

„Modellspezifisch neue Zielgruppen“

Interview | Jens Schulz, Vertriebsleiter beim deutschen Mitsubishi-Importeur MMD Automobile, über die Resonanz im Flottenmarkt, den neuen Eclipse Cross und die Chancen als Teil der Renault-Nissan-Allianz.

– Herr Schulz, anders als in der Vergangenheit nehmen Sie aktuell verstärkt an behördlichen Ausschreibungen teil. Welche Zielgruppen sind dabei besonders interessant für Sie?

Jens Schulz: Grundsätzlich alle. Wir konnten schon einige Ausschreibungen von verschiedenen Polizeibehörden gewinnen, die wir mit Zugfahrzeugen für deren Pferdeeinheiten beliefern. Generell können wir dabei übrigens sagen, dass das Thema Plug-in-Hybrid bei Behörden auf noch größeres Interesse stößt als bei Privatkunden. Das gilt aber letztlich für den gesamten gewerblichen Kundenbereich. Wir merken, dass sich die Kunden jetzt für das Thema geöffnet haben und sich zumindest über die Technik informieren.

– Sie konnten Ihre Flottenverkäufe von Januar bis August um fast neun Prozent steigern. Geht das auch mit der Eroberung neuer Kundengruppen einher?

J. Schulz: Ja. Eine für uns wichtige neue Kundengruppe sind wie gesagt die Behörden. Darüber hinaus sprechen wir modellspezifisch neue Zielgruppen an. Beim Space Star sind das zum Beispiel Sozialstationen, karitative Einrichtungen oder auch Lieferdienste. Beim L200 sind es Garten- oder Landschaftsbauer oder Handwerksbetriebe. Hier arbeiten wir auch intensiv und gut mit der Servicegesellschaft Deutsches Handwerk (SDH) zusammen.

– Gegen den Markentrend haben Sie mit Ihrem SUV Outlander im Flottenmarkt aber verloren. Weshalb ist der Outlander für Flottenkunden nicht mehr so attraktiv wie in der Vergangenheit?

J. Schulz: Da möchte ich Ihnen widersprechen, der Outlander wird auch im Flottenmarkt weiterhin sehr gut angenommen. Wir sind mit der Entwicklung des Outlander sehr zufrieden. Der leichte Rückgang im Flottenmarkt resultiert aus einem Sondereffekt im letzten Jahr.

– Mit dem Eclipse Cross startet Mitsubishi ab Herbst erstmals seit sieben Jahren mit einem komplett neuen Modell. Was erwarten Sie sich von dem neuen Crossover?



Foto: MMD Automobile

Jens Schulz, Bereichsleiter Vertrieb bei MMD Automobile | Full-Service-Leasing künftig auch in Kooperation mit Leaseplan

J. Schulz: Der Eclipse Cross ist für uns insgesamt ein extrem wichtiges Modell. Er ist eine Mischung aus SUV und Coupé und bedient ein für uns völlig neues Segment, das zudem nur sehr wenige Wettbewerber bedienen. Auch im Flottenmarkt rechnen wir uns deshalb sehr große Chancen aus. Auch und gerade, weil immer mehr Fuhrparks ihre Verweigerung gegenüber SUVs aufgeben.

– Welche Kunden sprechen Sie mit dem Eclipse Cross konkret an?

J. Schulz: Designorientierte, aktive Menschen, die einen modernen Lebensstil führen und einen dynamischen SUV mit athletischem Design suchen, ohne auf Komfort und Nutzwert verzichten zu müssen.

– Sie starten zunächst mit einem 163 PS starken Turbo-Benziner. Welche weiteren Motorisierungen planen Sie mittelfristig für den Eclipse Cross?

J. Schulz: Bis spätestens Mitte nächsten Jahres ergänzen wir die Palette mit einem 2,2-Liter-Diesel. Ein Hybrid ist zum jetzigen Zeitpunkt allerdings nicht geplant.

– Sie setzen also weiter auf den Diesel?

J. Schulz: Kurzfristig wird der Diesel nicht zu ersetzen sein, wenn es um die Reduzierung des CO₂-Ausstoßes geht. Langfristig können aber auch wir nicht sagen, ob der Diesel

signifikant an Bedeutung verlieren wird oder nicht. Letztlich geht es da auch um das Verbrauchervertrauen in eine zuletzt viel diskutierte Technik.

– Wann gibt es einen neuen ASX und Pajero?

J. Schulz: Bis auf Weiteres werden wir den Pajero in bekannter Form anbieten. Wie es danach weitergeht, kann ich derzeit leider nicht sagen. Der ASX wird in der zweiten Hälfte 2018 ein weiteres Facelift erhalten, etwa 2020 kommt dann eine komplett neue Generation. Einen Ausblick auf den neuen ASX haben wir bereits auf der letzten Tokio Motor Show mit der Studie EX Concept gegeben.

– Ist bereits absehbar, welche produkttechnischen Auswirkungen die Übernahme Mitsubishis durch Nissan haben wird?

J. Schulz: Wir erhoffen uns von der Renault-Nissan-Allianz Zugang zu allen künftig relevanten neuen Technologien – von der Elektromobilität bis hin zum autonomen Fahren. Gleichzeitig werden wir sicherlich von den Synergien und Skaleneffekten profitieren, beispielsweise durch eine gemeinsame Einkaufspolitik. Von daher begrüßen wir diese Entwicklung sehr. Einen konkreten Modellfahrplan können wir aber Stand heute noch nicht kommunizieren. Erste Ergebnisse der Zusammenarbeit werden Sie aber voraussichtlich um das Jahr 2020 sehen.

– Die Marke Mitsubishi wird sich aber weiterhin auf das SUV-Segment konzentrieren?

J. Schulz: Ja, das ist weiterhin eine unserer Kernaussrichtungen. Die zweite ist und bleibt das Thema Elektromobilität.

– Wie entwickeln Sie Ihre Serviceangebote für Flottenkunden weiter?

J. Schulz: Grundsätzlich sind wir mit unserem Partner, der MKG Bank, im Bereich Finanzierung und Leasing bereits gut aufgestellt. Seit letztem Jahr arbeiten wir im Bereich Full-Service-Leasing europaweit aber auch mit Leaseplan zusammen. Erste Angebote aus dieser Kooperation platzieren wir derzeit im Markt.

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