

## GEBRAUCHT-FAHRZEUGMARKT

Volvo Group Used Trucks



Christoph Huber,  
Direktor der Volvo Group Used Trucks

# Frischer Wind aus Schweden New Wind Blowing From Sweden

Volvo läutet in Deutschland eine strategische Neuausrichtung ein: Gebrauchte von Volvo und Renault werden unter dem Label Volvo Group Trucks gemeinsam verkauft

*Volvo is facing a strategic realignment in Germany. Used vehicles from Volvo and Renault will be sold jointly under Volvo Group Truck label*

Gebrauchte Trucks von Volvo und Renault wird es in Deutschland künftig unter einem Dach geben, das ist Teil einer umfassenden strategischen Neuausrichtung, mit deren Hilfe der schwedische LKW-Hersteller seine Marktstellung in Deutschland ausbauen will. Nach der in diesem Jahr abgeschlossenen Integration der Dienstleistungen beider Marken ist die Zusammenführung des Marktes für Gebrauchte LKW innerhalb der Volvo Group der nächste konsequente Schritt, das Potenzial an Synergien zu nutzen, das durch den Kauf von Renault-Trucks im Jahr 2001 geschaffen wurde. Durch die Integration von Volvo und Renault Trucks ergibt sich für den Kunden ein deutlich dichteres Service Netz in Deutschland. Seit dem 1. Juli diesen Jahres treibt die Volvo Group Used Trucks Deutschland unter der Leitung von Christoph Huber, bis 2012 Regional Direktor Nord/Ost von Renault Trucks Deutschland, die gemeinsame Vermarktung der Gebrauchte-LKW aus Schweden und Frankreich voran. Erste konkrete Maßnahme ist der inzwischen begonnene Umbau sowohl der bisherigen Renault- als auch der Volvo-Standorte zu Service-Centern, die künftig jeweils beide Marken betreuen werden. Die Volvo Group Used Trucks verfügt in Deutschland so ab sofort über ein flächendeckendes Netz von Standorten. Mit den Used Trucks Standorten

in Hamburg, Wildau, Essen, Bochum, Kassel, Berlin, Leipzig, München und Augsburg zeigt das neu geschaffene Label für Gebrauchte damit Präsenz in allen Regionen. Der Standort Leipzig dient in erster Linie als Support Standort zur Vermarktung in die ganze Welt. Teil des Konzeptes, dessen sichtbares Zeichen ein neues gemeinsames Branding sein wird, ist zudem die gleichberechtigte Vermarktung der Fahrzeuge beider Marken. Christoph Huber verspricht sich davon, dass „Mitarbeiter ihre spezifischen Kontakte auch weiterhin in gewohnter Form nutzen und ihren Kunden ein individuelles Angebot unterbreiten können.“ Ziel der Neuausrichtung bei Volvo ist indessen vorrangig eine deutliche Verbesserung des Services für Gebrauchte-Trucks und eine größere Angebotsvielfalt der Fahrzeuge. Ein nicht zu vernachlässigender Anteil dabei kommt dem geplanten gemeinsamen Pool aller aktuell verfügbaren Fahrzeuge der acht Standorte zu. Die Verfügbarkeit von Serviceleistungen und Fahrzeugen sind beides entscheidende Faktoren, die, wie der Blick zu Mitbewerbern zeigt, maßgeblich für eine bessere Marktabdeckung sind. Doch der Vermarktung innerhalb der Volvo Group Used Trucks kommt darüber hinaus noch eine weitere Bedeutung zu: „Bislang haben wir die Used Trucks faktisch völlig den freien Händlern überlassen“, wie Christoph Huber erläutert, „was dazu führte, dass unsere Fahrzeuge sehr schnell



*In Germany, used Volvo and Renault trucks will operate under one umbrella in the future. That's part of the Swedish manufacturer's comprehensive strategic realignment, to expand its market position in Germany. Following successful completion of the services' integration of both brands this year, the next logical step is welding together the markets of used trucks within the Volvo Group in order to take advantage of the potential of synergies that the purchase of Renault Trucks in 2001 has offered. The integration of Volvo and Renault Trucks will result in a great synergistic potential, concerning tight workshop supplies throughout Germany. As of July 1st, 2013, the Volvo Group Used Trucks Germany under CEO Christoph Huber, who has been head of Renault Trucks Germany until 2012, is boosting the joint selling of used trucks from both Sweden and France. As a first concrete action, the previous Renault and Volvo subsidiaries will be converted into service centers which will future support both brands. As of now, the Volvo Group Used Trucks provides an extensive network of company sites. Used trucks subsidiaries in Hamburg, Wildau, Essen, Kassel, Berlin, Leipzig, Munich and Augsburg affirm the new label's presence throughout all regions, whereby Leipzig will be the main support site for deliveries throughout the world. In addition to the newly designed common branding, the*



ins Ausland weiterverkauft wurden. Nunmehr ist es unser Ziel, mehr Gebrauchte in Deutschland zu halten.“ Wie Volvo diese Neuausrichtung kommuniziert und mit welchen Angeboten man Kunden zum Erwerb eines Gebrauchten der beiden Konzernmarken bewegen will, ist insofern alles andere als eine belanglose Frage. So punktet die Volvo Group Used Trucks analog zum Ausbau des Vertriebsnetzes auch mit einem umfassenden Leistungsspektrum für ihre Kunden, das neben einem stattlichen Service-Angebot rund um das Fahrzeug beispielsweise höchst attraktive Finanzierungsbedingungen und unterschiedlichste Konzepte beim Leasing umfasst. Letztere wiederum ergänzt eine Gap-Versicherung, die im Ernstfall die Differenz zwischen dem Wiederbeschaffungswert und dem Abrechnungswert eines Leasingvertrages absichert. Besonders herausgestellt möchte die Volvo Used Trucks Division überdies vor allem die Wartungs- und Garantie-Verträge sehen, die individuell auf die kundenspezifischen Belange zugeschnitten werden und den Kunden graduell abgestuft vom Risiko unabsehbarer Reparaturkosten entlasten. In diesem Zusammenhang bemerkenswert ist vor al-

lem die Einrichtung einer Garantieverlängerung für Used Trucks, die sich bis auf eine Laufleistung von 800.000 Kilometern erstreckt. Diese Leistungen sind indessen so individuell, dass ihre detaillierte Aufzählung jeden Rahmen sprengen würde. „Dienstleistungen“, so Huber, „leben vom persönlichen Gespräch, in dem man auslotet, was geht, und was nicht.“ Volvos Bestrebungen, den Markt mit Gebrauchten der Konzernmarken anzukurbeln, spielt zudem das sich abzeichnende Ausbleiben der Mautspreizung für Euro-6-Fahrzeuge auf bundesdeutschen Autobahnen in die Hände. Denn obwohl der Euro 6-Standard zum Jahreswechsel in Kraft tritt, hat die alte Bundesregierung für 2014 noch kein Konzept zur Mautspreizung vorgelegt. Und wie genau die neue Bundesregierung aussehen wird, ist noch völlig unklar. So ist davon auszugehen, dass in der Kürze der Zeit bis zum Jahreswechsel nichts mehr passieren wird. Damit fahren im nächsten Jahr aller Voraussicht nach Euro 5- und Euro 6-Fahrzeuge mit der gleichen Maut auf unseren Autobahnen. Was Anschaffung und Betrieb eines gebrauchten Euro 5-Fahrzeugs um so attraktiver macht: Obwohl der Erwerb mit deutlich geringeren Kosten verbunden ist, stehen ihnen im Betrieb keinerlei Mehrkosten bei der Maut gegenüber. Δ

*equal and joint marketing of both the vehicle brands is part of the concept. Christoph Huber expects his employees „to further use their specific contacts as usual and to submit customized offers to their clients.“ Volvo's realignment is targeted to comprehensively improve services for used trucks in addition to a larger diversity of the vehicle range. Another aspect is the upcoming joint pool of all vehicles available in the eight subsidiaries. Availability of both services and vehicles is of major importance for a better market coverage, as a look at the competitors proves. Particular significance is attached to another aspect of marketing within the Volvo Group Used Trucks: „So far, we have left the Used Trucks completely to the free resellers“, declares Christoph Huber, „this led to selling our vehicles very quickly to foreign countries. It's now our goal to keep more used trucks in Germany. It is important how Volvo is communicating its new focus, and which offers will make the customers purchase a used truck of both the company brands. Thus the Volvo Group Used Trucks scores not only with its enhanced sales network, but also with a comprehensive service offer around the vehicle and highly attractive financing and customized leasing terms. The latter also complements a Gap insurance which will protect against the difference of the replacement and the billing value in events of an emergency. Volvo Used Trucks Division is very appreciative of the fact that their maintenance and emergency contracts individually meet the customers' requirements, and gradually relieve them from the risks of incalculable repair costs. In this respect, the possibility of a warranty extension is important, which covers running times up to 800,000 km. However, these services are too diverse to explain. „Services live by personal one-on-one talk“, says Huber, „thus you can determine what works and what does not.“ Volvo's efforts to boost the used vehicles market with its company brands, is supported by the apparent non-implementation of more toll fee categories, concerning Euro-6 vehicles on German highways. Though the Euro-6 standard will enter into force by the end of 2013, the previous German Government hasn't yet presented a concept to extend the toll fee categories. And actually it's not totally clear how the new German Government will be composed. Thus, it is to be expected that nothing will happen within the short time until the end of the year. Therefore it can be assumed that the Euro-5 and Euro-6 vehicles on our highways will be charged with the same toll fee as we have today which makes purchasing and operating a used Euro-5 vehicle even more attractive. Though acquisition is combined with markedly lower prices, operation will be possible without additional toll fee costs. Δ*