

Highclass auf Flatrate

Book by Cadillac gibt potenziellen Kunden die Möglichkeit, über einen längeren Zeitraum Erfahrungen zu sammeln

Denken Sie an Cadillac, wenn Sie jemand nach Automarken der Oberklasse fragt? Klar, die Marke ist bekannt, aber hierzulande ist kaum jemand mit den Modellen vertraut. Im Jahr 2017 wurden in Deutschland nur 510 Neuwagen der General-Motors-Tochter zugelassen.

Es bedarf vertrauensbildender Maßnahmen. Eine ist das Programm Book by Cadillac: Wer die Modelle eingebunden in seinen individuellen Alltag kennenlernen möchte, lässt sich registrieren, kann ein Abo mit einem, drei oder sechs Monaten Laufzeit abschließen und hat dann Zugriff auf alle aktuellen Modelle sowie auf die Chevrolet Corvette und den Camaro.

Auch andere Marken haben Flatrates oder Abomodelle im Angebot (siehe Kasten), das von Cadillac scheint besonders attraktiv: Es gibt keine Kilometerbeschränkung, in der Monatsmiete ab 1500 Euro (für das sechsmonatige Abo) sind alle Kosten außer Benzin enthalten. Also auch Steuern, Vollkaskoversicherung (ohne Selbstbeteiligung) und die Bereitstellung des Wagens durch einen Concierge-Service (bookbycadillac.eu/de/).

Der Haken: Das Angebot gibt es außerhalb der USA aktuell nur in München. Die Stadt habe eine gute Größe und ein sehr interessantes Einzugsgebiet, die Menschen seien Neuem aufgeschlossen, begründet René Kreis, Head of Public Relations Cadillac and Chevrolet Performance Cars Europe, die Wahl Münchens als Standort des ersten Cadillac House außerhalb der USA, das im Sommer 2017 eröffnet wurde. „Unseren mit Kunst und Künstlern kombinierten Markenauftritt, der in sechs Wochen rund 30000 Besucher anzog, haben wir genutzt, um das innovative Konzept ‚Book by Cadillac‘ vorzustellen. Auf diesem Grundstock konnten wir aufbauen“, beschreibt Kreis die Ausgangssituation. Die Kommunikation sei mittels Facebook, PR, Empfehlungen und Dialogmarketing erfolgt. Die gute Resonanz auf ein viermonatiges Pilotprogramm bestärkte die Verantwortlichen dann zum Launch im Mai 2018.

Book by Cadillac startete 2017 in New York, es folgten Los Angeles und Dallas und nun München. Zielgruppe sind alle, „die sich für Premium- oder Hochleistungsautos interessieren und für die der Schritt zum Fahren eines Cadillac-, Corvette- oder Camaro-Modells bislang vielleicht zu groß erschien“. Mit der Resonanz zeigt man sich zufrieden, die Zahl der Interessenten übersteige das Angebot – die Höhe gibt Cadillac nicht bekannt.

Die positive Resonanz erklärt Cadillac auch mit den gewandelten Mobilitätsbedürfnissen. „Mit Book by Cadillac treffen wir den Nerv der Zeit“, ist Felix Weller, Vice President Cadillac Europe, Russia, Israel and Middle East, überzeugt. „Konventionelle Besitzmodelle dürften speziell für die jüngere Generation an Attraktivität verlieren oder möglicherweise schon bald völlig ausgedient haben. Diese Tendenz erkennt man heute schon an den immer beliebter werdenden Carsharing-Angeboten. Wir bieten einer schnell wachsenden Klientel den bezahlbaren Luxus, das passende Auto zum passenden Anlass zu fahren, ohne sich um lästige Prozesse kümmern zu müssen.“

Erste Zahlen sowohl aus den USA als auch aus München scheinen Weller zu bestätigen: Demnach seien zwei Drittel der Book-by-Cadillac-Abonnenten zwischen 26 und 38 Jahren und damit deutlich jünger als die Kauf- und Leasingkunden – Cadillac erschließt sich mit seinem Service offenbar eine jüngere Zielgruppe.

Und bei der sind die PS-starken Modelle besonders gefragt: „Die Corvette ist am beliebtesten, da ist die Nachfrage größer, deswegen haben wir hier die Nutzung auf sieben Tage am Stück begrenzt, dann muss der Wagen einem neuen Interessenten zur Verfügung stehen. Jeder Abonnent kann sie dann aber später wieder buchen“, erzählt Kreis. Danach folgten das große Luxus-SUV Escalade und die Hochleistungslimousine CTS-V, deren Bruttolistenpreis jeweils über 100000 Euro liegt. Im Schnitt behalte der Kunde ein Modell zwischen 10 und 15 Tagen.

Im Prinzip macht Cadillac mit seinem Programm Book im Oberklassesegment Autoverleihen wie Avis, Sixt und Hertz Konkurrenz, die zum Teil bereits auf die tendenziell veränderten Mobilitätsbedürfnisse reagiert haben (siehe Kasten rechts). Aber natürlich spielt der Faktor Marketingkommunikation auch eine große Rolle, bestätigt Sprecher Kreis: „Es geht uns darum, es interessierten Menschen schmackhaft und möglichst komfortabel zu machen, eines unserer Modelle zu fahren. Wir wollten die Zielgruppe möglichst groß halten und ihr ermöglichen, unser gesamtes Modell-Portfolio erleben zu können.“

Obwohl in erster Linie Menschen im Großraum München angesprochen werden, kommen einzelne Kunden aus Großstädten wie Berlin, Potsdam, Köln und Salzburg. Das Programm werde, so Cadillac-Europe-VP Weller, ausgeweitet: „Wir prüfen weitere Metropolen in Deutschland und den Nachbarländern für eine mögliche Ausweitung. Hoch im Kurs stehen aktuell Düsseldorf und Köln, aber auch Zürich.“

Wolfgang Borgfeld

Mobilitätsservice, Auto Abo, Flatrate, Fixe Miete – allen Angeboten ist gemein, dass registrierte Nutzer über einen definierten Zeitraum von einem bis zu 24 Monaten flexibel unterschiedliche Modelle einer Marke zu einem Fixpreis nutzen können. Diese Flatrate deckt oft (aber nicht immer) alle Kosten bis auf Benzin ab. Weit überwiegend sind die Angebote bislang auf einzelne Städte begrenzt.

„**Audi Select**“ wird aktuell nur in Dänemark und in den USA im Großraum Dallas/Fort Worth angeboten. (Audiselect.com)

„**Access by BMW**“ ist ein Abo-Programm, das seit Mai dieses Jahres in den USA in Nashville/Tennessee angeboten wird. (Accessbybmw.com)

„**Mercedes me Flexperience**“ ist ein Pilotprojekt, das mit den Autohandelsgruppen Beresa in Münster und Osnabrück sowie Lueg (<http://bit.ly/LuegFlexperience>) in Bochum und Essen durchgeführt wird. Kunden können aus vier Fahrzeugkategorien wählen und dann binnen zwölf Monaten bis zu zwölf unterschiedliche Wagen fahren. Die monatliche Rate beträgt je nach Kategorie zwischen 750 und 1800 Euro.

„**Porsche Passport**“ wird nur in Atlanta/Georgia angeboten. (Porshepassport.com)

„**Care by Volvo**“ ist für 6, 12, 24 oder 36 Monate buchbar. Fahrzeuge werden über die Volvo-Partner zugestellt. Auch hier sind sämtliche Kosten der Fahrzeugnutzung bis auf den Kraftstoff in der Flatrate enthalten, die für einen Volvo V60 Kombi ab 599 Euro pro Monat beträgt. (Volvocars.com/de/carebyvolvo)

Sixt: Auf die veränderten Marktgegebenheiten hat Sixt mit dem Angebot eines „maßgeschneiderten Auto Abos“ reagiert: Bei einer Laufzeit von sechs oder zwölf Monaten können zwei

beziehungsweise vier Fahrzeuge zum monatlichen Fixpreis ab 699 Euro gemietet werden (3000 Freikilometer pro Monat). Auch hier sind alle Kosten außer Kraftstoff enthalten. (Sixt.de/auto-flatrate)

Cluno: Ein ähnliches Angebot kommt von Cluno.com/de. Hier sind die monatlichen Freikilometer auf 1250 begrenzt, außerdem wird eine Startgebühr von 299 Euro erhoben.

Erschienen in:

Horizont 41 vom 11.10.2018 Seite 78

Report Automarketing - Marken & Modelle