

„Die Entwicklung des digitalen Kanals ist eine Herausforderung“

Interview mit Jean-Baptiste Charles und Clemens Spiegelhalter



Quelle: PSA Bank

Von der Übernahme von Opel durch den PSA-Konzern ist auch das Finanzierungsgeschäft betroffen. Im Januar 2017 hat die PSA Bank darüber hinaus den Markenauftritt vereinheitlicht und an den der Groupe PSA angepasst. Die bisherigen Namen Peugeot Bank, Citroen Bank und Opel Bank werden nicht weitergeführt. Jean-Baptiste Charles und Clemens Spiegelhalter sehen darin eine Stärkung der Marken. Zu den wichtigsten Herausforderungen für die Bank zählen sie die Digitalisierung. Hier komme es darauf an, gemeinsam mit und nicht gegen die Partner im Autohandel zu agieren. Neuerungen soll es 2018 geben. Bereits seit März 2017 ist „Free2Move“ am Markt. Mit der App, die die Angebote verschiedener Carsharing-Anbieter bündelt, will man dem Ziel näher kommen, führender Anbieter von Mobilitätsdienstleistungen zu werden. Red.

bm Worin sehen Sie die aktuellen und künftigen Herausforderungen der Captives in Deutschland?

Jean-Baptiste Charles: Wir sehen die Entwicklung des digitalen Kanals als eine Herausforderung: Wir denken, dass die Qualität der Captives gemeinsam mit dem

Händlernetzwerk der Schlüssel zur Kundenzufriedenheit ist. Also arbeiten wir an Lösungen, um die digitalen Erfahrungen mit den Erfahrungen der Händler zu kombinieren. Dies muss jedoch noch bis 2018 intensiviert werden.

bm Wie teilt sich Ihr Neugeschäft in Zahlen hinsichtlich Finanzierung, Leasing und Serviceleistungen auf, wie ist die Aufteilung zwischen Business- und Privatkunden?



Quelle: PSA Bank

Jean-Baptiste Charles, Geschäftsführer, PSA Bank Deutschland GmbH, Neu-Isenburg

Jean-Baptiste Charles: Das neue Automobilgeschäft beläuft sich bei uns auf zwei Drittel Leasinggeschäfte und ein Drittel Kreditgeschäfte. In den meisten Fällen wählen Kunden ein Serviceprodukt aus, womit sie den Nutzen des Fahrzeuges maximieren können.

bm Mit der Neustrukturierung sind die Fahrzeugmarken komplett aus dem Markenauftritt des Finanzdienstleisters verschwunden. Wären die nicht im Sinne der Bindung an die Marken doch wichtig, auch wenn im Hintergrund alle Systeme zusammenlaufen? Der Kunde fährt ja keinen „PSA“, sondern einen Peugeot oder Citroën.

Jean-Baptiste Charles: Die gesamte Groupe PSA hat ihre Strukturen verändert. Dies haben auch wir Anfang 2017 getan. Die PSA Bank Deutschland ist ein zuverlässiger und dynamischer Partner für die drei Marken Peugeot, Citroën und DS. In jeglichen Kundenbelangen stehen wir fest hinter allen drei Marken und repräsentieren diese jederzeit. Wir investieren genau in die Belange, die unseren Kunden am wichtigsten sind. Somit wollen wir erreichen, dass sie intensiv die Marke erleben und ein Teil davon werden.

Wir arbeiten mit allen Konzernmarken unter einem Dach, und was noch viel wichtiger ist: Die Produkte sind nur für die drei Marken Peugeot, Citroën und DS

in den Händlernetzwerken verfügbar. Das macht das Herzstück der Kundenerfahrungen aus. Die Nähe zu allen drei Marken ist stärker denn je – und diese wollen wir weiterhin verstärken.

bm Welche strategische Bedeutung hat die Direktbank? Ist das aktuell noch ein lohnendes Geschäft? Welches Einlagevolumen hat die Direktbank inzwischen? Und wie ist die aktuelle Entwicklung?

Jean-Baptiste Charles: Die PSA Bank Deutschland ist eine Full-Service Bank in Deutschland und die Anzahlungsmethode ist Teil einer Langzeitstrategie in Deutschland, aber auch in anderen Teilen Europas. Unser Tages- beziehungsweise Festgeld ist sicher und gut auf dem Markt platziert. Es ist eine wetterfeste Geldanlage für unsere Kunden!

bm Welchen Anteil nimmt das Finanzierungs- und Leasinggeschäft mit den Gebrauchten bei der PSA Bank ein?

Jean-Baptiste Charles: Gebrauchtwagenaktionen sind wichtiger Bestandteil der Markenerfahrungen. Die PSA Bank Deutschland arbeitet fest zusammen mit den Händlernetzen: Wie für Neufahrzeuge werden auch für Gebrauchtwagen mögliche Lösungen und Finanzprodukte angeboten. Diese gelten jedoch ebenso nur für die PSA-Markenhändler.

Die Volumina bei Finanzierung und Leasing von Gebrauchtwagen, die ungefähr 20 Prozent unserer Gesamtaktivität ausmachen, entwickeln sich im Jahr 2017 bisher sehr positiv.

bm Wohin wird die Digitalisierung das Geschäftsmodell treiben?

Jean-Baptiste Charles: Um zu diesem Thema zurück zu kommen, sind wir voller

Tatendrang, die Wünsche der Kunden zu erfüllen. Nur ist es stets wichtig, dass diese Entwicklung zusammen mit dem Händlernetz vorangetrieben wird und wir nicht gegen unsere Handelspartner agieren.

Für den Moment gilt es die, digitalen Erfahrungen für das Kundenmanagement auszuweiten und zu intensivieren. Jedoch arbeiten wir weiterhin an neuen Lösungen und Verbesserungen für das Jahr 2018.

„Wie für Neufahrzeuge werden auch für Gebrauchtwagen mögliche Lösungen und Finanzprodukte angeboten.“

bm Seit März dieses Jahres sind Sie mit dem neuen Angebot „Free2Move Lease“ am deutschen Markt unterwegs. Was verbirgt sich hinter diesem Angebot?

Clemens Spiegelhalter: Free2Move Lease ist die vierte Marke der Groupe PSA und bereits in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Spanien und Italien

aktiv. Die Marke vereint alle Themen rund um neue Mobilität und digitale Services. Als Teil des Wachstumsplans „Push to Pass“ Plans wurde sie entwickelt, um dem Wandel des Konzerns vom klassischen und erfolgreichen Automobilhersteller zum modernen Mobilitätsdienstleister zu signalisieren und zu forcieren.

„Stressfreie Mobilität“ und „Vernetzte Dienste und Mobilität“ bilden dabei die Kernthemen. Free2Move Lease stellt dabei einen von vier Geschäftsbereichen dar und richtet sich mit spezifischen Angeboten an B2B-Kunden.

Diese genannten Services (zum Teil auch Einzelservices) sind in einigen der angesprochenen Märkte in Europa bereits verfügbar und werden sukzessive in den kommenden Monaten in allen anderen eingeführt.

bm Sie sprechen von einer „neuen Generation von Leasing“? Was haben Sie am Kilometervertrag neu entdeckt?

Clemens Spiegelhalter: Wir möchten mit Free2Move Lease der bevorzugte globale Anbieter von Mobilitätslösungen bis 2030 werden. Dafür bieten wir ein breites Angebot innovativer Services: Mobilität rund um die Uhr, internationale Leasing- und Carsharing-Lösungen und Smart Services als vernetzte Dienste für einfache Mobilität.

Übertragen auf den Kilometervertrag, deckt dieser im Gegensatz zur Vergangenheit nur noch einen geringen Teil ab beziehungsweise kann eine mögliche Basis des heutigen und auch zukünftigen, hochflexiblen und maßgeschneiderten Gesamtangebotes für die Kunden sein.



Clemens Spiegelhalter, Direktor, Free2Move Lease, PSA Bank Deutschland GmbH, Neu-Isenburg