

Standards als Maßstab

Für Seeburger sind die Regeln in der Car Policy wichtig, um Investitionen in den Fuhrpark langfristig planen zu können. Diese Strategie hat dazu geführt, dass das Unternehmen die Kosten für den wachsenden Fahrzeugbestand im Griff behalten hat. Das Flottenmanagement ist dabei direkt dem Vorstand unterstellt.



Fuhrparkleiterin Francesca Simonetta und Vertriebsleiter Marco Pister arbeiten Hand in Hand, wenn es bei Seeburger um den Fuhrpark geht.

Seeburger AG im Kurzporträt

Die Seeburger AG ist ein IT-Unternehmen, das CEO Bernd Seeburger 1986 in Bretten gegründet hat. Tätigkeitsfeld ist, die Integration von externen und internen Prozessen sowie die Abläufe zwischen unterschiedlichen Anwendungssystemen oder Geschäftspartnern ohne Medienbrüche zu gestalten. Zum Datenaustausch dient der Business Integration Server (BIS) als zentrale Drehscheibe, über den die Datenübertragung etwa zwischen Kunden und Lieferanten läuft. Dazu leisten die Systeme unter anderem auch die passende Konvertierung der Formate. Auch die Anbindung an ERP-Systeme findet bei Bedarf statt. Das Unternehmen ist hiermit in sämtlichen Branchen aktiv, von der Automobilindustrie und Logistik über Banken und Versicherungen bis hin zur Energie- und Versorgungsindustrie und der Pharmabranche. Zu den Kunden gehören beispielsweise ABN Ambro, Beiersdorf, Bosch, Hagebau, Lidl, Novartis, Osram, Porsche, Siemens, VW, Volvo und XXXLutz. Seeburger betreibt insgesamt 20 Niederlassungen in Asien, Europa und Amerika. In Deutschland befinden sich neben dem Hauptsitz in Bretten drei weitere Standorte in Hamburg, Köthen bei Leipzig und Trier. Im vergangenen Jahr sind rund 520 Mitarbeiter dort beschäftigt gewesen, die einen Umsatz von rund 60 Millionen Euro erwirtschaftet haben.



Eine steigende Zahl an Firmenwagen, neue Modelle und Ausstattungskombinationen sowie Leasing- und Servicekonditionen, die sich permanent verändern: Das sind nur drei Beispiele aus einer Reihe von Faktoren, welche die Kostenentwicklung in Fuhrparks schwer messen und steuern lassen. Um diese Herausforderung zu meistern, greift es hier allerdings zu kurz, sich etwa bei den Konditionen nur auf den günstigsten Preis zu fokussieren. Vielmehr sind der höchste Mehrwert und damit das beste Preis-Leistungs-Verhältnis gefragt.

Diese Maxime gilt auch bei der Seeburger AG im badischen Bretten. Schließlich summieren sich die Kosten rund um den Betrieb der rund 130 Firmenwagen zu einem Gesamtposten, den nicht nur Vertriebsleiter Marco Pister als Verhandlungsführer mit den Herstellern sowie Fuhrparkleiterin Francesca Simonetta, sondern auch CEO Bernd Seeburger stets im Blick haben. Der Firmengründer lässt es sich daher nicht nehmen, jede Bestellung eines neuen Firmen-Pkw auch freizugeben.

Darüber hinaus baut das Unternehmen seit etwa fünf Jahren auf die Unterstützung von Car Professional Management (CPM) als externen Dienstleister für das Fuhrparkmanagement. „Durch dieses Zusammenspiel haben wir die Kosten bei wachsender Flotte im Zaum halten können“, sagt Francesca Simonetta. Und sie fügt hinzu: „Die Auslagerung des Managements hat die internen Prozesse deutlich verschlankt und verbessert.“ Denn der Dienstleister erledigt das alltägliche Verwaltungs- und Abwicklungsgeschäft – von der GEZ über die Kfz-Steuern, Räder-, Reifen- und Tankkartenmanagement bis hin zur Kfz-Versicherung und zum Schadenmanagement. Bei der Fuhrparkleiterin verbleiben dann zum Beispiel noch Rechnungsprüfung, -controlling, die Fahrzeugbestellung und Verhandlungen mit den regionalen Händlern.

Einmal im Jahr setzen sich Francesca Simonetta und das interne Controlling aber auch mit den Beratern von CPM zusammen, um mögliche Verbesserungen



Chefsache: Chief Executive Officer (CEO) Bernd Seeburger hat den Fuhrpark und die damit verbundenen Kosten im Blick.

zu besprechen und unter anderem die aktuellen Angebote für die Flottenversicherung zu vergleichen. Daneben finden sich die Vertreter der Hersteller einmal pro Jahr zur Verhandlung der Rahmenverträge und Preise ein.

Referenzrate und PS-Limit als Grenzen

Grundlage für die Optimierungsansätze bilden die Struktur des Fuhrparks und die Anforderungen an die Firmenwagen, welche zu rund 50 Prozent die Führungskräfte und Mitarbeiter im Vertrieb nutzen. Sie dürfen ihre Autos wiederum aus der Palette an Limousinen und Kombis mit Dieselmotorisierungen der Marken Audi, Opel, Volkswagen und Volvo wählen.

Welche Modelle die Fahrzeugberechtigten ordern, hängt vor allem von der kalkulierten Referenzrate ab, die das Unternehmen für das reine Finanzleasing bestimmt hat und sich im Vertrieb auf 425 Euro netto für die sogenannten Juniors und das Consulting respektive 450 Euro netto für die sogenannten Seniors beläuft. „Die Mitarbeiter können die jeweilige Rate natürlich überschreiten, müssen den daraus entstehenden Mehrbetrag über die Leasinglaufzeit jedoch in einer Einmalzahlung tragen“, erläutert Francesca Simonetta. Die meisten Fahrer würden sich daher strikt an den Referenzraten orientieren.

Eine weitere Vorgabe sind PS-Grenzen, die bei zirka 120 PS für Juniorentwickler und Berater sowie um die 160 PS für Seniors liegen. Letztere stellen die Mehrzahl der Fahrer. Die häufigsten

Firmenwagen sind daher der VW Passat 2.0 TDI mit 140 PS sowie der V50 respektive V70 mit verschiedenen Dieselvarianten und bis zu 163 PS. Alle Fahrzeuge sind außerdem mit den Business-Paketen des jeweiligen Herstellers ausgestattet.

Leasingrahmen und Optimierungspotenzial

In puncto Kfz-Beschaffung setzt Seeburger seit der Gründung in der Regel auf Leasing. So sind rund 90 Prozent der Fahrzeuge entweder bei der Mercedes-Benz Bank, VW Leasing und Volvo Bank oder bei der ALD geleast. Ob und an wen das jeweilige Fahrzeug geht, entscheidet sich immer wieder neu. CPM schreibt hierfür jeden Firmenwagen immer bei mehreren Anbietern aus. „Wer das beste Angebot abgibt, erhält dann den Zuschlag“, sagt Marco Pister.

Seit Januar 2011 schließt das Unternehmen im Rahmen des Leasings zusätzlich den Baustein Wartung & Verschleiß bei den jeweiligen Leasingverträgen mit den herstellereigenen Gesellschaften ein. Die Laufzeiten der Verträge richten sich generell nach den Laufleistungen, die sich zwischen 30.000 und 50.000 Kilometern pro Jahr bewegen. Überschreiten die Fahrer jedoch eine maximale Gesamtlaufleis-

tung von 150.000 Kilometern, gehen die Fahrzeuge zurück. Da die Laufleistung in der Regel rund 50.000 Kilometer beträgt, laufen viele Firmenwagen drei Jahre.

Die restlichen zehn Prozent der Flotte sind gekauft. „Diese Fahrzeuge sind als Incentive bestimmten Mitarbeitern aus der Entwicklung gewährt und werden über fünf Jahre abgeschrieben. Danach gehen sie ins Eigentum der Nutzer über“, resümiert Francesca Simonetta.

Dieses Gesamtmodell hat sich für die Flottenverantwortlichen in der Praxis bewährt. Dennoch sehen sie noch Verbesserungspotenzial. „Zum einen wollen wir die Auswahl an Motorisierungen noch stärker auf Basis der CO₂-Emissionen ausrichten. Zum anderen können wir die Laufzeiten der Leasingverträge noch genauer festlegen“, sagt

Marco Pister. Dieses Feintuning bedeutet etwa, die Fahrzeuge von Nutzern mit 30.000 Kilometern pro Jahr auch nur für drei Jahre mit einer Laufleistung von 120.000 Kilometern und nicht wie bisher pauschal mit 150.000 Kilometern zu leasen. Dadurch würde das Unternehmen nochmals sparen. Die beiden Bereiche nehmen Marco Pister und Francesca Simonetta wohl demnächst in Angriff.

ANNEMARIE SCHNEIDER 

Die Modelle sollen noch stärker nach den CO₂-Emissionen ausgewählt werden.

Seeburger-Fuhrpark in Kürze

- ▶ ca. 130 Firmen-Pkw, davon ca. 50 Prozent im Vertrieb
- ▶ Marken: Audi, Opel, Volvo, VW; plus BMW, Mercedes
- ▶ v. a. VW Passat 2.0 TDI, Audi A4 2.0 TDI mit 140 PS, Volvo V50, V70 mit 163 PS
- ▶ 90 Prozent im Leasing bei vier Leasinggesellschaften, seit Januar 2011 inkl. Wartung und Verschleiß
- ▶ Beschaffungskriterien: Referenzleasingrate und PS-Limit
- ▶ fahrzeuggesteuert: Mitarbeiter im Vertrieb, Consulting und Führungskräfte
- ▶ externes Fuhrparkmanagement über CPM
- ▶ Tankkarten: eine Routex pro Kfz; Kfz-Versicherer: Bayerische Versicherungskammer, Wartung & Verschleiß sowie Räder/Reifen über regionale Markenhändler

