

# Erst probieren, dann wechseln

David Perdomo Hollatz war lange der deutsche Vertriebschef der Transporter mit Stern. Wir sprachen mit ihm bevor er im Oktober als Vertriebsleiter zu Mercedes Benz Cars wechselt.



Fotos: Lukas Müller/Mercedes Benz Vans, Rocco Swantusch

Seit 27 Jahren ist Perdomo Hollatz (r.) ein Daimlergewächs.

**Wir sprechen mit** David Perdomo Hollatz, Leiter Vertrieb und Marketing Mercedes Benz Vans Deutschland, in Berlin, genauer in der „Sprinter-City“. Die Niederlassung in Spandau wurde im Frühjahr 2025 zum Schauplatz des 30. Geburtstags des Sprinter, der nicht nur für über 50 Prozent des Absatzes von Mercedes-Benz Vans steht, sondern seit drei Dekaden eine ganze Fahrzeugklasse geprägt hat. Seit 2019 gibt es den Sprinter auch elektrifiziert.

**Der Sprinter blickt auf 30 Jahre zurück. Geben Sie uns einen Einblick in Ihre letzten 30 Jahre bei Mercedes-Benz?**

**David Perdomo Hollatz:** 30 Jahre gemeinsam mit dem Stern habe ich noch nicht geschafft, aber ich bin immerhin bald 27 Jahre für das Unternehmen tätig. Zunächst war ich im Pkw-Bereich und die vergangenen sieben Jahre bei den Vans. Seit zwei Jahren verantworte ich für Mercedes-Benz Vans den deutschen Markt, das internationale Flottengeschäft sowie

das internationale Gebrauchtfahrzeugmanagement.

**Sie kennen also sowohl die Pkw als auch die Transporter-Welt. Wo liegen die Besonderheiten des Flottengeschäfts?**

**D. Perdomo Hollatz:** Im Flottengeschäft, aber auch bei den gewerblichen Einzelkunden, geht es um zuverlässige und wirtschaftlich sinnvolle ‚Arbeitswerkzeuge‘. Gemeinsam mit dem Verkaufsberater, der in der Regel auch die Kontaktperson für den Service ist, analysiert der Kunde seine Fahrzeugbedürfnisse, wodurch eine enge und dauerhafte Kundenbeziehung entsteht. Mit der Wahl des oder der passenden Fahrzeuge erwirbt der Kunde das mobile ‚Werkzeug‘, das die betrieblichen Abläufe zuverlässig unterstützt.

**Der Kunde erhält von Mercedes-Benz sein ‚Premiumwerkzeug‘ für die Mobilität?**

**D. Perdomo Hollatz:** Mercedes-Benz Vans ist ‚der Partner‘ für die Mobili-

tätsbedürfnisse gewerblicher Kunden: von der Beratung über den Kauf bis hin zum Service – ergänzt durch die Finanzdienstleistungen von Mercedes-Benz Mobility, den Angeboten von Mercedes-Benz Rent sowie den Auf- und Umbaulösungen mit Mercedes-Benz Van-Partnern. Das Kennen und Verstehen der individuellen Kundenbedürfnisse, die intensive und individuelle Beratung, aber natürlich auch das Produkt sowie der Service sind für den Van-Kunden sehr wichtig – unsere Händler oder Agenten bedienen diese Anforderungen verlässlich und kompetent.

**Und mit dem neuen Vertriebsmodell von Mercedes-Benz besteht die Sicherheit, dass der Kunde das beste Angebot erhält?**

**D. Perdomo Hollatz:** Seit 2023 gibt es bei uns in Deutschland das echte Agenturgeschäft. In diesem übernimmt die Zentrale von Mercedes-Benz die Preissteuerung für den gesamten Markt. Das heißt, jeder Kunde erhält den zu dem Zeitpunkt bestmöglichen Mercedes-Benz Preis an jedem Standort. Ein Preisvergleich zwischen verschiedenen Standorten ist nicht mehr nötig. Damit können wir die bestmögliche Beratung im ausge-



**Zum eSprinter gehört natürlich das Ladesystem samt Ladekarte.**



Die qualifizierte Beratung ist für den Vertriebschef das A und O beim eSprinter.

wählten Standort des Kunden priorisieren und den Prozess für unsere Kunden effizienter gestalten, was von diesen positiv bewertet wird. Die hohe Wiederkaufsrate, die wir beim Sprinter haben, zeigt uns, dass wir hier richtig liegen. Unsere Kunden vertrauen mit Recht darauf, dass sie einen Premium-Van erwerben, der passgenau auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten ist.

**Gibt es auch Unterschiede innerhalb der Gruppe von Flottenkunden, welche am eSprinter interessiert sind?**

**D. Perdomo Hollatz:** Es gibt die Kunden, die eine konkrete Nachfrage nach elektrifizierten Transportern haben und diese in großem Umfang gegen ihre konventionellen Fahrzeuge austauschen. Dies betrifft vor allem große KEP- und Logistik-Flotten, die den eSprinter schon heute sehr intensiv nutzen. Die andere Gruppe ist sich hinsichtlich der Umstellung auf Elektromobilität noch unsicher und hat größeren Beratungsbedarf. Viele möchten die Elektromobilität erstmal ausprobieren, bevor sie grundlegend wechseln.

**Wie kann man die Gruppe der Flottenkunden, die noch keinen Drang**

**zum E-Umstieg verspüren, für den eSprinter gewinnen?**

**D. Perdomo Hollatz:** Qualifizierte Beratung ist das A und O – natürlich auch stets unter Berücksichtigung der optimalen Lösung für die individuellen Kundenbedürfnisse. Hinzu kommen Dienste für den Umstieg auf E-Mobilität und maßgeschneiderte Ladelösungen sowie – gemeinsam mit Partnern – eine Orientierung im Dschungel der Fördermöglichkeiten.

Mit flexiblen Finanzdienstleistungen wie Finanzierungs- und Leasingoptionen über die Miete bis hin zur Versicherung kann auf nahezu alle Bedürfnisse individuell eingegangen werden. Findet diese Beratung im Vorfeld nicht ausreichend statt oder bleiben Fragen unbeantwortet, bestellen die Fuhrparkbetreiber vielleicht einige Elektro-Transporter, nutzen diese aber nicht ausreichend oder binden sie nicht effektiv in die betrieblichen Abläufe ein. Die Folge ist, dass diese Fahrzeuge wenig genutzt und mit sehr geringen Laufleistungen zurückgegeben werden. Das hilft weder dem Flottenkunden noch uns als Hersteller. Der Kunde wird nicht dauerhaft von der Elektromobilität überzeugt, und wir selbst können ebenfalls am besten durch umfangreiche Erkenntnisse unserer Kunden im laufenden Betrieb weitere Erfahrungen gewinnen und noch besser werden.

**Welche weiteren Branchen außer den KEP- und Logistikdienstleistern sind hier aktuell schon leichter von den Vorteilen der e-Modelle zu überzeugen?**

**D. Perdomo Hollatz:** Es sind all jene Unternehmen aus Branchen, die ihre Routen und Zuladung gut planen und konstant halten können. Das heißt, im großen Schwankungen oder spontane



E-Potenzial sieht Perdomo Hollatz bei Handwerk, Catering und Service-Firmen.



Die enge Verzahnung zu Auf- und Umbauern ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor.

Änderungen an diesen für Verbrauch und Reichweite wichtigen Parametern sind dort eher selten anzutreffen. Eine gute Planbarkeit hilft also, und die gibt es bei sehr vielen Unternehmen in sehr vielen Branchen – nicht nur im KEP-Bereich. Das können dann Handwerksbetriebe, Cateringunternehmen oder Servicedienstleister aus unterschiedlichsten Branchen sein.

#### Wie hoch ist denn aktuell der Elektro-Anteil bei den Vans und wo soll er hingehen?

**D. Perdomo Hollatz:** Im vergangenen Jahr haben wir weltweit 19.500 eVans verkauft. Wir erwarten, dass der Anteil von Elektrofahrzeugen an unseren Neuwagenverkäufen bis 2030 bis zu 50 Prozent erreichen wird. Das Tempo der Transformation hängt dabei sowohl von den Marktbedingungen als auch von den Wünschen unserer Kundinnen und Kunden ab. Schon heute bieten wir in allen Bauweisen bei Mercedes-Benz Vans Elektrofahrzeuge an. Kundinnen und Kunden sowie Aufbauhersteller können in jedem Segment einen vollelektrischen Van wählen, egal ob für den gewerblichen oder den privaten Einsatz.

#### Momentan bremst die Politik die Ambitionen für die E-Quoten etwas aus. Was bedeutet das für ihre eigene E-Strategie?

**D. Perdomo Hollatz:** Der E-Antrieb ist aus unserer Sicht die Antriebsform der Zukunft, auch wenn sein Anteil langsamer steigt als ursprünglich gedacht. Deshalb wollen wir, unabhängig von äußeren Faktoren, den Elektroanteil bei unseren Verkäufen weiter steigern. Mercedes-Benz Vans wird

zukünftig eine Architektur nutzen, die sowohl Elektrofahrzeuge als auch Vans mit hochmodernen Verbrennungsmotoren umfasst. Alle neuen Vans werden auf dieser modularen, flexiblen und skalierbaren Mercedes-Benz Van Architecture basieren. Ab 2026 führen wir die vollelektrischen Modelle der Van Electric Architecture (VAN.EA) ein, die unsere Produkte und Services auf ein neues Niveau heben werden. Zusätzlich werden wir mit der Van Combustion Architecture (VAN.CA) künftig hochmoderne Vans mit Verbrennungsmotor anbieten. Mit diesem flexiblen Produktportfolio sichern wir uns eine wettbewerbsfähige Marktposition und stellen sicher, dass sich der E-Transporter für den Kunden auf TCO-Ebene rechnet.

#### Wie bleibt man beim Elektrotransporter wettbewerbsfähig?

**D. Perdomo Hollatz:** Um beim Elektro-Transporter im gewerblichen Umfeld wettbewerbsfähig zu bleiben, kommt es nicht darauf an, die größte Batterie oder die schnellste Lademöglichkeit zu haben. Viel wichtiger ist, dass das Gesamtpaket aus Hard- und Software sowie Service die effizienteste Lösung für die Transportaufgabe bietet. In puncto Hardware bietet unser aktueller eSprinter bereits als modernstes Fahrzeug in unserer Flotte gewerblicher Fahrzeuge einen effizienten Dreiklang aus Nutzlast, Vielseitigkeit und Reichweite.

#### Als Transporterhersteller betreiben Sie auch eigene Ladeparks. Ist das aus Ihrer Sicht notwendig?

**D. Perdomo Hollatz:** Wir bauen unser eigenes Ladenetz bis 2030 auf gut

10.000 Ladepunkte weltweit aus. Das ist Bestandteil unserer Gesamtstrategie zum Thema Elektromobilität und dient dazu, die Dichte an Lademöglichkeiten zu erhöhen und die Elektromobilität weiter voranzubringen. Wichtig ist es, ein bequemes Ladeerlebnis an öffentlichen Ladepunkten zu schaffen, insbesondere um den Einstieg in die Elektromobilität zu erleichtern. Mit unserem eigenen Ladedienst ‚MB.CHARGE Public‘ bieten wir unseren Kunden Zugriff auf eines der größten öffentlichen Ladenetze in Europa mit aktuell fast 900.000 Ladepunkten. Der Dienst zählt damit zu den größten Ladenetzwerken. In Deutschland deckt ‚MB.CHARGE Public‘ rund 98 Prozent aller öffentlichen Ladepunkte ab.

#### Viele Kunden haben eigene Softwarelösungen zum Beispiel für ihre Flotten entwickelt. Wie passen diese künftig in das Ökosystem von Mercedes-Benz?

**D. Perdomo Hollatz:** Unser digitales Ökosystem bietet Kunden aller Flottengrößen bereits heute attraktive Lösungen. Mit Mercedes-Benz Digital Extras steht jedem Kunden eine Plattform zur Verfügung, auf der er seine Fahrzeuge und relevanten Dienste verwalten kann. Für diejenigen, die darüber hinaus ein Flottenmanagement zur Verwaltung ihres Fuhrparks suchen, bietet Mercedes-Benz Fleet Pilot eine hervorragende Alternative. Große Flotten profitieren von einer vereinfachten Integration ihrer Fahrzeuge in bestehende Systeme. Auch seitens der genutzten Technologie werden wir mit VAN.EA und VAN.CA eine weitere Evolutionsstufe erreichen. Die Fahrzeuge werden das Mercedes-Benz Operating System (MB.OS) nutzen, welches u.a. zwei Dinge ermöglicht: Kunden können ihre externen Lösungen – etwa für Logistikflotten – anbinden und wir können durch permanente Updates sicherstellen, dass unsere Transporter immer auf dem neuesten Stand der Software sind.

Herzlichen Dank, Herr Perdomo Hollatz, für das Gespräch. 15