

## FUHRPARKMANAGEMENT

# Lösungen aus einer Hand

Eine Fuhrparkmanagement-Gesellschaft, die Teil einer Autohaus-Gruppe ist, kann viel mehr bieten, als nur Verträge zu verwalten: Kundenbetreuung von A bis Z.

## KURZFASSUNG

Mit einem modular aufgebauten Fuhrparkmanagement-Angebot rundet die Graf-Hardenberg-Gruppe ihr Dienstleistungsspektrum ab und stellt sich für die Zukunft auf. Die Nachfrage ist groß und die Kundenbindung steigt.

**D**ie neu gegründete Fuhrparkmanagementgesellschaft der Graf-Hardenberg-Gruppe kann sich vor Anfragen kaum retten. „Wir stellen derzeit monatlich neues Personal ein“, berichtet Prokurist Thorsten Eisenbarth. Schon vor dem Start mit der neuen Firma hatte der große Volkswagen-Partner im Süd-Westen ein sehr gutes Flotten- und Gewerbekundengeschäft: 8.000 der 2015

verkauften 13.000 Neuwagen gingen in diesen Kanal. Allein in Karlsruhe bedient der Anbieter 270 Flottenverträge, in der Gruppe sind es 400. 40 Mitarbeiter sind in Vertrieb und Back-Office nur damit beschäftigt.

Am 1. Juli startete das frühere Großkundenleistungszentrum aber in eine neue Dimension: „Mit der neuen Gesellschaft schaffen wir es, unseren Groß- und Flottenkunden einen kompletten und transparenten Service zu bieten und sie von A bis Z zu betreuen“, erläutert Geschäftsführer Christian Welling. Der Manager nutzte die Gelegenheit, als ein Großkunde sein Fuhrparkmanagement in neue Hände legen wollte. „Wir müssen uns viel breiter aufstellen“, hatte er schon zuvor erkannt. Angesichts des in Zukunft

erwarteten Rückgangs im Service und bei Unfallschäden müsse das Autohaus sich andere Geschäftsfelder suchen. Fuhrparkmanagement war eine naheliegende Möglichkeit.

## Enorme Nachfrage

Das erweiterte Angebot wird nun zunächst mit kleineren Flotten geübt. 80 Fahrzeuge hatte der Flottenkunde im Bestand, der von der neuen Gesellschaft nun komplett betreut wird. Ein zweiter folgte kurz danach: Ein Pharmaunternehmen aus Karlsruhe beauftragte den Newcomer mit dem Management der 240 Fahrzeuge seines Außendienstes. Hier spielte sicher auch die regionale Nähe zum Hauptsitz der Firma eine Rolle. Die Nachfrage sei enorm, berichten die Manager. Viele Kunden, die bereits jetzt ihre Fuhrparks bei Graf Hardenberg bestücken, sind interessiert. Gutes Fuhrparkmanagement wird gesucht – und es gibt nicht viele Anbieter. Schon kurz nach Gründung stand das neue Graf-Hardenberg-Angebot auf Platz 5 bei der Google-Suche nach Fuhrparkmanagement – „und das ganz ohne Adwords und Co“, wie Eisenbarth betont.

Während herkömmliche Fuhrparkmanagementgesellschaften meistens nur die Vertragsverwaltung leisten können, hat ein zu einer Autohaus-Gruppe gehörender Anbieter den zusätzlichen großen Vorteil der kurzen Wege bei Servicethemen, die



Großkunden werden bei der Graf-Hardenberg-Gruppe umfassend gut bedient.

Foto: Graf-Hardenberg-Gruppe



Die verantwortlichen Manager (v. l.) Markus Rössler (Geschäftsführer), Thorsten Eisenbarth (Prokurist) und Christian Welling (Geschäftsführer) wollen mit dem Fuhrparkmanagement noch mehr auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden eingehen.

die Fahrzeuge betreffen. „Während die anderen nur 30 bis 40 Prozent der nötigen Dienstleistungen anbieten, gibt es bei uns 100 Prozent“, beziffert Welling den Unterschied. Die eigenen Werkstätten und Karosserie- und Lack-Abteilungen stehen zur Verfügung. Und in Sachen regionale Nähe hilft es natürlich auch, dass die Graf-Hardenberg-Gruppe allein an zwölf Standorten in Baden-Württemberg vertreten ist.

Außerdem ist das Unternehmen Teil eines bundesweiten Netzwerks, der Fleetcar + Service Community (F+SC). Dazu gehören 70 meist inhabergeführte VW-Autohäuser, die an fast 200 Standorten ein bundesweites Netzwerk aus Großkundenleistungszentren bilden. Auch die Dienstleistungen dieser Partner können die Kunden bei Bedarf nutzen. „Wenn einer unserer Kunden irgendwo in Deutschland ein Problem hat, ist schnell einer unserer Partner vor Ort, um helfen zu können.“ Der Zusammenschluss bietet auch die Ausbildung zum zertifizierten Fuhrpark-Serviceberater an. Ein wichtiger Vorteil, denn qualifizierte Mitarbeiter sind derzeit sehr gesucht.

### Modular aufgebautes Angebot

Die von der neuen Fuhrparkmanagementfirma angebotenen Dienstleistungen sind modular aufgebaut, so dass auch kleinere Flotten ein interessantes Angebot finden. Ein Flyer informiert über die Details: Im Startpaket sind Key Account Management, Fahrzeugakte, Vertragscontrolling, Reporting, Beschaffungsmanage-

ment, Beratung, Fahrzeugrückgabe, Fahrzeuglogistik, Terminüberwachung, Schadensabwicklung, individuelles E-Mail Postfach und Dokumentenmanagement enthalten. Aktive Schadensprozess-Steuerung kostet zusätzlich. Für einen Aufpreis pro Fahrer und Monat gibt es auch die elektronische Führerscheinkontrolle und die jährliche Fahrerunterweisung durch das Online-Tool der Dekra.

### Kompatible EDV-Programme

Die elektronische Basis der Fuhrparkverwaltung bildet das Programm FleetScape IP aus dem Haus InNuce. Die IT-Lösung bietet Schnittstellen zu allen Anbietern und ist mit dem SAP-Buchhaltungssystem von Graf Hardenberg ebenso kompatibel wie mit den Buchhaltungssystemen der Kunden. Die Fachabteilungen der Kunden können auf dieses System auch mit individuell beschränkten Rechten zugreifen. Damit kann eigentlich alles elektronisch abgewickelt werden. „Wir müssen aber noch Papier schicken“, erläutert Eisenbarth. Dies geschieht dann je nach Wunsch des Kunden monatlich oder jährlich. Hier sieht der Verantwortliche noch Verbesserungsbedarf. „Das Papier muss weg.“

Was die Zusammenarbeit mit anderen Dienstleistern angeht, ist Graf Hardenberg sehr flexibel. So können Tankkarten verschiedener Mineralölgesellschaften in das Angebot aufgenommen werden. Auch bei der Rechnungskontrolle der eigenen Rechnungen sieht Eisenbarth kein Problem: „Die Verrechnungssätze sind in den

Verträgen mit den Leasinggesellschaften vereinbart. Wir kontrollieren unsere eigenen Rechnungen genauso wie die anderen auch.“

### Markenübergreifendes Management

Auch bei den Marken sieht sich die 100-prozentige Tochter der Autohaus-Gruppe nicht gebunden. Außer den in den eigenen Betrieben vertriebenen Fabrikaten Volkswagen, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi, Skoda, Seat, Porsche und Ford, werden auch Fahrzeuge der Wettbewerber verkauft und betreut.

Dabei ist das Fuhrparkmanagement natürlich ein ausgezeichnetes Kundenbindungsinstrument: „Damit haben wir alle wichtigen Nutzerdaten, um den User Chooser direkt ansprechen zu können.“

### ANZEIGE



Bei Graf Hardenberg heißt diese wichtige Kundengruppe allerdings „Dimecs“: Dienstwagenkunden mit Einzelkundencharakter. „Und die können durchaus anspruchsvoller als Privatkunden sein“, ergänzen die Verantwortlichen grinsend.

### Qualitätsversprechen

Diese Herausforderung wird aber angenommen: „Wenn wir was machen, müssen wir das gut machen“, ist die Maxime von Welling. Deswegen kann die neue Gesellschaft auch ganz ruhig einen anderen großen Trumpf ausspielen: Während andere Fuhrparkmanagementgesellschaften mit Drei-Jahres-Verträgen arbeiten, können Graf-Hardenberg-Kunden jederzeit kündigen. Das Unternehmen verspricht sogar, auch nach einer Kündigung noch drei Monate den Fuhrpark weiter zu betreuen, bis der Kunde eine andere Lösung gefunden hat. Das soll aber natürlich möglichst nicht passieren – dafür arbeitet die Graf Hardenberg Fuhrparkmanagement Gesellschaft.

Doris Plate ■