



FOTOS: ALD AUTOMOTIVE, VOLKSWAGEN

MINI-FUHRPARK, MEGA-EINSPARUNG?
 „Pro Fahrzeug können KMUs von unseren Konditionen sogar mehr profitieren als große Unternehmen, weil diese schon per se gute Konditionen haben“, sagt LeasePlan-Boss Nigel Storny

„Vollwertiger Fuhrpark-Kunde? Definitiv ab einem Fahrzeug!“

Es gibt noch Branchen in Aufbruchsstimmung: Österreichs führende Fuhrpark-Manager erklären unisono, dass im KMU-Bereich großer Nachholbedarf herrscht. Selbst der kleinste Fuhrpark ist begehrt.

Text Werner R. Deutsch

Für Nigel Storny, Chef von LeasePlan Österreich, sind die Weichen im Fuhrpark-Management gestellt: „Auf den gesamten Flottenmarkt bezogen, gibt es heute rund 400.000 gewerblich genutzte Fahrzeuge in Österreich. Davon bewegen sich 100.000 bis 120.000 im Fuhrpark-Management. Der große

Rest ist Akquisitionspotenzial. Und das besteht meiner Schätzung zufolge zu rund 75 Prozent aus KMU, wenn man dafür die Anzahl der Firmen und nicht der Fahrzeuge zugrunde legt.“

Sowohl mit LeasePlan, der Nr. 1, als auch mit ALD Automotive bestätigen zwei weltweit führende Anbieter im Fuhrpark-Management,

woran's der Branche bisher mangelt: an Kunden aus dem KMU-Segment. Deren Anteil freilich noch geringer wäre, gäbe es keine so genannte Cross Selling-Klientel, die international agierenden Konzernen angehört und hier zu Lande ausschließlich Vertriebsaufgaben erfüllt – wofür in der Regel kein großer Fuhrpark erforderlich ist.

„Es kommt sogar relativ häufig vor, dass wir von solchen Konzernkunden in Österreich ein einziges Fahrzeug im vollen Dienstleistungsumfang betreuen“, erläutert ALD-Niederlassungsleiter Michael König. Ähnlich verhält es sich bei LeasePlan Österreich, „wo man speziell aus dem internationalen Bereich schon immer KMU als Bestandskunden hatte“ (Storny).

Und bei LeasePlan bekennt man sich auch eindeutig dazu, KMUs jetzt verstärkt zu umwerben. „Einfach deshalb“, so Storny, „weil wir mittlerweile in der Lage sind, das Marktsegment KMU perfekt zu bedienen. Denn mit dem vorjährigen Aufkauf der BAWAG P.S.K. Fuhrparkleasing haben wir nicht nur ein Stück Bestand erworben, der dieses Marktsegment abdeckt, sondern vor allem auch das Know-how. Zumal es nicht einfach war im Direktgeschäft – so wie wir ursprünglich aufgestellt waren –, KMUs ebenso gut zu betreuen, wie dies zum Beispiel Händlern, Banken oder Versicherungsmaklern möglich ist.“



KUNDENSERVICE. Mag. Michael König (31), Niederlassungsleiter von ALD Automotive: „Der Kunde konfiguriert nach seinen Wünschen einen Dienstwagen, den wir für ihn ankaufen. Alles, was mit dessen reibungsloser Nutzung zu tun hat, wird dann von uns organisiert“

Das LeasePlan-Interesse an KMUs wird aber auch durch den Umstand geschürt, „dass sich bei vielen inhabergeführten Betrieben derzeit ein Generationswechsel vollzieht“, weiß Storny. „Und bei den Nachfolgern findet Fuhrpark-Management eine weitaus höhere Akzeptanz als zuvor.“

Dass man als „kleiner“ Kunde jedoch befürchten müsse, in Sachen Service, Konditionen oder Kulanz womöglich nicht so optimal behan-



FOTOS: LEASEPLAN (WILKE)

KUNDENANSPRUCH. LeasePlan Österreich-Geschäftsführer Nigel Storny (46): „Dienstleister wie wir unterliegen einem permanenten Optimierungsprozess. Denn was der Kunde heute noch als tollen Service empfindet, kann für ihn morgen völlig normal sein“

delt zu werden wie „große“ Kunden, ist für den LeasePlan-Chef „schlichtweg absurd“. Im Klartext: „Jeder Kunde ist ohne Wenn und Aber gleich wichtig für uns! Wäre das anders, könnten wir uns als Anbieter über kurz oder lang nicht auf dem Markt halten.“ Außerdem: „Je kleiner ein Betrieb ist, desto mehr dürfte er vom Fahrzeugeinkauf, von der Servicierung, von einer Schadensabwicklung oder auch vom Gebrauchtwagen-Verkauf, also von unserer gesamten Dienstleistung profitieren, mit der wir durch unsere Vernetzung und unser Volumen sicher bessere Ergebnisse erzielen als der einzelne Unternehmer.“

In dieselbe Kerbe schlägt Michael König von ALD Automotive: „KMU sind für uns definitiv ab dem ersten Fahrzeug interessant! Wir betreuen ja auch etliche heimische Firmen mit kleinstem Fuhrpark. Denn selbst wenn man nur wenige Fahrzeuge verwaltet, sollte man bereits konkret Bescheid wissen über Bestell- und Auslieferungs-

prozesse, eine Versicherungsanmeldung, über die Bereitstellung der Tankkarte, über die Schnittstellen-Thematik mit den Tankkarten und vieles mehr.“

prozesse, eine Versicherungsanmeldung, über die Bereitstellung der Tankkarte, über die Schnittstellen-Thematik mit den Tankkarten und vieles mehr.“

Im Endeffekt, betont König, gehe es daher nicht allein um Konditionen, die ein professionelles Fuhrpark-Management anbieten könne, sondern auch um freiwerdende Kapazitäten beim Kunden. „Natürlich lässt sich dies am besten bei Großkunden veranschaulichen, deren Fuhrpark-Verwaltung auf ein personelles Mini-

mum reduziert werden konnte, weil wir eben die komplette Abdeckung des Fuhrparks übernommen haben. Denn letztendlich genügt uns ein einziger Ansprechpartner für allfällige Abstimmungen.“

Von der Spezialisierung her, stellt König klar, sei ALD Automotive jedenfalls auf internationale Konzerne ausgerichtet, die rund 75 Prozent des Kundenportfolios repräsentieren. Damit sei man zwar global aufgestellt, aber trotzdem imstande, auf lokale Kundenbedürfnisse „absolut flexibel“ einzugehen.

Und noch ein Hinweis erscheint König wichtig: „Wir offerieren Operating Leasing. Darunter ist eine reine Nutzungsüberlassung zu verstehen, bei der man alle Dienstleistungen wie Reifen, Wartung etc. für eine Monatsrate mit anbieten kann – allerdings in klarer Abgrenzung zum Finanzleasing. Oft gehen Kleinstkunden nämlich von der Annahme aus, dass sie das Auto nach Ende der Laufzeit zu günstigen Konditionen auskaufen können. Unser Produkt zielt jedoch ausschließlich auf den Nutzen ab. Der Vorteil liegt darin, dass man als KMU bilanzneutral arbeiten kann. Man hat nur einen Nutzungsaufwand, der über die Monatsrate fix kalkulierbar ist.“

Variantenreicher zeigt sich da Marktleader LeasePlan, wo man indes mit einer anderen Frage beschäftigt ist. Nigel Storny: „Wenn wir bei einem potenziellen Kunden dessen Kostenstruktur durchforsten und ihm aufzeigen, wie er seinen Fuhrpark einfacher und effizienter betreiben kann, hat das natürlich was von einer Beratungsleistung. Daher hat sich bei uns eine interne Diskussion entwickelt, ob man diese bisher kostenlose Leistung nicht verkaufen sollte. Wir werden sie aber aller Voraussicht nach weiterhin als ‚Akquisitionsrisiko‘ verbuchen lassen, zumal unsere Argumente bisher so ziemlich jeden Kunden in spe zu überzeugen vermochten.“

Eine Ansage, die freilich Neugier erweckt: Gibt es eine LeasePlan-Leistung, die Neo-Kunden mit Abstand am meisten überrascht? „Und ob!“, ist Story um keine Antwort verlegen: „Wir sehen immer wieder überraschte Gesichter, sobald wir den Kunden und Fahrern erklären, dass es für Werkstattaufenthalte oder für Unfallreparaturen einen umfassenden Hol- und Bring-Service gibt.“

Faszinierend, nachdem dieser Service nicht nur seit vielen Jahren angeboten wird, sondern auch auf der LeasePlan-Homepage schwerlich zu übersehen ist. Ein Grund mehr, jene Onlineportale zu besuchen, wo man zum Thema Fuhrpark-Management mit Informationen bestens versorgt wird. ■

INFO

www.aldautomotive.at
www.leaseplan.at

»Qualität ist oberstes Gebot. Beispiel:

Nur Premium-, niemals No Name-Reifen«