

Der Start des Ganzen

Tipps für eine Leasing-Ausschreibung

Leasing-Ausschreibungen sind heute beinahe eine Wissenschaft für sich geworden, über 20 oder mehr DIN A4-Seiten mit Inhaltsverzeichnis im Einzelfall sind da keine Seltenheit. Darin dokumentiert sich einerseits der Versuch, mit den in Frage kommenden Leasinggebern im Vorfeld möglichst alle Eventualitäten zweifelsfrei klären zu wollen. Andererseits ist aber ein so umfangreicher Fragenkatalog natürlich immer auch ein Ergebnis der jeweiligen Fuhrpark-Praxis und einzelner Vorfälle aus der Fuhrpark-Historie, auch so betrachtet ist der Umfang oft unvermeidbar.

Das Prozedere birgt aber wohl auch eine gewisse Crux für die Anbieterseite, weil in den Ausschreibungs-Antworten die einzelnen Dienstleistungen von der Präsentation her weitestgehend gleich formuliert sein müssen, ohne dass das schon einen tieferen Aufschluss über die Qualität der Dienstleistung hernach geben kann. Eine besondere Schwierigkeit kann für die Beantworter, die potenziellen Leasinggeber, auch in der Art einzelner Fragestellungen liegen, wenn sie einen größeren Interpretations-Spielraum zulassen, was anschließend wiederum auch die Auswertung für den Fuhrparkmanager erschweren kann.

Zudem sind längst nicht alle Kriterien, die hernach für ein Gedeihen der Zusammenarbeit mit dem Leasinggeber auch im Hinblick auf direkte Kostenoptimierungen wichtig sind, von vornherein in Zahlen messbar. So kann für den Fuhrparkbetreiber auch nach sorgfältiger Prüfung und der Entscheidung für einen bestimmten Leasingvertrag eine kleine Unsicherheit in den Bereichen bleiben, in denen er bei den abschließenden Verhandlungen Auge in Auge mit den in Frage kommenden Anbietern auch auf sein Bauchgefühl angewiesen war.

„Weiche Faktoren“ als offene Fragen formulieren

Daher empfiehlt sich vor Verfassung einer Leasing-Ausschreibung zunächst einmal die sorgfältige Prüfung, ob bestimmte Kriterien am Markt überhaupt klar beschrieben sind und im Sinne des Marktes dargestellt und bewertet werden können. Zu diesen klassischen Non-Standards, wie die Branche sie auch nennt, gehören beispielsweise:

- Prozesssäulen, wie Liefer-Prozess, Schaden-Handling oder Rückgabe-Prozess



- System-relevante Kriterien, wie Zahlungsziele oder Rechnungstellungen oder auch
- rechtliche Kriterien wie Rahmenvereinbarungen

„Die meisten Parameter, die sich in einer Ausschreibung nicht eindeutig quantifizieren lassen, liegen eben in den so genannten weichen Faktoren“, weiß auch Stefan Dudek, Leiter Marketing und Kommunikation bei der Volkswagen Leasing GmbH. „Dazu gehören unter anderem die Kundenfreundlichkeit, die Erreichbarkeit oder die Reaktionsgeschwindigkeit eines Leasingpartners. Einige weiche Faktoren kann man aber auch als offene Frage in der Ausschreibung formulieren: zum Beispiel die Beschreibung der eingesetzten IT- und Kommunikationssysteme oder das Nachhaltigkeits-Engagement der Leasinggesellschaft.“

Zu den weichen Faktoren oder Non-Standards zählen auch die Unternehmensvorstellung des Anbieters, Art und Weise der Beantwortung (vollständig oder unvollständig), Fristeneinhaltung, persönlicher Ansprechpartner versus Call-Center, individuelle Rundum-Beratung versus pauschale Standard-Abwicklung im Tagesgeschäft. „Es geht dabei immer wieder auch um die Frage, welche zusätzlichen Prozesskosten entstehen können, wenn die angelegten Qualitätskriterien nicht oder nur teilweise angeboten werden“, verdeutlicht Ludger Reffgen, Geschäftsführer GE Auto Service Leasing GmbH. „Eine deutliche Kostenreduzierung ergibt sich gerade auch durch schlanke Prozesse und qualitativ hochwertige und wertschöpfende Services.“

Die konkrete Vorgehensweise

Seitens des Verbandes der markenunabhängigen Fuhrparkmanagementgesellschaften e.V. (VMF) wird empfohlen, das Projekt einer Leasing-Ausschreibung drei bis vier Wochen vor Ausschreibungsbeginn sorgfältig mit allen Einzelschritten und Terminen zu planen.

„Dabei sollten maximal 20 repräsentative Fahrzeuge ausgeschrieben werden“, rät Michael Velte, Vorstandsvorsitzender des VMF. „Alles andere macht unnötig Arbeit, ohne tiefere Erkenntnisse zu bringen.“

Im Hinblick auf eine erste Sortierung der grundsätzlichen Elemente einer Ausschreibung hat der VMF „Goldene Regeln“ herausgegeben, die sich inhaltlich wesentlich so zusammenfassen lassen:

- Genaue schriftliche Definition der Ausschreibungsziele; was soll nachher erreicht sein?

Definition der Kriterien, die bei einer neuen Leasinggesellschaft wichtig sind (Größe, Nähe von Niederlassungen, Referenzkunden oder ähnliches)

- Maximal sechs Leasinggesellschaften berücksichtigen, die die oben genannten Kriterien erfüllen, mehr ist zu aufwendig zu analysieren

- Definition der Kriterien, die für Ergebnisse und Analyse wichtig sind (wie Muss-/Kann-Kriterien, die der Leasinggeber erfüllen muss, neutrale Beratungsfähigkeit, Preise et cetera)

- Beim Leasinggeber-Profil und beim Kalkulationsschema auf Fragen und Punkte beschränken, die für die Entscheidungen des Fuhrparkbetreibers wichtig sind (gutes Auswertungsaufwand-Nutzen-Verhältnis für Ergebnis)

- Vorgabe der Listenpreise auf Grund gewünschter Fahrzeug-Ausstattungskriterien in der Kalkulationstabelle (Erschwerung des Vergleichs, wenn ein Leasinggeber „Pakete“ wählt, ein anderer einzelne Ausstattungen)

- Entwicklung eines Projektplans für die Ausschreibung mit: Beginn, Rücklauf, Erstanalyse, persönliche Gespräche mit ausgewähltem Leasinggeber-Kreis (maximal drei), finale Analyse, Zwischeninfo an Ausschreibungs-Teilnehmer über die Dauer bis zu finalen Entscheidung, Rahmen-



04

Schadenmeile.de

Leasingverträge gestalten

Man sollte in Leasingverträgen max. 10 % der Schadensumme als pauschalierte Wertminderung akzeptieren. Auch Kappungsgrenzen sollte man festlegen, unter denen Bagatellschäden von der Wertminderung ausgeklammert werden. Andernfalls besteht das Risiko, dass der Leasinggeber Summen fordert, die man selber so gar nicht geltend gemacht hat.

vertragsverhandlungen mit favorisiertem Leasinggeber, Absage an restliche Teilnehmer, Leasingvertrag mit neuem Leasinggeber

Für diese Phase wird seitens der Daimler Fleet Management GmbH darauf verwiesen, dass beim Fuhrparkbetreiber darüber Klarheit bestehen sollte, welche Dienstleistungen und Prozesse extern vergeben werden sollen, mit wie vielen Dienstleistern er künftig zusammenarbeiten wolle, welche Flexibilität er in der Fuhrpark-Zusammensetzung im Hinblick auf Hersteller, Typen, Laufzeit- und Laufleistungskombinationen erreichen möchte und inwiefern Fuhrpark-Prozesse optimiert werden sollten. Grundsätzlich sollte so wenig wie möglich, aber so viel wie nötig in einer Ausschreibung berücksichtigt werden.

Ergebnisse in Zahlen oder auch in Bewertungspunkten

Soweit es die in Zahlen messbaren Kriterien betrifft, sollte eine Ausschreibung abseits der Finanz-Leasingraten auf jeden Fall größere Themenblöcke zu den Herstellerrabatten, den Serviceraten für Wartung und Reparatur in geschlossener Abrechnung, zu den Kosten des Reifen- und Tankmanagements enthalten.

Darüber hinaus ist es wichtig in Erfahrung zu bringen, welche Restwerte der Leasinggeber in seinen Kalkulationen angesetzt hat, damit es auch nachprüfbar ist, ob es sich um die besten Konditionen handelt. Nicht weniger wichtig ist die Ermittlung der so genannten Einmalkosten, wie beispielsweise Überführungskosten.

Im Hinblick auf die nicht direkt in Zahlen messbaren Kriterien sollten gerade zur Vermeidung von Kostenfallen im operativen Geschäft bereits in der Ausschreibungsphase die größten versteckten Kostentreiber identifiziert werden. „Erfahrungsgemäß“, kreist Stefan Dudek seitens Volkswagen Leasing noch ein, „liegen diese beispielsweise in den Bereichen Fahrzeugein- und aussteuerung oder aber im Unfall- und Schadenmanagement.“

Daher sollte auch immer das Produktportfolio des Leasinggebers abgefragt und berücksichtigt werden, ob es beispielsweise Lösungen zum Thema UVV und Führerscheinkontrolle aufweise und wie sich Kosten und Prozesse dazu beliefen. „Auch die Frage nach Reportingtools ist sinnvoll. Die ganzheitliche Betrachtung der Gesamtkosten erlaubt eine hohe Transparenz, um Kostentreiber im Fuhrpark zu identifizieren. Deshalb empfehlen wir eine Bewertungsskala für die Ausschreibung, damit nicht nur die Leasingraten verglichen werden.“

Bis hin zu den Umfängen der Fahrer-Kommunikation

In diesen Bereich sollten auch Fragen zum Web-Austritt des Leasinggebers aufgenommen werden, die Definition der Anforderungen, die ein Car-Konfigurator erfüllen müsse, die Fragen nach den Modalitäten der Fahrzeugrückgabe und der vorzeitigen Fahrzeugrückgabe. Ferner empfiehlt sich die Ermittlung, inwieweit sich die Reportings vordefinieren lassen, wie sich die konkreten Einzel-Prozesse gestalten, wer die Ansprechpartner beim Leasinggeber sind, wie die Rechnungsstellungen erfolgen und wie dort das Qualitätsmanagement eingerichtet ist. Das kann sich erstrecken bis hin zu den Umfängen der Fahrerkommunikation, zu den Vorgehensweisen bei Einweisung und Information der Dienstwagennutzer.

Für den gesamten Prozess, vom Start der Ausschreibung bis hin zum fertigen Leasingvertrag, sollte – je nach Komplexität der Ausschreibung – ein Zeitfenster von mindestens zwei bis zu sechs Monaten eingeplant werden. Dabei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass die Leasinggeber für die Beantwortung bis zu etwa drei Wochen benötigen und das Sichten und Vergleichen der Antworten auch noch einmal bis zu zwei Wochen in Anspruch nehmen kann.

„Das Ergebnis einer Fuhrpark-Ausschreibung ist umso besser, je genauer die Ziele der Ausschreibung beschrieben und je weniger unbekannte Variable in der Ausschreibung vorhanden sind“, unterstreicht auch Reinhard Happel, Ressortleiter Vertrieb bei der Arval Deutschland GmbH. „Dabei wird jede seriöse Leasinggesellschaft ihre Interessenten und Kunden darauf hinweisen, wenn eine Ausschreibung nicht alle notwendigen Parameter enthält. Überdies ist es möglich, Interessenten und Kunden Ausschreibungs-Benchmarks zu liefern, die aus Erfahrungen des Tagesgeschäfts genährt werden.“

econfleet

KONFERENZ UND MESSE FÜR
NACHHALTIGES FUHRPARKMANAGEMENT

17. – 18. Oktober 2012
Münster



Fuhrparkmanager und Einkäufer aus dem ganzen Bundesgebiet informieren sich über die richtige Investition in eine grüne Flotte. Effizienz und Nachhaltigkeit im Fuhrpark sind die Themen der Zukunft.

Stellen Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen den innovativen und motivierten Fuhrparkmanagern vor.

Themen der Konferenz:

- Downsizing und alternative Antriebskonzepte
- Erdgas-, Autogas-, Hybrid- und Elektroantriebe
- Leasing und Anschaffung der Fahrzeuge
- Carsharing und kombinierte Mobilitätsangebote
- Ökologische Dienstwagenordnung
- Flexible Abrechnungssysteme
- Transporter und kleinere Nutzfahrzeuge
- Branchentreff mit Verleihung des GreenFleet Awards



Jetzt die Teilnahme als Aussteller und Sponsor buchen und von attraktiven Packageangeboten profitieren.

www.econ-fleet.de
Projektleitung, Messe- und Ausstellerbetreuung:
Tel.: +49 (0)251/6600-465
Fax: +49 (0)251/6600-469
E-Mail: schmitz@halle-muensterland.de



Sponsoren:

