
Interview mit Euro-Leasing-CEO Jörg Pape: „Mobilität bezahlbar halten“

Von Alexander Voigt

Unter dem Dach der Volkswagen Financial Services AG ist die Euro-Leasing GmbH der Vermietspezialist für Markenfahrzeuge des Volkswagen-Konzerns. Mit den Marken „VW FS Rent-a-Car“ und „Euromobil“ bietet das Unternehmen umfassende Mietlösungen an. Über die Zukunftspläne und aktuell anstehende Veränderungen sprach unser Mitarbeiter Alexander Voigt mit Jörg Pape, dem Sprecher der Geschäftsführung der Euro-Leasing.

Herr Pape, welche Funktionen übernimmt die Euro-Leasing GmbH im Volkswagen Konzern?

„Das ursprüngliche Geschäft der Euro-Leasing war die Vermietung von Truck und Trailer. Über Umwege kam das Geschäft dann 2014 von MAN zur VW FS AG. 2019 hat man das Unternehmen dann mit unserem PKW-Vermieter Euromobil, der schwerpunktmäßig Werkstatt- und Unfallersatzgeschäft sowie Langzeitmiete anbietet, verschmolzen. Wir haben jetzt die Marken „VW FS Rent-a-car“ und „Euromobil“ im Portfolio. Das PKW-Rentalgeschäft wird weiter ausgebaut. Die Euro-Leasing ist der gesetzte strategische Partner für die Marken des Volkswagen Konzerns in Deutschland. Die LKW-Vermietung wurde Mitte 2022 allerdings eingestellt. Dafür wurde zusätzlich ein Dienstleistungsbereich aufgebaut.“

Die Euro-Leasing hat also gar nichts mehr mit Leasing zu tun und ist es richtig, dass jetzt auch das Vermietgeschäft ausgegliedert wird?

„Richtig, die Euro-Leasing hat nichts mit Leasing zu tun. Die Entwicklung geht weiter. Wir werden zusätzlich Euromobil als Tochtergesellschaft zum 1. September aus der Euro-Leasing ausgliedern. Damit ist die Euromobil als Marke für alle PKW-Vermietaktivitäten zuständig. Die Euro-Leasing wird zur Dienstleistungsgesellschaft, die andere Konzernmarken bei Mobilitätsprojekten unterstützt.“

Und welche Entwicklungsperspektiven erwarten Sie für Euromobil?

„Wir haben das eigene Geschäft als VW FS Rent-a-car an 72 Stationen mit rund 200 Mitarbeitern. Darüber hinaus betreiben wir seit vielen Jahren sehr erfolgreich das Franchisegeschäft mit unseren Partnern im Handel. Hier gibt es rund 2000 Stationen, die wir mit unserem IT-System, den optischen Rahmen sowie mit unserem Außendienst unterstützen. Dieses Franchisegeschäft unter der Marke Euromobil läuft bei 1500 Partnern. Die weiteren 500 haben höhere Anforderungen hinsichtlich Systemlandschaft und Angebot und laufen unter VW FS Rent-a-car. Damit kann der Händler sein eigenes Vermietgeschäft weiter ausbauen.“

Wird „VW FS Rent-a-car“ zukünftig wie Europcar oder Sixt in den freien Markt einsteigen?

„Sie wissen, dass Volkswagen Europcar mit zwei weiteren Investoren erworben hat. Es wäre also nicht zielführend, dies zu tun. Europcar macht das Travel Business. Wir machen das Car Business als Mobilitätsdienstleister im Volkswagen Konzern in Deutschland.“

Und wie weit sind Sie über die Marke Volkswagen Pkw hinaus in die anderen Marken des Volkswagen Konzerns vorgedrungen?

„Wir vermieten alle Marken des VW-Konzerns mit Ausnahme der Luxusmarken und sind bei allen Partnern der Pkw-Marken inzwischen gut vertreten. Wir passen unsere Flotten auch ständig am Bedarf der Handelspartner an.“

Wo sehen Sie noch Wachstumspotentiale?

„Ich denke da an zwei Bereiche: Einmal geht es um die längerfristige Vermietung an Gewerbekunden und um das Auto-Abo für private Kunden. So hat jeder Fuhrparkmanager einen Bedarf, den er nicht mit Leasing abdecken kann, zum Beispiel für Dienstwagenberechtigte in der Probezeit oder in Projekten. Wir sehen bei der Langzeitmiete Wachstumschancen und werden uns darauf fokussieren. Inzwischen sind bereits zwei Drittel unserer Fahrzeuge zwischen 30 Tagen und 12 Monaten vermietet. Das schließt die Lücke zwischen Kurzzeit- bzw. Tagesmiete und dem Leasing, das in der Regel bei einem Jahr startet. Beim Auto-Abo sind wir – also künftig die neue Tochtergesellschaft namens Euromobil – der Operator für die Konzernmarken. Das läuft unter verschiedenen Marken, wie „Audi on demand“ oder „Cupra Auto-Abo“, „VW FS Auto-Abo“ usw.. Hier kümmern sich die Marken um das Angebot und den Vertrieb. Wir wickeln ab.“

Welche Kunden entscheiden sich für ein Auto-Abo?

„Das Auto-Abo ist ein interessantes Produkt für private Kunden, die eine hohe Flexibilität wünschen und sich nicht so lange binden wollen. Im Unterschied zum Leasing ist man eher bereit, dafür etwas mehr zu bezahlen. Das gilt besonders im Bereich E-Mobilität. Viele Kunden haben zunächst ein Elektrofahrzeug abonniert, um Erfahrungen damit zu sammeln. Das Auto-Abo hat noch viel Potenzial und wird sich als weiteres Finanzprodukt etablieren.“

Und wie soll es zukünftig vertrieben werden?

„Es ist sinnvoll, dieses Produkt online anzubieten. Wir wollen dabei aber unsere Partner nicht außen vor lassen. Der Handel kennt seine Kunden und die Erfordernisse. Gleichzeitig kommt das Auto auch zum Service zu unseren Partnern. Derzeit ist der Vertriebsweg Autohaus allerdings noch nicht so stark, wie die digitale Direktvermarktung des Auto-Abos. Das kann sich aber noch ändern.“

Gibt es denn auch Gebrauchtfahrzeuge im Auto-Abo?

„Wir sind gefordert, Mobilität bezahlbar zu halten. Es ist heute schon so, dass viele unserer Fahrzeuge im Auto-Abo zweijährige Gebrauchte sind. Das wird dann Teil des Mobilitätspakets sein.“ (aum/av)

Bilder zum Artikel



Jörg Pape.

Foto: Autoren-Union Mobilität/EURO-Leasing



Euro-Leasing.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Euro-Leasing



VW FS Rent-a-Car auf der Hamburger Jobmesse 2023.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Euro-Leasing
