

## Kolumne

**Wenn Außendienst und Kunden auf der Strecke bleiben!**

Wussten Sie, dass ein Außendienstmitarbeiter, der mit seinem Firmenwagen 83.000 Kilometer pro Jahr fährt, 100 Prozent seiner offiziellen Arbeitszeit im Auto verbringt? Kundentermine und deren Vorbereitung sind somit bereits Überstunden.

Die Kalkulation ist relativ einfach:

Die durchschnittliche Arbeitszeit eines Angestellten unter Berücksichtigung von Feiertagen, Urlauben und sonstigen Fehlzeiten beträgt 215 Tage und damit 1.655 Stunden.

Nicht nur Taxifahrer, sondern auch viele Außendienstmitarbeiter verbringen ihr komplettes Berufsleben im Auto: Gehen wir von einer jährlichen Fahrleistung von 83.000 km und einer Durchschnittsgeschwindigkeit von 50 km/h aus, verbringt der Mitarbeiter 1.660 Stunden im Jahr im Fahrzeug. Das sind durchschnittlich 7 Stunden und 45 Minuten pro Arbeitstag.

„Der Außendienst muss raus!“ Das sind typische Kernaussagen in Vertriebsmeetings. Raus auf die Straße? Raus aus dem Unternehmen, rein ins Burn-out oder Krankenhaus? Nicht selten werden „kopflös“ Kilometer für Kilometer runtergespult und der Erfolg an den Kilometern gemessen. Wie viel Kilometer fährst Du im Jahr? Die Frage wird zwischen Vertriebskollegen häufiger gestellt als die nach den Umsätzen. Der Rekord in meiner bisherigen Beratungspraxis stand bei 115.000 dienstlich gefahrenen Jahreskilometern. Selbst wenn solch ein Außendienstmitarbeiter gute Umsätze macht, basiert dieser Erfolg auf der „alten Zeit“, in der dieser in Ruhe zu seinen Kunden eine Vertrauensbasis aufgebaut hat. Fällt solch ein Kapazunder dann frühzeitig aus – und dies ist leider sehr wahrscheinlich – bricht das Geschäft weg. 115.000 Autokilometer sind 2.300 Stunden, die dieser Mitarbeiter nicht beim Kunden, sondern auf der Straße war.

Es lohnt sich für jedes Unternehmen die Jahreskilometer seiner Dienstwagennutzer genauer unter die Lupe zu nehmen. Egal ob 1.000 oder 2.000 „Autostunden“ – Autostunden in dieser Größenordnung sind ineffizient für das Unternehmen und ungesund für den Fahrer. Die Wirtschaftskrise hat einige Themen auf den Sparplan gerufen, die mittel- und langfristig dem Unternehmen und den Mitarbeitern schaden. Außendienstmitarbeiter wurden eingespart und Betreuungsgebiete vergrößert. Aufgrund der gestiegenen Jahreskilometer wurde auf günstige Fahrzeuge (Kaufpreis) zurückgegriffen, da Fahrzeuge mit solch hohen Gesamtkilometern generell schnell an Wert verlieren. Ernstzunehmende Folgen sind bereits ersichtlich, andere könnten noch auftauchen:

- Mehr Unfälle, Schadensquoten sind deutlich angestiegen. Neben erhöhten Kilometerleistungen liegt dies auch an Übermüdung und Überlastung der Fahrer.

- Längere Krankenstände. Immer mehr Außendienstmitarbeiter kämpfen mit ihrem rampollierten Immunsystem (Stress, Ernährung), Wirbelsäulenschäden (acht Stunden im Auto!) oder gar Burn-out.
- Fuhrparkkosten sind über den Index hinaus stark gestiegen (Sprit, Fahrzeugverschleiß).

Bezüglich Fahrzeug und Fahrzeugausstattung kann man einiges unternehmen, um das „Straßenleben“ eines Mitarbeiters komfortabler und sicherer zu gestalten: hochwertige Autositze, Navigationssysteme, Automatikschaltung, Freisprechanlagen und Einparkhilfen. Dies schmälert allerdings maximal die Leiden, wenn der Außendienstmitarbeiter weiterhin 1.600 Stunden auf der Straße verbringt, anstatt beim Kunden. Es gibt intelligente Produkte und Services im Bereich des Informations- und Mobilitätsmanagements auf dem Markt. Diese müssen jedoch individuell auf die jeweilige Unternehmenssituation angepasst und weiterentwickelt werden. Womit gerade dieses Thema zu einem meiner aktuellen Beratungsschwerpunkte wurde. Kein visionärer Schwerpunkt, sondern ein notwendiger, damit Außendienstmitarbeiter, Kunden und letztendlich das Unternehmen nicht auf der Strecke bleiben.



Dipl. Bw (FH) Anette Mallinger  
Fuhrpark- und Mobilitätsberatung  
zederbauer + partner gmbh  
anette.mallinger@zederbauer.co.at  
www.zederbauer.co.at

**100 % Vertrauen**

Der Herbst beginnt sehr gut für die HDI Versicherung AG. Bei der neuerlichen Auflage der AssCompact Awards konnte das Unternehmen seine Qualitätsführerschaft bestätigen und zum wiederholten Male den ersten Platz in der Kfz-Versicherung einfahren. Ein besonderes Ergebnis des diesjährigen AssCompact Awards ist das große Vertrauen, das die Vertriebspartner HDI entgegenbringen. Dazu HDI-Vorstand Thomas Lackner: „Kein einziger Umfrageteilnehmer rät von HDI ab. Das zeigt uns sehr deutlich, dass wir hier eine sehr starke Basis haben.“ Eine Basis, die auch in Zukunft weiter verstärkt und ausgebaut werden soll.

✓ ASSISTANCE SERVICES  
✓ CUSTOMER CARE  
✓ MOBILITY PROVIDER

**SERVICE**  
**24**

Europe - wide

[www.callcenter-europe.eu](http://www.callcenter-europe.eu)

Tel. +43 (0) 3622 / 72300  
Fax +43 (0) 3622 / 72300 10