Zumal ja auch das Verbrauchsverhalten und die Reichweite der Fahrzeuge für sich sprechen.

– Alle Volumenmarken des Volkswagen-Konzerns haben mittlerweile Studien für E-Mobile vorgestellt – nur Seat nicht. Wie geht es auf diesem Gebiet weiter?

M. Leinemann: Auch wir werden ein E-Fahrzeug bekommen. Da freuen wir uns, die Entwicklungsressourcen unseres Konzerns nutzen zu können. Das ist ein Riesenvorteil. Geplant ist unser E-Auto für 2019. Welches Auto das genau sein wird, möchten wir zum jetzigen Zeitpunkt aber noch nicht sagen.

– Wenn wir auf das Thema Diesel zurückkommen: Wie weit sind Sie mit den Umrüstungen beim EA189?

M. Leinemann: Von den rund 100.000 Fahrzeugen, die in Deutschland im Markt sind inklusive der EU-Importe, sind bisher zirka drei Viertel umgerüstet. Die Kunden nutzen dafür in der Regel ihre normalen Servicetermine. Das spricht aus unserer Sicht dafür, dass sie die Umrüstung nicht als Notfall ansehen.

– Sie haben derzeit rund 75 Großkunden-Kompetenzcenter und 50 Small-Fleet-Business-Center. Wie ist hier der aktuelle Stand? Gibt es Weiterentwicklungen?

M. Leinemann: Wie gesagt: Unsere Händler sind für uns der Kontakt zum Kunden. Sie alle können und sollen Businesskundengeschäft machen. Besonders auf die Zielgruppe ausgerichtet sind aber unsere spezialisierten Partner, die Sie soeben genannt haben. Die unterstützen wir dann auch mit unserem Außendienst. Da haben wir aktuell qualitativ wie quantitativ ein Niveau erreicht, mit dem wir gut arbeiten können.

– Welche Neuerungen planen Sie mit Blick auf Ihre Serviceangebote?

M. Leinemann: Da konzentrieren wir uns derzeit auf eine Steigerung des Kundennutzens beim Leasing, zum Beispiel attraktive Raten, die Serviceleistungen wie Wartung und Verschleiß beinhalten. Allerdings ist es da so, dass wir da im Firmenkundenbereich bereits sehr gut aufgestellt sind und vor allem im Privatkundenbereich Potenzial sehen.

– Wenn wir aber beim Firmenkundenleasing auf die neuen IFRS-16-Vorgaben, also die neuen Bilanzierungsregeln, schauen, welche Konsequenzen wird das aus Ihrer Sicht für das Leasinggeschäft haben?

M. Leinemann: Wir achten darauf, wie diese Regeln konkret umgesetzt werden und ob der Kunde sein Einkaufsverhalten in Bezug auf Leasing, Finanzierung oder Mobilität neu entscheidet. Aber klar: Sobald sich die Bilanzierungsregeln ändern, müssen und werden wir das Thema so anbieten, dass es für unsere Kunden weiter attraktiv bleibt.

– Herr Leinemann, herzlichen Dank für das Gespräch.

| Interview: Christian Frederik Merten



Neues Kompakt-SUV Seat Arona | Ab dem vierten Quartal 2017 beim Händler