

Gespräch mit Peter P. Schoppmann, Rolls-Royce Motor Cars

Der 102 EX ist geparkt

Mit Peter P. Schoppmann, Regionaldirektor Deutschland von Rolls-Royce Motor Cars, sprachen wir u. a. über die Servicebetreuung älterer Baureihen durch Bentley, über Emissionsnormen und alternative Antriebe sowie über eine mögliche Dauerausstellung zur Markengeschichte in München.

Vermutlich abgesehen vom Silver Seraph, dürfte das gesamte heutige Servicegeschäft für bis Ende des letzten Jahrtausends gefertigte Rolls-Royce beim Wettbewerber Bentley liegen.

Das ist grundsätzlich richtig, wobei das exakte Trennungsdatum 1. Januar 2003 lautet. Für sämtliche zuvor ausgelieferten Rolls-Royce einschließlich Silver Seraph liegt die Aftersales-Verantwortung bei der Volkswagen-Gruppe, wahrgenommen durch die Marke Bentley. Dieser Punkt ist ein Bestandteil des Übernahmevertrags aus dem Jahr 1999.



Prototyp Rolls-Royce 102 EX aus 2011 mit batterieelektrischem Antrieb. Das Kürzel EX steht für Experimental.

Wie geht man in Ihrer Serviceorganisation mit Besitzern von Rolls-Royce Silver Seraph oder Bentley Arnage Green Label um, die ihre Limousinen, bedingt durch die Antriebsstränge, innerhalb der BMW Group betreut wissen wollen? Selbstverständlich würden unsere Handels- und Servicepartner versuchen zu helfen, auch wenn die Serviceverantwortung nicht bei uns liegt. Allerdings fehlt ihnen die Expertise zu den Baureihen bis einschließlich 2002. Würden Ersatzteile benötigt, könnten diese schnell besorgt werden, nicht aber die Expertise.

Wirkt die Servicebetreuung älterer Rolls-Royce durch den Wettbewerber Bentley nicht als großer Nachteil für den Verkauf von Neuwagen?

In den letzten Jahren gab es noch wichtigere Fragestellungen zu beantworten, in welche Richtung sich die Marke weiterentwickeln soll zum Beispiel. Es ist aber nicht so, dass wir damit die Historie unserer Marke negieren. Die 110-jährige Markengeschichte ist für uns sehr wichtig, was die Ausstellung „Strive for Perfektion“ im BMW-Museum, Auftritte auf den Oldtimermessen Techno Classica und Retro Classics sowie Kontakte zu den Markenclubs, beispielsweise zum Rolls-Royce Enthusiasts' Club, dokumentieren. Ich betrachte die Servicebetreuung älterer Rolls-Royce durch Bentley nicht als großen Nachteil. Man muss mit diesem Problemfeld umgehen.

Wodurch unterscheiden sich Käufer der Baureihen Ghost und Phantom?

Ghost und Phantom sind völlig unterschiedliche Produktkonzepte. Phantom-Kunden werden oft gefahren, während Ghost-Kunden zu 90 Prozent Selbstfahrer sind. Auch altersmäßig unterscheiden sich die beiden Zielgruppen: Ghost-Kunden sind 50+, Phantom-Kunden eher 60+; die Differenz von zehn Jahren ist doch sehr prägnant. Ein dritter Punkt: Der Phantom, von dem in Deutschland das Vorurteil existiert, er sei nur für gekrönte Häupter bestimmt, passt mit 5,80 Meter in der Kurz- und 6,05 Meter in der Langversion in keine normale Garage. Hingegen gilt der Ghost als akzeptierte Businesslimousine, zwar länger als ein langer BMW 7er, aber für Selbstfahrer.

Muss bei der Einstufung des Phantom als Chauffeurswagen nicht zwischen vier- und zweitürigen Varianten unterschieden werden?

Das ist richtig. Die Phantom-Familie besteht aus den beiden Limousinen mit verschiedenen Radständen sowie aus dem Coupé und dem Cabrio, das wir Drop-head Coupé nennen. Allerdings spielt das Coupé in Deutschland keine große Rolle. Bei den zweitürigen Phantom-Varianten sitzen meist Selbstfahrer am Steuer.

Ist eine Baureihe unterhalb des Ghost denkbar?

Ganz klar nein. Wir messen uns im Segment GKL++ jenseits von 200.000 Euro, was praktisch unsere untere Grenze ist. Unser Weg führt uns also in der Preispositionierung zumindest seitwärts.

Innerhalb der EU werden die Emissionen des Straßenverkehrs immer strenger begrenzt. Derzeit gilt für Neuwagen die Abgasnorm Euro 6. Bei Rolls-Royce hingegen haben hohe Werte für Hubraum und Leistung Tradition. Wie kann das künftig zusammenpassen?

Wir sind sehr froh, dass die Marke Rolls-Royce zur BMW Group gehört, wo mannigfaltige Möglichkeiten zur Senkung von Verbrauch und Emission bestehen. So stammen die diesbezüglichen Verbesserungen des aktuellen Ghost Series II aus dem großen „Lager“ der BMW Group. Wir evaluieren aber auch andere Antriebskonzepte, wie vor drei Jahren den Rolls-Royce 102 EX, den elektrifizierten Phantom mit einer Reichweite von knapp 300 Kilometern. Die Rückspiegelung der Kunden lautete allerdings: kein Interesse, weil zu kurze Reichweite und zu lange

Ladezeit. Das wird sich aber noch entwickeln. Innerhalb der BMW Group wäre auch ein Plug-in-Hybrid möglich.

Was wurde aus dem Rolls-Royce 102 EX?

Der 102 EX ist ein tolles Fahrzeug, von dem wir begeistert waren, weil wir uns einen elektrifizierten Phantom zunächst nicht vorstellen konnten. Das Konzept funktioniert zwar, ist aus den genannten Gründen aber zunächst geparkt.

Auf einigen Fachveranstaltungen, zum Beispiel dem Wiener Motorensymposium, wurde ein anderer Trend deutlich: Erdgas. Ist vorstellbar, dass ein Rolls-Royce-Fahrer Erdgas tankt?

„Ich betrachte die Servicebetreuung älterer Rolls-Royce durch Bentley nicht als großen Nachteil.“

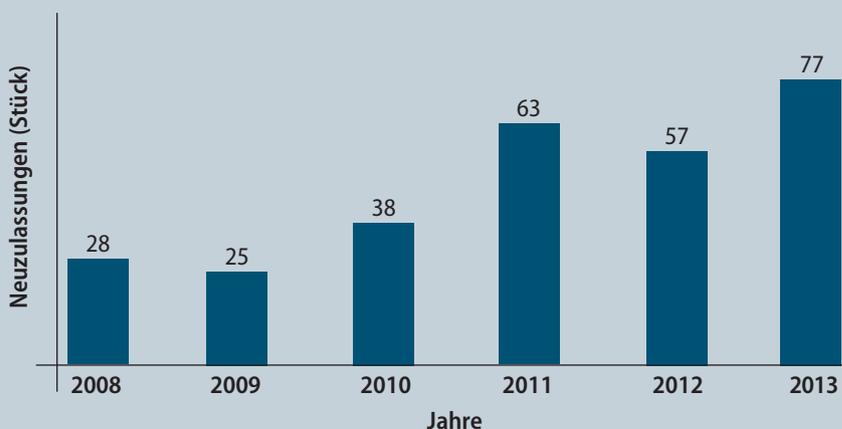
Zur Person

Peter P. Schoppmann

- ✓ Jahrgang 1957
- ✓ Industriekaufmann (Pharmazeutik), Diplom-Betriebswirt
- ✓ seit 1984 bei der BMW Group (größtenteils Auslandstätigkeiten für BMW, Mini, Rover und Land Rover, zuletzt Projektleiter Marketingstrategie China)
- ✓ 2006 bis 2010 Regionaldirektor Mittlerer Osten und Nordafrika bei Rolls-Royce Motor Cars
- ✓ seit Herbst 2010 Regionaldirektor Deutschland bei Rolls-Royce Motor Cars



Neuzulassungen 2008 bis 2013*



* Pkw der Marke Rolls-Royce in Deutschland

Quelle: KBA



Für bis Ende 2002 ausgelieferte Rolls-Royce liegt die Serviceverantwortung vertragsgemäß beim Wettbewerber Bentley.

Ausschließen würde ich es nicht. Aktuell wird innerhalb der BMW Group eher in Richtung Plug-in-Hybrid und rein elektrischer Antrieb entwickelt.

Rolls-Royce engagiert sich seit dem vergangenen Jahr auch in der BMW-Welt, dem Kunden- und Auslieferungszentrum nahe BMW-Werk, BMW-Museum und Olympiazentrum. Wie sind Ihre diesbezüglichen Erfahrungen?

Das war eines meiner ersten Projekte. Ich wollte schon 2010 in die BMW-Welt, um die Marke sichtbar und die Produkte an-

fassbar zu machen. Doch damals war sie noch der Marke BMW vorbehalten. Aus meinem Ansatz einer Sonderausstellung zu Rolls-Royce wurde dann die BMW-Group-Welt mit den vier Marken BMW, Mini, Rolls-Royce und BMW Motorrad. 2013 verzeichnete die BMW-Group-Welt fast drei Millionen Besucher, und ich bin fest davon überzeugt, dass sich alle drei Millionen auch die Rolls-Royce-Lounge angesehen haben. Die neue Strategie der BMW-Group-Welt dürfte uns also sehr geholfen haben. Aus diesem Erfolg resultiert auch die derzeitige Sonderausstellung im BMW-Museum anlässlich der 110-jährigen Markengeschichte, die 2013 rund 500.000 Besucher sahen. Das gab es für eine Sonderausstellung noch nie.

Apropos: Die Sonderausstellung „Strive for Perfection“, ursprünglich geplant von März 2013 bis März 2014, wurde um ganze sechs Monate bis Ende September 2014 verlängert. Wäre statt einer Wechselausstellung nicht auch eine Dauerausstellung der Marke angemessen?

Es gibt durchaus Hoffnung. Konkret will ich mich noch nicht dazu äußern, weise aber darauf hin, dass die BMW Group kürzlich bekanntgab, von Knorr-Bremse eine Immobilie gekauft zu haben. Vielleicht lässt sich in diesem Zusammenhang etwas machen. In Deutschland, ihrem zweiten Heimatmarkt, ist die Marke Rolls-Royce noch lang nicht dort, wo ich sie haben will. Es gibt viel zu tun, und dabei spielt auch dieser Punkt eine Rolle. Unser Markenarchiv, das wir seit Jahren sukzessive aufbauen, ist ja auch in München angesiedelt und nicht in Goodwood. Was allerdings auch etwas mit den Platzverhältnissen und der Erfahrung von BMW Group Classic zu tun hat.

Die Sonderausstellung „Strive for Perfection“ verzeichnete 2013 rund 500.000 Besucher.

Herzlichen Dank für die zahlreichen Informationen. Das Gespräch führte Peter Diehl.



Bespoke-Quote 2013

Rolls-Royce-Baureihe	Bespoke-Quote*
Ghost (alle Varianten)	95 Prozent
Wraith (Marktstart: Herbst 2013)	80 Prozent
Phantom (alle Varianten)	100 Prozent

* Personalisierungsquote (Neuwagenbestellungen 2013 in Deutschland mit mindestens einer Ausstattung aus dem Bespoke-Programm); Quelle: Rolls-Royce

AMI 2014 Im Séparée

Die Marke Rolls-Royce wird zwar an der Leipziger Messe Auto Mobil International (AMI, 31. Mai bis 8. Juni 2014) teilnehmen, aber nicht in einer der fünf Messehallen ausstellen. Vielmehr hat man mit den beiden Fahrzeugexponaten Ghost Series II und Wraith die Sonderausstellung „Luxusfahrzeuge und Supersportwagen“ in der Glashalle belegt.



Blick in die Rolls-Royce-Sonderausstellung „Strive for Perfection“ im Münchener BMW-Museum