

E-Fahrzeuge nicht im Fokus

Interview | Marco Slawik ist seit April 2024 als Head of Replacement bei Enterprise Deutschland auch für das Ersatzwagengeschäft zuständig. Er rechnet vor, warum ein externes Verleihsystem höhere Effizienz bringt und eigene Fahrzeuge am teuersten sind.

asp: Beim Thema Ersatzmobilität sind die Bedürfnisse der Autohäuser und Werkstätten ganz unterschiedlich; wie tragen Sie diesem Umstand Rechnung?

M. Slawik: Wir sprechen mit unserem Angebot alle Segmente an und haben daher ein vielschichtiges Kundenportfolio. Es gibt beispielsweise keine Mindestabnahmen im Bereich Ersatzmobilität. Unabhängig von der Größe eines Kunden im Bereich Ersatzmobilität kümmern wir uns darum, die für ihn passenden Lösungen zu erarbeiten. Der Hauptfokus liegt auf der Customer-Journey des Endkunden. Es geht daher um die Frage: Wie kann dem Werkstattkunden bestmöglich geholfen werden? Wir kommen originär aus dem Bereich Ersatzmobilität, wir haben das Ersatzwagengeschäft in unserer DNA und kennen die Herausforderungen und Probleme der Kunden; Dennoch ist es wichtig, erst mal zuzuhören, denn jeder Betrieb hat seine eigenen Herausforderungen.

asp: Welche Argumente tragen Sie bei Beratungen in den Betrieben ins Feld?

M. Slawik: Ziel ist am Ende – neben einem Top-Kundenservice – immer auch eine Kostenreduktion für die Werkstätten. In der Potenzialanalyse geht es immer darum, Kosten zu reduzieren und Umsätze zu maximieren sowie mögliche



Foto: Enterprise Mobility

Marco Slawik, Head of Replacement bei Enterprise Deutschland

Risiken herauszunehmen. Grundsätzlich orientieren wir uns immer an der Vollkostenbetrachtung. Der Blick auf die wahren Kosten bei der Bereitstellung von Ersatzfahrzeugen kommt meist zu kurz und die meisten Betriebe empfinden es als herausfordernd, eine Vollkostenrechnung ihrer Ersatzwagen aufzustellen. Viele Kostenfaktoren sind oft gar nicht präsent. Darüber hinaus können wir Werkstätten dabei unterstützen, mehr Umsatz zu generieren, indem wir ihnen ermöglichen, ihre Arbeit nach Werkstattkapazität und nicht nach Verfügbarkeit von Ersatzfahrzeugen zu planen.

asp: Können Sie ein Beispiel nennen?

M. Slawik: Bei der Rückgabe von Fahrzeugen werden Schäden oft nicht erkannt oder aus Rücksicht auf den Kunden nicht verrechnet. Wenn man das mit eigenem Personal abwickeln möchte, das dafür in der Regel nicht geschult ist, werden Schä-

den zwangsläufig übersehen. Nachträglich können diese dann meist nicht mehr zugeordnet werden, auf diesen Kosten bleibt die Werkstatt sitzen. Ungelöst ist zudem die Frage, wie das Fahrzeug außerhalb der normalen Öffnungszeiten zurückgenommen werden kann. Im schlechtesten Fall werden Werkstatttermine nach Verfügbarkeit von Ersatzfahrzeugen gemacht. Und diese sind oft der Engpass.

asp: Wie sieht die Situation in den Werkstätten aus – woher haben die ihre Fahrzeuge?

M. Slawik: In der Praxis sehen wir ganz verschiedene Modelle. Die Markenbetriebe sind in den Programmen der Hersteller, viele kleinere Werkstätten haben auch eigene Fahrzeuge geleast oder gekauft.

In Spitzenzeiten müssen Autos zugemietet werden. Um es klar zu sagen: Eigene Fahrzeuge vorzuhalten, ist meist die teuerste Lösung. Dem stellen wir ein externes Verleihsystem mit nachweisbar höherer Effizienz entgegen. Dagegen glauben viele Werkstätten, dass sie sich nur über die eigene Abrechnung mit der Versicherung sich eine gewisse Marge sichern können. Umso größer ist dann das Aha-Erlebnis, wenn wir vorrechnen, was es wirklich kostet, selbst Autos vorzuhalten, wenn man auf die Gesamtkosten blickt.

asp: Wie geht die ideale Customer Journey?

M. Slawik: Wenn wir davon ausgehen, dass die Werkstatt mit Enterprise einen Vertrag hat, dann bekommen wir eine Information, sobald sich der Bedarf für ein Ersatzfahrzeug ergibt. Wir bekommen einen Anruf oder eine Info über digitale Wege, dass ein Fahrzeug benötigt wird. Zum vereinbarten Termin stellen wir ein

Kurzfassung

Marco Slawik glaubt, dass eine Vollkostenbetrachtung der Ersatzwagenstellung zugunsten eines Verleihsystems ausfällt. Allerdings fehlt es vielen Betrieben schon an den Daten, um richtig zu rechnen.

„Wir haben das Ersatzwagengeschäft in unserer DNA und kennen die Probleme.“

Marco Slawik, Enterprise

Ersatzfahrzeug und übernehmen die Abrechnung mit der Versicherung. In der Regel steht dem Kunden ein Fahrzeug in der Kategorie zu, die er aktuell fährt. Die Fahrzeugübergabe ist in der Regel bei Reparaturbeginn. Teilweise sitzen wir in großen Autohäusern inhouse. In der Regel fahren wir raus und übergeben vor Ort das Fahrzeug. Wir haben aber auch ein „Break-Down“-Szenario, wenn eine Panne passiert. Wenn wir verständigt werden, schauen wir, wie wir den Kunden mobil halten können.

asp: *Woran arbeiten Sie derzeit?*

M. Slawik: Wir arbeiten daran, unser Netzwerk und die Teams vor Ort auszubauen. Dazu gehört auch die digitale Infrastruktur. Ein wichtiges Projekt, an dem wir aktuell arbeiten, ist die weitere Digitalisierung und Automatisierung im Bereich der Ersatzwagenmobilität. Als unabhängiges, privat geführtes Unternehmen im komplexen Schadenbusiness sind wir daran interessiert, die Kosten für alle Beteiligten gering zu halten.

asp: *Was lässt sich in dem Geschäft automatisieren?*

M. Slawik: Unsere Mitarbeiter arbeiten bereits mit Tablets mobil. Wir können überall stationsunabhängig und mit wenig Personalaufwand Fahrzeuge zur Verfügung stellen. Wir haben die Informationskette weitgehend digitalisiert, was eine schnelle und einfache Abrechnung ermöglicht. Das führt insgesamt zu hoher Kosteneffizienz.

asp: *Wie ist Ihre Strategie in der E-Mobilität?*

M. Slawik: Als Mobilitätsanbieter unterstützen wir die Elektrifizierung und bieten E-Fahrzeuge an, sowohl batterieelektrische Fahrzeuge als auch Hybridfahrzeuge. Hier sind Augenmaß und Timing gefragt, da die Nachfrage von den Verbrauchern gesteuert werden muss. Daher

sind Elektrofahrzeuge im Ersatzwagengeschäft aktuell nicht im Fokus. Wir haben aber mit dem ein oder anderen Versicherer Pilotprojekte auf den Weg gebracht und prüfen derzeit verschiedene Ideen.

asp: *Wie geht der Netzausbau weiter?*

M. Slawik: Es geht um Ausbau, aber auch um Umbau. Wir wachsen weiter, was die Filialdichte betrifft – sowohl in den Städten als auch im ländlichen Raum. Wir sind aber auch dabei, Filialen zu verlegen, wenn die Bedingungen am alten Platz nicht mehr passen. Hier mangelt es meist an Platz, wenn die Standorte größer werden. Die Option, eine gute Ladeinfrastruktur aufbauen zu können, kommt als wichtiger Standortfaktor hinzu. In den größeren Städten wollen wir weiterhin zusätzliche Standorte hinzufügen.

asp: *Welche Rolle spielt die Nachhaltigkeit?*

M. Slawik: Enterprise legt beim Ausbau der Standorte großen Wert auf nachhaltige Bauweise. Wir bauen auch Filialen mit Solarpanel auf dem Dach oder mit eigener Brauchwasser-Aufbereitung für die Waschanlage. Die künftig benötigte Ladeinfrastruktur denken wir heute schon mit. Wer heute nicht auf Nachhaltigkeit setzt, läuft Gefahr, die Akzeptanz zu gefährden.

asp: *Wie hat sich die Bekanntheit der Marke Enterprise entwickelt?*

M. Slawik: Unsere Bekanntheit ist in den letzten fünf Jahren sehr stark gewachsen. Mancher Wettbewerber steckt Millionen in Werbung. Neben unseren Werbe- und Marketing-Aktivitäten setzen wir nach wie vor auf die Kraft der Empfehlung. Und wir streben gezielt sinnvolle Partnerschaften im B2B-Bereich an. Wir gehören derzeit zu den Top Drei der Autovermieter im deutschen Markt. Im Bereich der Ersatzwagenmobilität, also im „Replacement“, sind wir sogar Marktführer in Deutschland, weil wir schon immer unser Hauptaugenmerk auf dieses Segment gelegt haben.

asp: *Wie sind Sie im Bereich Ersatzmobilität vertriebllich aufgestellt?*

M. Slawik: Wir haben ein eigenes Vertriebsteam für den Bereich Ersatzmobilität. Es ist wichtig, die Kunden vor Ort zu beraten. Dann sehen wir auch die Abläufe vor Ort. Je mehr Informationen wir vom Management erhalten, desto besser können wir unsere Dienstleistung darauf abstellen. Dazu benötigen wir idealerweise Daten, mit denen wir arbeiten können, beispielsweise über Peakzeiten im Wochenverlauf. Wir können uns auf Anfragespitzen einstellen.

Das Interview führte Dietmar Winkler |

Zur Person

Marco Slawik ist ein Eigengewächs des Unternehmens und kam bereits vor 16 Jahren über ein Management-Trainee-Programm in NRW zu Enterprise. Danach war er zunächst im Firmenkundenbereich tätig sowie im Firmenkundenvertrieb in NRW. Fünf Jahre später war er als National Sales Manager verantwortlich für alle Großkunden im Mietwagenbereich, vor allem für alle Fleet- und Leasing-Kunden im Bereich der Non Captives. Später erfolgte der Wechsel in den Ersatzwagenbereich. Seit April 2024 ist Marco Slawik als Head of Replacement bei Enterprise Deutschland tätig.