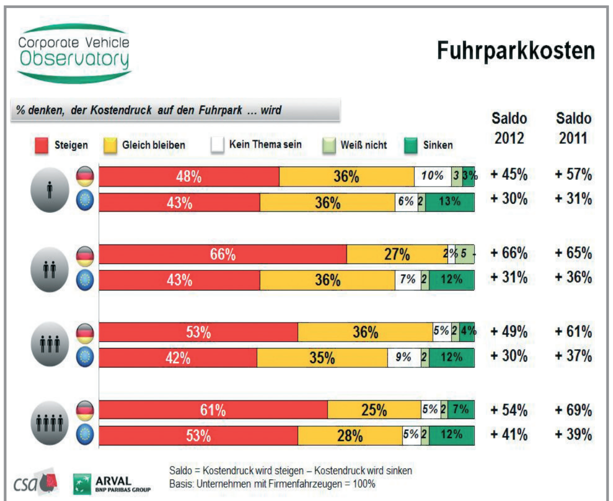
Kooperation

Seit dem 1. September bietet die Hyundai Motor Deutschland GmbH für Gewerbekunden unter der Marke „Hyundai Leasing" ein Full-Service-Leasing an. Über eine Kooperation mit dem Hamburger Leasing- und Fuhrparkmanagement-Spezialisten ALD Automotive versucht Hyundai seine Präsenz im gewerblichen Leasingmarkt auszubauen. Damit unterstreicht der drittgrößte Importeur Deutschlands seine Ambitionen, den Marktanteil auch im gewerblichen Markt weiter zu erhöhen. Durch die Kooperation ist es jedem Hyundai Händler ab sofort möglich, seinen Kunden das komplette Spektrum des gewerblichen Full-Service-Leasings anzubieten. Dabei kann der Kunde aus den umfassenden Servicemodulen der ALD Automotive die gewünschte Servicetiefe auswählen: Technik- und Reifenservice, Schadenhandling, Versicherungsservice, Tankservice sowie Rentservice und Abwicklung von Kfz-Steuern und GEZ.

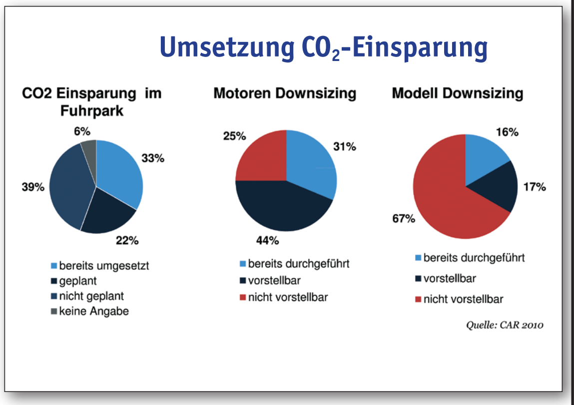


Flottenwachstum

Der Fuhrpark stellt im Unternehmen nicht selten einen der größten Kostenblöcke dar. Umso verständlicher ist es, dass ganz genau geschaut wird, wie die Firmenflotte effizient verwaltet werden kann, zumal die Fuhrparkentscheider in deutschen Unternehmen für die kommenden drei Jahre mit einem anhaltenden Flottenwachstum rechnen. Dies ist ein Ergebnis des aktuellen CVO-Barometers. Für die Studie interviewte das Meinungsforschungsinstitut CSA im Auftrag des Corporate Vehicle Observatory (CVO) mehr als 3.600 Flottenentscheider in zwölf EU-Ländern (Deutschland: 301 Befragte) zu Trends im Fuhrparkmanagement. So zeigte die Studie, dass der empfundene Kostendruck nach wie vor ein wichtiges Thema unter den Fuhrparkentscheidern bleibt, obgleich sich die Lage im Vergleich zum Vorjahr etwas entspannt hat. „Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass Fuhrparkkosten bei den Unternehmen nach wie vor einen hohen Stellenwert einnehmen und die Fuhrparkstrategie entscheidend beeinflussen", erläutert Ralf Woik, Sprecher für den CVO in Deutschland.

Nachhaltigkeitsansprüche

Ein wesentliches Ergebnis der CAR-Studie „Trends im Fuhrparkmanagement" im Auftrag des Verbandes der markenunabhängigen Fuhrparkmanagementgesellschaften e. V. (VMF) ist, dass Kunden und Mitarbeiter immer höhere Umwelt- und Nachhaltigkeitsansprüche an die Unternehmen stellen. Aber schon in einer 2008 für den VMF durchgeführten Studie zum Thema Umweltschutz im Fuhrpark wurde deutlich, dass der Umweltschutz jedoch möglichst keine Zusatzkosten verursachen darf. Dieses Ergebnis wird auch durch das erste „GE Capital Fleet Barometer" bestätigt, in dem sich herauskristallisierte, dass Fuhrparkmanager immer mehr Beratungsleistungen in Anspruch nehmen, um ihre Flotten noch kostengünstiger betreiben zu können. Gleichzeitig werden Innovationen wie E-Mobility vernachlässigt. „Wirtschaftlichkeit und Kostenoptimierung werden auch in Zukunft die dominierenden Ziele sein", fasst VMF-Vorstand Michael Velte zusammen. Auch wenn das Thema Nachhaltigkeit und die Verschärfung von CO_2-Grenzwerten im Fuhrpark in den Unternehmen wichtiger wird: Der gesellschaftliche Druck alleine scheint keine flächendeckende Umsetzung auszulösen. Allerdings beobachten die VMF-Unternehmen bei einfachen Veränderungen wie der Auswahl von ökologisch orientierten Ausstattungsvarianten wie beispielsweise ecoflex, BlueMotion oder BlueEfficiency einen erkennbar wachsenden Anteil.



Grenzüberschreitend

Im Inland werden bereits seit vier Jahren sämtliche Transportaufträge der Hertz Autovermietung über die Kommunikationsplattform PS SpeedLog gesteuert. Seit August wird die von PS-Team entwickelte Plattform nun auch für grenzüberschreitende Transporte seitens Hertz in weiteren sieben Ländern genutzt. Damit ist es den Hertz-Mitarbeitern möglich, neben dem Stand der grenzüberschreitenden Transportaufträge auch den Verbleib jedes einzelnen Fahrzeugs sowie die Konditionen der Transportdienstleister in den einzelnen Ländern und deren Aktivitäten über das mehrsprachige Onlinetool einzusehen. Dabei werden die Daten sämtlicher am Transport beteiligter Akteure wie etwa Speditionen in PS SpeedLog eingebunden und in Echtzeit abgebildet.

Umstellung

Im Rahmen einer Logistik-Neuausrichtung stellt der Baustoff-Fachhändler BayWa im Flottenmanagement sukzessive auf Leasing um. Zu diesem Zwecke wurden Mitte Mai 2012 30 Pkw der Marke Peugeot mit gebrandeten BayWa-Firmenoutfit durch Sixt Leasing an den Baustoffvertrieb übergeben. „Ziel ist es, durch Standardisierung des Fuhrparks und des Flottenmanagements die Logistikstrukturen zu optimieren und Flottenkosten zu senken", so Götz Ganghofer, Geschäftsleitung Segment Bau bei der BayWa. Insgesamt wird Sixt Leasing noch rund 250 Pkw im Laufe dieses Jahres an BayWa Baustoffe ausliefern. Mitte des Jahres soll zudem der Austausch von rund 60 Baustoff-Lieferfahrzeugen durch Sixt Leasing beginnen.

Angebotserweiterung

Mit der neuen MaxiFlex-Karte von meine-waschstrasse.de wurde auf der Automechanika in Frankfurt ein spezielles Abrechnungssystem für Firmen präsentiert. „Kunden und Unternehmen haben die Möglichkeit, die Kosten für Fahrzeugwäschen individuell auf ihre Bedürfnisse anzupassen. Zusätzlich wird das gesamte Controlling umfassend vereinfacht", erläuterte Jan Seute, Geschäftsführer von meine-waschstrasse GmbH. Weitere neue Angebote sind: EasyFlat (die fahrzeuggebundene Flatrate®Karte), die CleanCash®Karte (eine wiederaufladbare Guthabenkarte zur Incentivierung von Mitarbeiter und Kunden) sowie der GoodieCoupon (ein Gutschein für Autowäschen, einsetzbar als Werbegeschenk oder zur Kundenbindung).