

Der Firmenkunde ist

Ortstermin beim Seat Autohaus Römer in Kaltenkirchen: Gespräche mit dem Händler, seinem Kunden TCC (The Car Consultants) und den Vertretern von Seat Deutschland über die Perspektiven der Marke im Flottengeschäft

Gerade durch den Elbtunnel Richtung Norden gefahren, erscheint auf der A 7 auch schon nach circa zehn Minuten die Ausfahrt Kaltenkirchen. Nur etwa 15 Kilometer nördlich von Hamburg entfernt liegend, präsentiert sich das knapp 30.000 Einwohner-Städtchen in exponierter Lage mit Nähe zum Hamburger Hafen – ein wirtschaftlicher Ballungsraum mit einer Vielzahl angesiedelter Unternehmen, vom kleinen Mittelständler bis hin zum Global Player.

Direkt am Ortseingang liegt das Autohaus Römer (www.seat-roemer.de), das als Familienunternehmen mittlerweile seit 20 Jahren ausschließlich die Marke Seat verkauft. „Uns liegt die Nähe zum Kunden besonders am Herzen,“ betont der Firmengründer und Senior-Geschäftsführer Karl Römer. „Deshalb haben wir uns damals entschieden, auch nur eine Marke in unser Programm aufzunehmen. Denn man sollte eine Sache richtig machen, anstatt viele nur halbherzig.“ Diese Geschäftsphilosophie hat sich offenbar bewährt, gemessen am Neuwagenabsatz zählt die Autohaus Römer GbR seit 2002 stets zu den Top Seat-Händlern in Deutschland. „Wir können stolz auf eine bewegte Zeit mit Höhen und Tiefen zurückblicken“, resümiert Thorsten Römer, Junior-Geschäftsführer und Vertriebsleiter für Verkauf an Groß- und Gewerbekunden. „Wir haben viel positives erlebt und mit der Marke Seat insbesondere in den letzten Jahren eine überaus fruchtbare Entwicklung in Gang setzen können. Zur Zeit verkaufen wir jährlich im Schnitt zwischen 1.100 und 1.200 Fahrzeuge, sowohl Neu- als auch Gebrauchtwagen, traditionell im Verhältnis 50 zu 50. Durch die Abwrackprämie fällt dieses Jahr natürlich der Neuwagenanteil deutlich höher aus, entsprechend ist der Gebrauchtwagenabsatz erwartungsgemäß zurückgegangen.“

Auch im Verhältnis zu den Firmenkunden steht der direkte Kontakt im Vordergrund, daher organisiert das Autohaus Römer immer wie-

der spezielle Veranstaltungen für gewerbliche Großkunden. Zur Markteinführung des neuen Seat Exeo beispielsweise lud der Händler zu einem Unternehmer-Brunch ein, um in entspannter Atmosphäre die Möglichkeit zu bieten, das neue Fahrzeug näher kennenzulernen. „Die Neukundenakquise ist bei uns permanentes Thema“, ergänzt Thorsten Römer. „Weil es in der heutigen, schnelllebigen Zeit vermessen wäre darauf zu setzen, dass diese Kunden von sich aus ins Autohaus kommen, besuchen wir mit unseren Verkäufern regelmäßig die Ansprechpartner in den Unternehmen, um den ständigen persönlichen Kontakt sicherzustellen. Außerdem hat sich im Firmenkundenbereich inzwischen längst herumgesprochen, „Wenn du ein zuverlässiges Autohaus brauchst, dann musst du zum Römer gehen.“



Geschäftsführer Thorsten Römer: „Die Neukundenakquise ist bei uns permanentes Thema, weil es in der heutigen, schnelllebigen Zeit vermessen wäre darauf zu setzen, dass diese Kunden von sich aus ins Autohaus kommen, besuchen wir mit unseren Verkäufern regelmäßig die Ansprechpartner in den Unternehmen.“

Im Autohaus arbeiten insgesamt 25 Angestellte, Thorsten Römer und zwei Mitarbeiter bilden das Vertriebsteam für Firmenkunden. Grundvoraussetzung für die Einstellung als Firmenkundenbetreuer ist, dass der Mitarbeiter zertifizierter Verkäufer ist und über fundierte Fachkenntnisse in Leasing- und Fuhrparkmanagement verfügt. „Unsere Mitarbeit-

er wissen genau worüber sie reden“, versichert der Junior-Chef. „Außerdem tauschen wir uns jeden Tag aus, so dass alle Mitarbeiter jederzeit über die jeweilige Kundensituation im Bilde sind und auch gezielte Hilfestellung leisten können. So sind wir selbstverständlich auch in der Lage, massgeschneiderte Konzepte für größere Konzerne anzubieten.“

Zwar stammt die überwiegende Mehrzahl der Kunden des Autohauses aus der heimlichen Region Hamburg und Schleswig-Holstein, einige Firmenkunden sind aber über das Bundesgebiet



verteilt angesiedelt, der südlichste Kunde sitzt in Lindau am Bodensee, der nördlichste in Flensburg. Bundesweite Zulassung, Zustellung, Abholung und die Erstellung von Gutachten gehören dementsprechend zum täglichen Handwerkszeug bei Römer, wie auch das Stellen von Langzeitüberlassungsfahrzeugen. Zudem arbeitet das Autohaus seit Jahren mit verschiedenen Leasinggesellschaften zusammen. Die Firmenkunden legen dabei viel Wert auf schnelle, flexible Lösungen, oder wie die Hanseaten sagen: „Ein Mann, ein Wort.“ Die Zugehörigkeit der Marke Seat zum Volkswagen-Konzern helfe außerdem dabei, attraktive Angebote für den Firmenkunden zu schnüren. „Wir wissen mit der Volkswagenbank und der Seat-Leasing starke Banken im Hintergrund, die mit ihren Dienstleistungsprogrammen das volle Spektrum abdecken können“, verdeutlicht Volker Werner, Vertriebsleiter Großkunden Seat Deutschland. „Außerdem



Die Firmenkunden-Betreuer tauschen sich jeden Tag untereinander aus: Thorsten Römer (Vertriebsleitung), Patrick Mohn, Marco Galgau, Timo Seefeld, Marc Baumbach (v.li.)

König



uns aufmerksam geworden, sie erwarten das Fahrzeug sogar mit Spannung. Mit diesem Modell wird uns in ganz vielen Unternehmen der Weg für andere Seat-Produkte freigemacht. Aufgrund der veränderten wirtschaftlichen



Im Autohaus arbeiten insgesamt 25 Angestellte, Thorsten Römer und zwei Mitarbeiter bilden das Vertriebsteam für Firmenkunden

Situation merken wir als Händler, wie stark der Markt zur Zeit nach Alternativen sucht und jetzt auch, was uns sehr freut, über die Marke Seat als potenzielles Fabrikat nachdenkt.“ Diesen positiven Trend spürt auch Volker Werner beim deutschen Seat Importeur in Mörfelden: „Der Seat Exeo ST wird uns die Türen zum Firmenkunden öffnen. Ein solches Mit-

werden wir nun auch noch ein Firmenkunden-Center etablieren, das unsererseits zusätzlich schnelle Entscheidungen und Lösungen begünstigt und unterstützt.“

Im Hinblick auf die Branchen seiner Firmenkunden kann Thorsten Römer inzwischen eine große Bandbreite verzeichnen, auch wenn große Kunden erst neuerdings auf die Marke Seat wirklich aufmerksam würden. „Diese bestellen momentan zwar eher noch in kleineren Mengen, aber das ist nicht ungewöhnlich. Wenn ein Kunde eine Flotte von beispielsweise 500 Fahrzeugen betreibt und unser Produkt bisher noch nicht kannte, will er die Fahrzeuge natürlich erst einmal in kleiner Stückzahl ausprobieren. Im Mittelstand hingegen fahren wir bereits die ersten größeren Erfolge ein und sind sehr zufrieden mit den bisherigen Verkaufszahlen.“

Wie allerdings gegenwärtig nahezu überall gestaltet sich in der Wirtschaftskrise der Firmenwagen-Verkauf nicht immer leicht. „Viele Unternehmen können aufgrund der unsicheren Zeit schlechter planen und wollen sich daher beispielsweise nicht an langfristige Leasingverträge binden“, beschreibt Römer die Lage 2009. „Gleichzeitig sind auch noch die Restwerte der Volumenmarken teils dramatisch gesunken, was die Leasingraten zwangsläufig erhöht. Allein das führt dazu, dass zahlreiche Unternehmen sich dazu entschlossen haben, die bisherigen Leasingverträge weiter zu verlängern, anstatt einen neuen, viel teureren abzuschließen.“

Dennoch ist die Stimmung im Autohaus als sehr zuversichtlich zu beschreiben, da die bisher aufgeschobenen Entscheidungen der Flottenbetreiber spätestens im nächsten Jahr zur Umsetzung anstehen werden. Auch Christian Wolf, Fachreferent Vertrieb bei der Seat Deutschland GmbH, glaubt an den 2010 einsetzenden Aufwärtstrend: „Genau das bestätigen auch unsere Informationen. In der Hoffnung, dass sich die Restwerte wieder erholen werden, schieben derzeit etliche Firmen anstehende Bestellungen hinaus.“

Die größten Hoffnungen für einen deutlichen Anstieg in den Volumenzahlen setzen alle Beteiligten aus dem Hause

Seat in den neuen Exeo (vorgestellt in Flottenmanagement 04/09 Seite 76-78), da der spanische Hersteller mit diesem Modell nun auch in der sehr flottenrelevanten Mittelklasse vertreten ist. Insbesondere von der Kombi-Variante Exeo ST erwartet Thorsten Römer sogar eine Signalwirkung für sein Geschäft: „Schon vor erscheinen des Exeo war Seat eine Marke mit unheimlich guten Produkten, aber kaum bekannt bei Firmenkunden. Jetzt sind sehr viele kleine, mittlere und auch große Unternehmen auf



Andreas Lochow, Geschäftsführer TCC, ist Römer-Kunde: „Gerade als beratendes Unternehmen im Fuhrpark-Bereich wollen wir nicht ein falsches Signal setzen, indem wir Wein trinken und Wasser predigen.“



Direkter Kontakt im Vordergrund: Kundengespräch im Autohaus Römer

telklasse Fahrzeug, das in Deutschland per se einen hohen Aufmerksamkeitsgrad genießt, hat uns bisher speziell im gewerblichen Bereich gefehlt. Obwohl wir uns eigentlich noch in der Phase befinden, in der wir noch kaum Fahrzeuge an den Handel ausgeliefert haben, bemerken wir jetzt schon eine äußerst hohe



Das Autohaus Römer verkauft seit 20 Jahren ausschließlich die Marke Seat: Christian Wolf (Seat Deutschland), Patrick Mohn, Marco Glagau, Marc Baumbach, Timo Seefeld (alle Autohaus Römer), Volker Werner (Seat Deutschland), Thorsten Römer (Autohaus Römer, v.li.)



Am Tisch in Kaltenkirchen: Karl Römer (Autohaus Römer), Volker Werner, Christian Wolf (beide Seat Deutschland), Thorsten Römer (Autohaus Römer), Sven Reimers (FM), Andreas V. Lochow (TCC, v.li.)

Nachfrage nach diesem Auto. Schon kurz nach Markteinführung ist der Exeo im Auftragseingang das volumenstärkste Fahrzeug bei den gewerblichen Kunden/Flottenkunden, wobei inzwischen auch noch die anderen Seat-Modelle in den Verkaufszahlen angezogen haben.“



„Ersatzfahrzeuge oder Hol- und Bring-Service sind an sich zwei ganz einfache Instrumente, die Kundenzufriedenheit zu gewährleisten“: Werkstatt im Autohaus Römer

Andreas von Lochow, Geschäftsführer des unabhängigen Fuhrparkberaters TCC für Flottengrößen zwischen 50 bis 500 Fahrzeugen mit Sitz in Hamburg, bestätigt als Firmenkunde des Autohauses Römer, den Seat-



„In der gegenwärtigen Wirtschaftslage dürfte es für die Unternehmen nicht mehr so schwierig sein, die Mitarbeiter zum Umstieg auf den Exeo ST zu bewegen, zumal in dieses Fahrzeug auch die modernen und leisen Common-Rail-Diesel verbaut sind“: Mechatroniker bei der Arbeit

Aufwärtstrend: „Im Kombi-Land Deutschland konnte Seat bisher bei Firmenkunden nicht so recht Fuss fassen, weil es keinen klassischen Kombi in der Modellpalette gab. Zudem wartet der Exeo ST nun mit höchst attraktiven Leasingkonditionen in der Mittelklasse auf. Das hat auch zur Folge, dass einige Firmen mittlerweile sogar überlegen, den gesamten Fuhrpark auf den Exeo ST umzustellen. Möglicher Beweggrund könnte hier sein, dass solche Unternehmen nach innen das Signal setzen wollen, dass gespart werden müsse, ohne dabei aber ein Downgrading durchzuführen oder auf Kosten der Qualität zu sparen.“ Das Image der Marke Seat habe durch den Exeo einen enormen Schub erhalten. Die Verwandtschaft zum Audi A4 sei unübersehbar und eine wichtiges Kaufmotiv für viele Firmenkunden. Auch dürfte es in der gegenwärtigen

Wirtschaftslage für die Unternehmen nicht mehr so schwierig sein, die Mitarbeiter zum Umstieg auf einen Exeo ST zu bewegen, zumal in dieses Fahrzeug auch die modernen und leisen Common-Rail-Diesel verbaut seien.

Für die Marke Seat hat sich das Unternehmen TCC hauptsächlich wegen des sehr guten Preis-Leistungsverhältnisses entschieden. „Gerade als beratendes Unternehmen im Fuhrpark-Bereich wollen wir nicht ein falsches Signal setzen, indem wir Wein trinken und Wasser predigen“, begründet Andreas von Lochow. „Wir raten in der aktuellen Wirtschaftslage zu einer Balance zwischen wertigen Fahrzeugen und Kosteneinsparung.“ Beim Service erwartet von Lochow, dass er sich auf seine Geschäftspartner stets verlassen kann. Das Autohaus könne sich die tollsten Module ausdenken, häufig sei aber fehlende Kommunikation die Hauptursache für einen unzufriedenen Kunden. Der verlässliche Partner zeige sich gerade in solchen Momenten. „Nach unseren Erfahrungen sind

vor allem Familienunternehmen besonders flexibel in der Kundenbetreuung“, verdeutlicht von Lochow. „Ersatzfahrzeuge oder Hol- und Bring-Service seien an sich zwei ganz einfache Instrumente, die Kundenzufriedenheit zu gewährleisten, erwiesen sich dann aber in der Abwicklung nicht selten als kompliziert. Seitens des Autohauses Römer wurden wir bei diesen Dingen stets bestens betreut, weil sich der Inhaber dann auch persönlich um die Angelegenheit gekümmert hat.“

Eine gute und verlässliche Kommunikation mit dem Autohaus Römer bestätigt auch Volker Werner: „Herr Römer unterhält zu uns den kurzen Draht, so dass wir jederzeit in der Lage sind, anstehende Probleme unbürokratisch für alle Beteiligten zu lösen. In diesem Geschäft geht es hauptsächlich um Schnelligkeit, wenn ein Firmenwagenfahrer auf sein Fahrzeug verzichten muss, kann er seiner Arbeit nicht nachkommen, was gleichzusetzen ist mit verlorener Produktivität. Dies gilt es natürlich unbedingt zu vermeiden. Mit dem Autohaus Römer arbeiten wir deshalb schon



Volker Werner, Vertriebsleiter Großkunden, neben Firmengründer Karl Römer: „Der Seat Exeo ST wird uns die Türen zum Firmenkunden öffnen. Ein solches Mittelklasse Fahrzeug, das in Deutschland per se einen hohen Aufmerksamkeitsgrad genießt, hat uns bisher speziell im gewerblichen Bereich gefehlt.“

seit 20 Jahren sehr gern zusammen, weil sich hier über die Zeit eine enge Vertrauensbasis aufgebaut hat, und beide Seiten sich darauf verlassen können, dass der Partner professionell arbeitet. Hier funktioniert eben Vieles auf dem kurzen Dienstweg.“