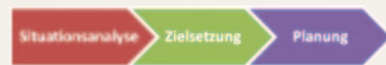


Kolumne

Übersichtslos – ziellos – planlos!

Der Frühherbst ist die klassische Planungszeit. Der Firmenfuhrpark wird diesbezüglich meist stark vernachlässigt. Ein hohes Risiko! Schließlich handelt es sich in der Regel um den drithöchsten Kostenbereich des Unternehmens. Ohne Ziel und Plan laufen die Kosten gerne aus dem Ruder.

Die Planung ist dazu da, Wege zu finden gesteckte Ziele zu erreichen. Deshalb ist es wichtig zunächst klare Fuhrparkziele zu definieren. Realistische Ziele wiederum können nur definiert werden, wenn sich die Entscheider über die aktuelle Ausgangssituation inklusive möglicher Einflussfaktoren im Klaren sind.

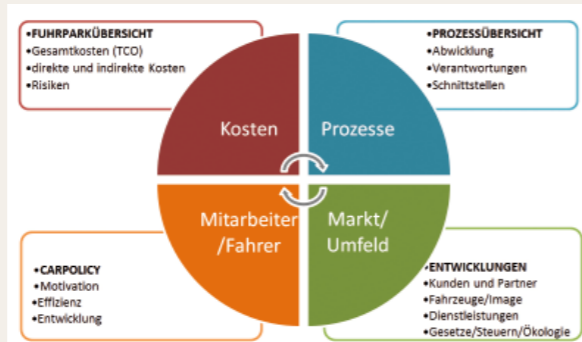


Der Fuhrpark berührt sämtliche Unternehmensbereiche und hat viele externe Schnittstellen, was für eine gewisse Komplexität sorgt. Es gilt, sich auf die wesentlichen und messbaren Fuhrparkthemen zu fokussieren und eine Übersicht zu erlangen. Gerade deshalb ist die Situationsanalyse aktuell eine meiner Haupttätigkeiten. Das Unternehmen erhält dadurch:

- Übersicht und Struktur,
- eine Basis für Zielsetzung und Planung,
- Steuerungsmöglichkeiten (Kosten, Mitarbeiter, Partner).

Die Situationsanalyse enthält idealerweise die klassischen Themen der Balanced Scorecard. Beiliegend finden Sie eine entsprechende Grafik, welche ebenfalls für die darauffolgende Zielsetzung und Planung angewendet werden kann. Schließlich müssen meist in allen vier Bereichen Maßnahmen getroffen und Teilziele gesteckt werden. Schnell wird ersichtlich, welche Ziele sich gegenseitig beeinflussen. Auch werden Möglichkeiten aufgezeigt, scheinbar widersprüchliche Ziele zu vereinen.

Zum Beispiel: Die Fuhrparkkosten sollen gesenkt und die Mitarbeitermotivation gehoben werden. Scheinbar eine unlösliche Aufgabe. Jeder hat sofort die Befürchtung, statt einen Audi A4 einen VW Polo fahren zu müssen. Häufig wird das vorgeschlagene Ziel sofort wieder verworfen. Schade, schließlich gibt es zahlreiche andere Parameter als ein Fahrzeugwechsel, welche die Kosten senken und zahlreiche andere Einflüsse, die die Zufriedenheit der Mitarbeiter heben.



Betriebswirtschaftlich gesehen ist Planung nichts anderes, als zukünftiges Handeln vorwegzunehmen. Diese Sicherheit motiviert und trägt dafür Sorge, dass das Tagesgeschäft und somit die Kosten den Fuhrparkleiter und das Unternehmen nicht überrollen.

Grafik: Balanced Scorecard „Fuhrpark“

Sobald die Situation des eigenen Fuhrparks klar ist und Ziele gesetzt wurden, wird die Planung relativ einfach.

Folgende Planungsmatrix kann man gemeinsam mit der Grafik anwenden:

Strategische Planung – Die grundsätzliche Ausrichtung der Firmenphilosophie, Mitarbeiter-Politik, Kostensituation, ökologische Aspekte und deren Einfluss auf den Fuhrpark.

Taktische Planung – In Bereichen der Nutzungsdauer, Eigenverwaltung oder Outsourcing, Dienstwagenvereinbarung, Steuerungstools, Fuhrparkstruktur, Dienstleistungen und Lieferanten.

Operative Planung – Von der Bestellung über die Nutzung bis zur Verwertung. Themen wie Prozessklarheit, Reduktion von Schnittstellen, Auslastung und Prozesseffizienz.

Die grundlegenden Entscheidungen werden aus den Zielen und der daraus erfolgenden strategischen und taktischen Planung abgeleitet. Diese hilft, den Horizont nicht aus den Augen zu verlieren.

Alle vier Scorecard-Bereiche beeinflussen das Fuhrparkgeschehen stark. Als Beispiel: Das Fahrerverhalten beeinflusst die direkten Fuhrparkkosten, die internen Prozesse, den Kunden und letztendlich auch das Image des Unternehmens. Wichtig ist, dass Zwischenziele (sogenannte Meilensteine) und Messgrößen definiert werden.



Dipl. Bw (FH) Anette Mallinger, Fuhrparkberatung, zederbauer + partner gmbh, anette.mallinger@za-partner.at, www.za-partner.at

Kia kooperiert mit Autorola

Autorola hat das Remarketing der Flottenfahrzeuge, also Company Cars und Rückläufer aus Operating Leasing-Geschäften, von Kia Austria übernommen. Die Fahrzeuge werden ausschließlich im Kia-Vertriebsnetz angeboten. Autorola hat dafür eine eigene Domain gesichert und die Website nach den Richtlinien der Kia-CI gestaltet. Mithilfe einer Autorola-Software werden pro Jahr etwa 300 bis 400 Fahrzeuge den Kia-Händlern angeboten. Der Partner hat die Möglichkeit, das jeweilige Auto sofort zu fixen Konditionen zu kaufen, oder ein Gebot abzugeben.

Die Kooperation wurde langfristig geschlossen und beinhaltet zusätzliche Produkte, die der Importorganisation den Remarketing-Prozess deutlich erleichtern. Wie beide Partner betonen, ist die Zusammenarbeit ein europaweites Pilotprojekt.

Autorola Österreich Geschäftsführer René Buzek: „Immer mehr Importeure schätzen die Zusammenarbeit mit Autorola. Die Kooperation mit Kia Austria ist für uns ein weiterer Schritt in die richtige Richtung.“

„Mit Autorola haben wir einen professionellen Partner gefunden, der uns die Vermarktung der



(v.l.) Ing. Rainer Heinrich, Key Account Manager Autorola, René Buzek, Managing Director Autorola Österreich, Mag. (FH) Stefan Wurzinger, Manager Flottengeschäft Kia Austria, Barbara Meindl, Mitarbeiterin im Flottenteam von Kia Austria

Foto: Kia

eigenen Fahrzeuge einfach und rasch ermöglicht. Die Autorola-Software hat die aufwendige manuelle Arbeit in einen automatisierten Prozess verwandelt“, freut sich der Flottenverantwortliche

von Kia Austria, Mag. (FH) Stefan Wurzinger, über die Kooperation. „Unsere Kia-Partner finden so ein übersichtliches und praktisches Tool zur Beschaffung attraktiver Gebrauchtsmodelle vor.“

Alphabet

Garanta als Förderer des Oldtimersports

Auch dieses Jahr war die Garanta Versicherung wieder Namenssponsor der oststeirischen Oldtimerrallye, die sich nun „Garanta Hartberg Historic“ nennt. Die Motorsportveranstaltung hat sich über die letzten Jahre zu einem Rallye-Großereignis entwickelt. Der Andrang war enorm und nicht alle Interessenten erhielten einen Startplatz. 73 Teilnehmer gingen schließlich in das Rennen. „Wir freuen uns, heuer bereits zum dritten Mal als Hauptsponsor zum Gelingen dieser einzigartigen Oldtimerrallye beitragen zu können“,

so Kurt Molterer, Hauptbevollmächtigter der Garanta Versicherung Österreich. Die Garanta ist seit vielen Jahren als Freund und Förderer der Klassik-Szene engagiert. Die Nähe zu den Oldtimer-Besitzern und das Wissen um die Anforderungen an ein Versicherungsprodukt für historische Fahrzeuge lässt der Versicherer in seine Produktentwicklung einfließen. Ein Ergebnis dieser Zusammenarbeit ist der Oldtimer-Tarif „TopKlassik“. Die Vorteile wie Wiederherstellungswert bis 20 % über dem Fahrzeugwert versicherbar, keine

Geltendmachung von Unterversicherungen bei Wertsteigerungen bis 30 % und Teilnahme an Gleichmäßigkeitsfahrten und Oldtimerrallyes ohne Prämienzuschlag sprechen für den Spezialtarif. Vor einigen Wochen wurde unter Mitwirkung der Garanta Versicherung der Verein „Garanta Classic Masters“ ins Leben gerufen. Gründungsmitglieder sind neben der Garanta Hartberg Historic fünf weitere Veranstalter, die bereits ab 2012, nach einheitlichen sportlichen Auflagen, eine nationale Jahrespunkte-Wertung veranstaltungsübergreifend



(v.l.) Kurt Molterer, Hauptbevollmächtigter Garanta Österreich Versicherungs-AG, Volker H. Corsmann, Projektleiter der Garanta Hartberg Historic, und Erich Pomassl von der Sponsorfirma Motor Check Up

Foto: Bergmann

ermitteln und prämiieren werden. Mittelfristig sind Maßnahmen zur Nachwuchsförderung des historischen Rallye-Sports geplant.

Winterkomplettreder 2012/13 Sicher auf Eis und Schnee.

