

# „Ein wirtschaftlicher Motor“

**Interview | Wilfried Völsgen, seit Juni für das PSA-B2B-Geschäft in Deutschland verantwortlich, über die Zielgruppen der drei französischen Marken, neue SUVs und die Relevanz des Diesels.**

– Herr Völsgen, welche Strategie werden Sie für das Großkundengeschäft von PSA in Deutschland verfolgen?

**W. Völsgen:** Die generelle PSA-Strategie fußt immer auf dem Angebot der drei Marken Peugeot, Citroën und DS. Damit hat PSA auch im Flottengeschäft eine Position, die viele andere Hersteller nicht haben. Denn wir können jedem Kunden ein umfassendes und maßgeschneidertes Angebot vom A-Segment bis hin zum Segment der Luxury-SUVs, wo wir mit dem DS7 Crossback starten. Dazu kommen flächendeckend noch die Serviceleistungen, die wir unseren Kunden anbieten können.

– Wie positionieren Sie die drei verschiedenen Marken im Flottenmarkt?

**W. Völsgen:** Mit unseren Peugeot-Modellen sprechen wir einerseits User-Chooser, andererseits aber auch Funktionsflotten an. Bei den User-Choosern stoßen vor allem der neue 3008 und der 5008 auf große Resonanz, auch bei Kunden, die sich in der Vergangenheit gar nicht für die Marke Peugeot interessiert haben. Für Funktionsflotten sind dann vor allem die Kombiversionen von 308 und 508 interessant. Die Marke Citroën hat insbesondere mit C1, C3 und C4 Picasso zwar ebenfalls Produkte im Angebot, die für User-Chooser interessant sind. Der Fokus im Flotten- und Gewerbekundenmarkt liegt bei Citroën aber vor allem bei den Nutzfahrzeugen.

– Wie positionieren Sie Ihr neues kleines SUV Citroën C3 Aircross?

**W. Völsgen:** Mit dem C3 Aircross haben wir erstmals ein klassisches B-Segment-SUV im Angebot. Das ist gut für die Marke Citroën, und das ist auch eine Chance für unser B2B-Geschäft. Hauptsächlich werden wir hier natürlich ebenfalls im User-Chooser-Bereich aktiv werden.

– Und wann können wir mit dem neuen Citroën C5 Aircross rechnen?

**W. Völsgen:** Der C5 Aircross startet im vierten Quartal 2018. Nach Peugeot 2008, 3008 und 5008 haben wir dann zusammen mit dem kleineren Bruder C3 Aircross und dem DS7 Crossback sechs SUVs im Angebot, was den Markt komplett abdeckt.



Foto: Christian Frederik Merten/Autoflotte

**Wilfried Völsgen, Direktor Businesskunden, Nutzfahrzeuge und Gebrauchtwagen bei PSA Deutschland | Citroën C3 Aircross als Chance für das B2B-Geschäft**

– Ist dann ein Nachfolger für den Citroën C5 damit völlig vom Tisch?

**W. Völsgen:** Nein, darüber denken wir weiterhin nach. Denn die traditionelle Mittelklasse ist aus unserer Sicht ein Segment, das wir nicht vernachlässigen dürfen. Zurzeit bedienen wir es mit dem Peugeot 508, den wir 2018 ebenfalls neu auflegen werden. Aber das ist ja eben der große Vorteil von PSA: Auch wenn sich ein Modell einer Marke im Auslauf befindet oder wir auf den Nachfolger warten, können wir immer ein entsprechendes Angebot mit einer weiteren Konzernmarke machen.

– Zum Stichwort PSA-Marken: Auch im B2B-Geschäft bleibt Opel eigenständig, wenn es um Verkauf und Kundenbetreuung geht?

**W. Völsgen:** Ja. Peugeot, Citroën und DS auf der einen sowie Opel auf der anderen Seite werden den Flottenmarkt in nächster Zeit in getrennten Organisationen bearbeiten. Wir planen an dieser Stelle also keine Zusammenlegung.

– Am Ende ihres Produktlebenszyklus laufen der Citroën Berlingo und der Peugeot

Partner noch zu Hochtouren auf. Stützen Sie die Modelle mit besonderen Angeboten?

**W. Völsgen:** Wir sehen tatsächlich einen sehr guten Übergang zwischen den jetzigen Modellen und der neuen Generation, die wir 2018 einführen werden. Es ist absolut kein Einbruch der Nachfrage zu beobachten, ganz im Gegenteil. Ein Grund dafür sind sehr attraktive Angebote für die Auslaufmodelle, richtig.

– Auch der Peugeot 208 feiert derzeit exorbitante Zuwächse. Sind das noch Nachwirkungen Ihrer Kooperation mit 1&1 und Sixt im Frühjahr?

**W. Völsgen:** Natürlich haben wir über diese Kooperation einige Zulassungen für den 208 generiert, die sicherlich auch jetzt noch in die Statistik einfließen. Aber abgesehen davon ist das Gesamtergebnis, das wir mit dem 208 erzielen, nicht nur auf diese Marketingaktion, sondern generell auf die Beliebtheit des Fahrzeuges zurückzuführen. Das, was wir jetzt in den Zulassungsstatistiken sehen, ist also bereits ein erweitertes 208-Geschäft.

– PSA ist weltweit renommierter für seine Diesel-Motoren. Welche Rolle wird dieser Antrieb für Sie in den nächsten Jahren noch spielen?

**W. Völsgen:** Der Diesel wird in den nächsten Jahren nach wie vor Bestandteil unseres Angebots sein. Denn ich glaube nicht, dass innerhalb der nächsten zwei oder drei Jahre eine radikale Umstellung auf Hybrid- oder Elektroantriebe möglich sein wird. Der Diesel ist ja ein sehr wirtschaftlicher Motor, und wir werden ihn auch nach wie vor technisch weiterentwickeln, um den CO<sub>2</sub>- und NOx-Ausstoß zu reduzieren. Was aber auch klar ist: Parallel dazu arbeiten wir an Angeboten zu alternativen Antrieben. Die nächsten Generationen unserer Fahrzeuge kommen auch mit Hybrid- und Elektroantrieb. Langfristig möchten wir 80 Prozent unserer Fahrzeuge auch als Elektrovariante oder Plug-in-Hybrid anbieten. Die Vorreiterrolle übernimmt dabei DS, wo der Plug-in-Hybrid im DS7 Crossback kurz nach Marktstart kommt.

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