

Autoflotte

Fit für den Fuhrpark

09 | 2016

Telematik | Welchen Nutzen die Technik den Flotten bringt



Opel Astra Sports Tourer
Pffiffiges Langheck
mit vielen Optionen

Andre Janssen-Timmen
Wie es bei BMW
und Mini weitergeht

Fahrverbote
Sind zwei Vergehen
gleich zwei Strafen?

„Effizienter Gesamtprozess“

Interview | Torsten Harms, Leiter Vertrieb bei Auto Fleet Control (AFC), über die Bedeutung des Schadenmanagements an sich und die neue strategische Ausrichtung des Schadenmanagers.

– **Herr Harms, seit dem 1. Oktober letzten Jahres sind Sie Vertriebsleiter bei AFC. Davor waren Sie im Automobilhandel für den Großkundenverkauf verantwortlich. Wie kam es zum Wechsel in die Flottendienstleistung?**

Torsten Harms: Vor meiner Zeit als Großkunden-Verkaufsleiter bei Audi in Hamburg hatte ich bei IKB Leasing unter anderem das Automobilgeschäft aufgebaut. Da sehe ich einen wichtigen Anknüpfungspunkt: Die Aufgabe, die ich jetzt bei AFC übernommen habe, deckt sich in vielen Punkten mit meiner Arbeit bei IKB Leasing.

– **Was heißt das konkret?**

T. Harms: Auch hier geht es um den Aufbau einer neuen Vertriebsstruktur für ein innovatives, gleichzeitig aber auch beratungsintensives

Produkt. Außerdem wollen und müssen wir unsere Markenbekanntheit steigern: Bis 2015 haben wir bewusst im Hintergrund agiert und unser Produkt ausschließlich über Dritte vertrieben, die unsere Leistungen teilweise unter eigenem Namen vermarktet oder sogar erbracht haben. Das hatte zur Folge, dass Fuhrparks der Name AFC Auto Fleet Control weniger oder gar nicht bekannt war, obwohl wir der mit Abstand größte, unabhängige Anbieter in diesem Bereich sind. Diese Ausrichtung ändern wir nun jedoch grundlegend.

– **Was können Sie Ihren Kunden bieten?**

T. Harms: Schadenmanagement im Fuhrpark ist ja ein erheblicher Kostenblock und bietet großes Potenzial zur Kostensenkung innerhalb des eigenen Unternehmens – vorausgesetzt, man kennt die richtigen Hebel und setzt dieses Wissen dann auch konsequent um. Mit unserer Expertise möchten wir unseren Kunden den Anreiz liefern, sich genauer mit dem eigenen Schadenmanagement auseinanderzusetzen.

– **Wie viele Kunden zählen Sie aktuell?**

T. Harms: Lassen Sie mich eine andere Zahl nennen: 2015 haben wir mit 70 Mitarbeitern etwa 120.000 Fahrzeuge betreut und über 80.000 Schäden abgewickelt.

– **Welche Kernzielgruppen haben Sie definiert?**

T. Harms: Generell kann jeder gewerbliche Fuhrpark unsere Dienstleistung nutzen. Bei sehr kleinen Flotten ist der Vor-Ort-Vertrieb für uns allerdings wirtschaftlich kaum darstellbar. Wenn aber der Kunde mit seiner kleineren Flotte direkt auf uns zukommt, nehmen wir ihn selbstverständlich gerne an und können ihm ebenfalls entsprechenden Mehrwert bieten.

– **Wie sieht denn Ihre derzeitige Kundenstruktur aus?**

T. Harms: Der Großteil unserer Kunden betreibt Fuhrparks mit 100 bis 1.000 Fahrzeugen. Einige mehr, andere weniger. Unser größter Kunde hat etwa 3.000 Fahrzeuge, unser kleinster etwa 30 Fahrzeuge im Bestand.

– **Und wie wird sich die Betreuung all dieser Kunden ändern?**

T. Harms: 50 Prozent unserer Kunden arbeiten bereits seit über acht Jahren mit uns zusammen. Das ist bei einem nur 17 Jahre alten Unternehmen ein enormer Wert und spricht auch für die Qualität unserer Leistung. Trotz oder gerade wegen dieser Treue werden wir aber auch unsere langjährigen Kunden in Zukunft deutlich intensiver vor Ort betreuen. Mit einer eigenen schlagkräftigen Vertriebsmannschaft wollen wir AFC am Markt bekannter machen und unseren Kunden kompetent begegnen.

Die Bestandskundenbetreuung binden wir direkt in die Tourenplanung mit ein, so dass ein Bestandskundentermin auf drei Neukundentermine kommt. Und für unsere Top-30-Kunden sind zum Beispiel auch ein oder zwei feste Besuchstermine pro Jahr geplant, um sich auszutauschen. Dazu haben wir die Kundenbetreuung jetzt zum Beispiel nach regionalen Gesichtspunkten strukturiert. Das gab es

aufgrund des indirekten Vertriebs in der Vergangenheit in dieser Form noch nicht.

– **Im Rahmen Ihrer Dienstleistung bieten Sie auch ein Real Time Risk Management (RTR) an. Was verbirgt sich dahinter genau?**

T. Harms: Mit unserem aktiven Schadenmanagement stabilisieren wir zunächst die Prozesse, schaffen mit Echtzeit-Reportings Transparenz und optimieren auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse die Rahmenbedingungen beim Kunden. So senken wir zunächst die Schadenkosten. Mit unserem Risk Management zielen wir zusätzlich auf eine Reduktion der Schadenfrequenz, um darüber hinaus noch weitere substantielle Kosteneinsparpotenziale zu generieren.

– **Damit sprechen Sie zunächst die Fuhrparkmanager an. Im Rahmen des RTR setzen Sie aber auch auf die Sensibilisierung der Fahrer, richtig?**

T. Harms: Jeder Fahrer erhält je nach Produktbaustein Präventiv-Informationen, um Schäden überhaupt zu verhindern. Wir machen die Fahrer zum Beispiel auf saisonale Spezifika aufmerksam, damit sie sich rechtzeitig vorbereiten können. Bei einer Serviceflotte konnten wir die witterungsbedingten Ausfälle durch eingefrorene Dieselmotoren so halbieren. Es geht uns also nicht nur um klassische Unfallschäden, sondern ganz allgemein um eine Reduktion der Ausfälle und der damit einhergehenden Kosten. Deshalb bieten wir im Schadenfall für die Fahrer auch ein individuelles Coaching an. Wir geben dann Tipps, wie sie derartige Schäden in Zukunft vermeiden können. Außerdem erhalten die Fahrer im Schadenfall einen Link zu ihrer Echtzeit-Schadenakte, in der sie nicht nur den Schaden live verfolgen können, sondern auch die entstehenden Kosten transparent aufgezeigt bekommen. Das schafft eine deutlich verbesserte Kostensensibilität. Bei den Kunden, die das Real Time Risk Management in Anspruch nehmen, lässt sich ein signifikanter Rückgang der Schadenfrequenz und demzufolge auch der Schadenkosten feststellen.

– **Lässt sich das an Zahlen festmachen?**

T. Harms: Je nach Ausgangssituation und Größe des Fuhrparks lassen sich durch die RTR-Maßnahmen 30 bis 40 Prozent der Schadenkosten einsparen.

– **Nun aber zu Ihrem Kernprodukt, dem Schadenmanagement. Kurz gesagt besteht die einerseits aus der Hilfe vor Ort, andererseits aus dem eigentlichen Management im Nachgang. Was bieten Sie Ihren Kunden in diesem Zusammenhang an?**

T. Harms: Im ersten Schritt ist unsere 24-Stunden-Hotline für den Fahrer erreichbar. So stellen wir den Fahrer mobil und organisieren eine rasche Reparatur des Fahrzeugs. Da unsere Prozesse softwaregestützt sind, kommt es hierbei zu keinen Verzögerungen. Das gilt auch für die Beauftragung von Gutachten oder die Einholung von Reparaturfreigaben bei Leasinggesellschaften.

Denn wenn es hier zu Verzögerungen kommen würde, entstehen nur zum Beispiel völlig unnötige Mietwagenkosten. Es geht also nicht nur um einen möglichst günstigen Stundenverrechnungssatz, sondern um das effiziente Management des Gesamtprozesses. Das sichert nicht nur einen reibungslosen Ablauf für den Fahrer, sondern minimiert am Ende die gesamten Schadenkosten.

– **Reden wir nur ausschließlich über Unfallschäden oder auch über Unterstützung im Pannendienst?**

T. Harms: Das eben Gesagte gilt für den Bereich Unfallschäden. Aber wir können natürlich auch den Pannendienst abdecken. Dann arbeiten wir mit den Hersteller-Hotlines oder einem eigenen Pannenservice zusammen.

– **Gibt es Leistungen, die Sie über das Schadenmanagement hinaus anbieten?**

T. Harms: Es gibt diverse Erweiterungen, unterschiedliche Pakete. Zum Beispiel das Paket „Panne und Rücknahme“, in dem wir Leasingrückläufer vor der Rückgabe begutachten und dem Kunden Empfehlungen aussprechen, welche Schäden er reparieren sollte und welche nicht. Dieses Paket umfasst auch den Pannenservice. Außerdem bieten wir ein Paket rund um die Versicherung an, optimieren zum Beispiel die Deckungskonstrukte beziehungsweise bilden sie ab, spielen Prämienraten in unser System ein oder bilden die Live-Schadenquoten ab. All diese Pakete bauen modular auf unserem Grundpaket ASPS, was für aktive Schadenprozesssteuerung steht, auf. Alle anderen Module sind dann Erweiterungen zu ASPS, deren individuellen Nutzen wir mit dem Kunden einzeln besprechen. Daraufhin entscheidet der Kunde, welche Bausteine für ihn sinnvoll sind. Somit bekommt jeder unserer Kunden immer exakt das Schadenmanagement, das er zum jeweiligen Zeitraum braucht.

– **Herr Harms, herzlichen Dank für das Gespräch.** | Interview: cfm



Torsten Harms, Leiter Vertrieb bei AFC | „Mit unserer Expertise möchten wir unseren Kunden den Anreiz liefern, sich genauer mit dem eigenen Schadenmanagement auseinanderzusetzen“