



BMEnet Guide Mobilität 2009

- Best Practice aus den Fachgruppen „Einkauf von Reisedienstleistungen“ sowie „Fuhrpark und Flotte“ des BME e.V.
- Anbieter von Reisedienstleistungen, Fuhrpark- und Flottenmanagement

Inhalt

Vorwort	5
Inhaltsangabe	6
Einführung	8
Ergebnisse der BME-Fachgruppe Einkauf von Reisedienstleistungen	11
Ergebnisse der BME-Fachgruppe Flottenmanagement	59
Leistungsübersicht Teilnehmer	140
ALD AutoLeasing D GmbH	142
Arval Deutschland GmbH	144
Car Professional Fuhrparkmanagement und Beratungsges. mbH & Co. KG	146
DB Rent GmbH	148
DERTOUR GmbH & Co. KG	150
Europäische Reiseversicherung AG	154
HRG Germany	156
IG Immobilien Management GmbH	160
LeasePlan Deutschland GmbH	162
trivago GmbH	164
Volkswagen Leasing GmbH	166
Stichwortverzeichnis	170
Branchenfokus Teilnehmer	176
Impressum	178

Einführung

Der vorliegende BME-Guide Mobilität ist das Ergebnis zahlreicher Sitzungen der BME-Fachgruppen „Fuhrpark und Flotte“ und „Travel“.

Fachleute aus dem Kreise unserer Mitglieder haben sich in den Fachgruppen zusammen gefunden, um aktuelle Entwicklungen in ihren Fachbereichen zu diskutieren und Vorschläge zur Standardisierung zu entwickeln.

Neben Tipps zu allgemeinen Themen aus dem Einkauf der jeweiligen Dienstleistungen, haben die Gruppen intensiv an der Gestaltung von Musterlösungen gearbeitet.

Praktische Hilfe im Bereich Travel bietet z.B. die Checkliste zur Implementierung einer Online Booking Engine (OBE), die Musterausschreibung für Reisebüroleistungen und der M.I.C.E. Rahmenvertrag. Die Fachgruppe Flotte erarbeitete u.a. eine Musterausschreibung für nationale Leasingflotten.

Die Sektion Beschaffungsdienstleister im BME e.V. bedankt sich bei allen Teilnehmern der Fachgruppensitzungen.

Insbesondere gilt unser Dank:

Fachgruppe Travel		
Thomas	Ansorge	Procter & Gamble Service GmbH
Roland	Bruckmann	Salzgitter AG
Steffen	Donner	Roche Diagnostic Germany GmbH
Doris	Gellersen	Weinmann Geräte für Medizin GmbH & Co. KG
Oliver	Graue	Verlag Dieter Niedecke GmbH
Carolin	Grimm	Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V.
Christian	Hentscher	Credit Suisse Deutschland AG
Karl	Hünigerle	Lurgi AG
Yvonne	Kuhn	M-real Stockstadt GmbH
Doris	Mennicken	DKV AG
Peter	Mettmann	Biotest AG
Sandra	Mittag	Diehl Stiftung & Co. KG
Hans-Joachim	Müller	Sara Lee Deutschland GmbH
Inge	Pirner	DATEV eG
Ivonne	Ulm	Michelin Reifenwerke AG & Co. KGaA
Hermann	Walz	Diehl Stiftung & Co. KG
Herbert	Zitzen	MAN HR Services GmbH

Fachgruppe Fuhrpark und Flotte		
Osman	Alper	MLP Finanzdienstleistungen AG
Dr. Thomas	Gerdau	hpi GmbH
Kai	Groth	BSR AöR
Lutz	Hansen	Bayer Business Services GmbH
Joachim	Harrach	hpi GmbH
Claus-Uwe	Pohlmann	Chemion Logistik GmbH - NFZ-Fleetmanagement
Peter	Riegel	DATEV eG
Hans-Joachim	Schwandt	TUI AG / BME e.V.
Peter	Stamm	Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG
Doris	Wahler	IG Metall
Norbert	Wikowsky	DeTeFleetServices GmbH

Schon frühzeitig wurden Themen für das Jahr 2009 gefunden, so dass die Arbeit erfolgreich fortgesetzt werden kann. Wie bereits gut etabliert, werden auch zukünftig aktuelle Zwischenergebnisse und Diskussionspunkte auf den spezifischen BME-Thementagen aus der Fachgruppe heraus vorgestellt.

Beim Erarbeiten der Musterausschreibungen haben die Fachgruppen Wert darauf gelegt, auch die Anbieterseite einzubinden. Einfache Strukturen und der Verzicht auf unnötige Abfragen reduzieren den Bearbeitungsaufwand beider Seiten.

Folgende Anbieter aus dem Bereich Travel und Flotte sein besonders bedankt:

Travel		
Alexa	Knorr	FCm DER Travel Solutions DER Deutsches Reisebüro GmbH & Co. OHG
Markus	Trapp	CWT Deutschland
Fuhrpark und Flotte		
André	Dutkowski	ALD AutoLeasing D GmbH
Jörg Christian	Ebert	ALD AutoLeasing D GmbH
Frank	Kotzur	LeasePlan Deutschland GmbH
Kai	Marnet	Maske Autoleasing GmbH

Für die Sektion Beschaffungsdienstleister

Carsten Knauer,
Referent Sektion Beschaffungsdienstleister

Matthias Berg,
Projektmanager Sektion Beschaffungsdienstleister



**Ergebnisse der BME-Fachgruppe
Einkauf von Reisedienstleistungen**

Ergebnisse der BME-Fachgruppe Einkauf von Reisedienstleistungen

1	Online Booking Engines	13
1.1	Chancen durch die Nutzung von OBEs	13
1.2	Voraussetzungen für die erfolgreiche Nutzung von OBEs	14
1.3	Hürden bei der Einführung einer OBE	17
1.4	Checkliste: Implementierung von OBEs	17
1.5	Kooperationsformen mit dem Anbieter	18
1.6	Ergänzende Informationen zum Thema Überkreuzflüge	18
2	Kreditkarten	19
2.1	Messung der Dienstleistung „Reise“	19
2.2	Kartenlösungen	21
3	Recht und Sicherheit	23
3.1	Sicherheit	23
3.2	Versicherungsschutz (Unfall- und Krankenversicherung)	24
4	Ausschreibungen	25
4.1	Ablauf und Auswahlkriterien	25
4.2	Unterschiede bei der Ausschreibung von Reisedienstleistungen	26
4.3	Musterausschreibung der BME-Fachgruppe	27
5	Abrechnungen mit Reisebüros	49
5.1	Management Fee und Ticket Fee	49
5.2	Zuschüsse und Zuwendungen	50
5.3	Reisekostenabgleich für mehr Transparenz	50
6	Meeting, Incentive, Convention, Event (M.I.C.E.)	51
6.1	Allgemeines	51
6.2	Entwurf eines MICE-Rahmenvertrages	51
7	Geschäftsreisen und Umwelt	53

1 Online Booking Engines

Die Betrachtung von Online Booking Engines (OBE) hinterlässt ein differenziertes Bild. Der BME hat durch die Befragung von Einkäufern im Bereich Travel diese Einschätzung bestätigt gefunden. Dies betrifft sowohl die Frage, ob eine OBE bereits eingeführt wurde, als auch die Erfahrungen mit den OBEs.

So befinden sich einige Unternehmen in der **Entscheidungsphase** und erfassen gerade Vor- und Nachteile von OBEs, andere sind gerade in der **Einführungsphase** und weitere Unternehmen haben eine OBE bereits eingeführt.

Die meisten Unternehmen haben **positive Erfahrungen** mit der Einführung einer OBE gemacht. In vielen Fällen traten anfänglich jedoch **Implementierungsschwierigkeiten** auf. Vereinzelt wurde eine OBE-Lösung eingeführt aber wegen unzureichenden Ergebnissen **wieder abgeschafft**. In anderen Fällen haben die Entscheider nach eingehender Prüfung beschlossen, **keine OBE einzuführen**, da die erwarteten Vorteile im jeweiligen Unternehmen zu gering und die möglichen Risiken zu hoch eingeschätzt wurden.

Im folgenden Abschnitt werden deshalb die

- Chancen durch die Nutzung von OBEs,
- die Voraussetzungen für die erfolgreiche Nutzung von OBEs,
- die Hürden bei der Implementierung und
- die Zusammenarbeit mit dem OBE Dienstleister

behandelt. Abschließend bietet eine Checkliste Entscheidungshilfen, ob eine Implementierung sinnvoll ist.

1.1 Chancen durch die Nutzung von OBEs

Online Booking Engines bieten die Möglichkeit, vollständige Buchungsprozesse für Geschäftsreisen in einem Onlineportal abzuwickeln. Hierbei können die Systeme eine Vielzahl verschiedener Verkehrsträger und Reiseleistungen in einem Portal zusammenfas-

sen. Auch verwenden die meisten OBEs für Teilbereiche Plugins anderer Portale. So nutzen OBEs für die Hotelwahl häufig Datenbasen der beiden großen Hotelplattformen die in das System eingespielt werden.

Signifikante **Vereinfachungen von Prozessen**: Schlankere Prozesse sorgen für Einsparungen beim Reisebüro aber auch bei der Zeit, die Mitarbeiter für die Buchung der Reise aufwenden.

OBEs können durch verschiedene Effekte zu **Einsparungen bei den Reisekosten** führen.

- Breiteres Angebot an Verkehrsträgern (Zug statt Flug, Low-Cost-Carrier statt Fullservice Airline) kann in einem einzelnen Portal dargestellt werden.
- Psychologischer Effekt beim Bedarfsträger: Durch die Möglichkeit die preislichen Unterschiede verschiedener Reisevarianten selbst sehen zu können, werden idealerweise günstigere Lösungen weniger als „Vorschriften“ wahrgenommen. Vielmehr fühlt sich der Reisende als Entscheider, der selbst überlegen darf, inwieweit z.B. der Mehrwert eines Upgrades in die Business-Class wirklich den erhöhten Kosten entspricht.
- Die Darstellung der einzelnen Reisearten kann so gewählt werden, dass günstigere Lösungen optisch auffällig dargestellt sind und somit besser wahrgenommen werden.
- Anreizstruktur der Reisebüros: Kein Anreiz eine billigere Reise zu buchen, teils sogar gegenteiliger Anreiz, da die Provision in % des Buchungswertes gezahlt wird.
- Bei Hotelbuchungen sind die Tagesraten von Onlineplattformen in vielen Fällen günstiger als die verhandelten Firmenraten.

- „Versteckte Kosten“ wie Stornogebühren können dem Reisenden / dem Reiseassistenten direkt angezeigt werden und optisch hervorgehoben werden. Die OBE kann den Buchenden darauf aufmerksam machen, wenn Stornierungen ausgesprochen teuer sind. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass von den Praktikern der BME-Fachgruppe „Einkauf von Reisedienstleistungen“ beobachtet wurde, dass Reisende häufig „Flexibilität teuer einkaufen.“ D.h. die Reisenden sind bereit merkliche Aufpreise in Kauf zu nehmen, um z.B. flexibel fliegen zu können.

OBEs steigern die Aussagefähigkeit und senken die Kosten des **Reportings**.

- Automatisierte Erstellung von Reiseanträgen wird möglich, inklusive der einzelnen Entscheidungen, die der Reisende / der Reiseassistent getroffen hat und den dadurch verursachten „Missed Savings.“
- Die Missed Savings sowie die Abweichungen von der „Travel Policy“ des Unternehmens können automatisiert, auch im Vorfeld als „Pre-Trip-Report“, an den genehmigenden Vorgesetzten weitergeleitet werden. Es ist zu beachten, dass bei Pre-Trip-Reports die Buchungsdaten und bei Post-Trip-Reports die Zahlungsdaten als Grundlage herangezogen werden. Für ein und dieselbe Reise können Buchungs- und Zahlungsdaten merklich voneinander abweichen.

1.2 Voraussetzungen für die erfolgreiche Nutzung von OBEs

- Die **Adaptionsrate durch die Mitarbeiter** muss hoch genug sein. Sie abzuschätzen ist in vielen Fällen schwierig:
- Um die Adaptionsrate besser einschätzen zu können und um diese durch frühe Einbindung der Mitarbeiter zu erhöhen kann eine Mitarbeiterbefragung im Vorfeld sinnvoll sein.
- Die Adaptionsrate hängt in vielen Fällen vor allem davon ab, wie Reisen bisher vom Reisenden / vom

Reiseassistenten gebucht wurden. Hierbei ist die „Bequemlichkeit der Buchung“ ein nicht zu unterschätzender Faktor. Es kann zu folgenden Schwierigkeiten kommen:

- Die OBE muss mit bereits vorhandenen Systemen zur Reisebuchung konkurrieren.
- Implant-Reisebüros können eine starke Konkurrenz zur OBE darstellen.
- Ein freundlicher und persönlicher Kontakt zum Reisebüro erschwert den Wechsel zu einer OBE.

- Unternehmen, die durch ihre Branchenzugehörigkeit, z.B. Softwareunternehmen, über Mitarbeiter mit sehr hoher Technologieaffinität verfügen, verzeichnen zumeist eine höhere Adaptionsrate als es bei einem weniger technologieaffinen Unternehmen der Fall ist.
- Ein guter Indikator für die Bereitschaft der Mitarbeiter, eine OBE zu nutzen, ist die private Nutzung von Reisebuchungen über das Internet. Diese kann ebenfalls in der Mitarbeiterbefragung ermittelt werden.
- Außerdem müssen bei Prognosen über die Adaption einer OBE die „überzeugten Verweigerer“ bedacht werden. Diese Buchenden sind gegen eine OBE und werden nach Kräften nie vom etablierten System abweichen. Wenn die Vermutung besteht, dass diese Gruppe bedeutend für die Einführungsentscheidung ist, kann die Mitarbeiterbefragung eine zusätzliche Frage im Stil von „Bei einer Einführung einer OBEs würde ich keinesfalls vom etablierten Bestellprozess abweichen. – Ja / Nein“ hinzugefügt werden. Zwar ist bei einer solchen Frage nicht davon auszugehen, dass alle Verweigerer diese wahrheitsgemäß beantworten, jedoch kann daraus geschlossen werden, ob es zu Verweigerungen in einer relevanten Größenordnung kommen wird.

Positiver Einfluss auf die Adaptionsrate wird von folgenden Maßnahmen erwartet:

- Lead User / Meinungsführer – Personen, die andere dazu bringen, das System zu nutzen.
- Kritische User – Personen, die das System aktiv nutzen und fundierte Verbesserungsvorschläge äußern. Kritische Nutzer sind sowohl mit hoher als auch mit geringerer IT-Fachkenntnis von Nutzen. Durch sie können unterschiedliche Probleme erkannt und verschiedene Systemanpassungen vorgenommen werden.
- Unterstützung der Implementierung durch das Reisebüro – Wenn eine verstärkte OBE-Nutzung auch im Sinne des Reisebüros ist und z.B. die Telefonhotline das System empfiehlt, erhöht dies die Adaptionsrate.
- Anreiz für die Nutzung: Wenn die Nutzung der OBEs dem Unternehmen signifikante Einsparungen ermöglicht, kann darüber nachgedacht werden, einen Teil hiervon z.B. in Form von Gutscheinen oder Gewinnspielen an die Nutzer weiterzugeben.
- Bei der Einführung einer OBE muss sichergestellt sein, dass die Unterstützung durch die Entscheidungsträger im Unternehmen gewährleistet ist. Diese sollten frühzeitig mit an den Tisch geholt werden. So ist sichergestellt, dass die Vorteile der OBE ausreichend kommuniziert werden:
- Manager erhalten einen besseren Überblick über die Reisen ihrer Mitarbeiter.
- Manager entlasten letztlich ihre eigene Kostenstelle, da häufig die einzelnen Abteilungen die Reisen ihrer Mitarbeiter mit ihrem Budget verrechnen.
- Manager müssen weniger Zeit aufwenden, um Reisen zu genehmigen. Die Genehmigung kann, wenn dies gewünscht ist, sogar komplett wegfallen und z.B. durch Pre-Trip-Reports ersetzt werden.
- Die Kostenstellenverantwortlichen erhalten konkrete Vergleichsmöglichkeiten der Kosten verschiedener Reisevarianten. Dies ist zurzeit in vielen

Unternehmen noch nicht der Fall. Häufig werden Dienstreisen ohne Blick auf die Kosten einfach abgezeichnet.

Der Einsatz von OBEs kann bei bestimmten **Reisebedarfsstrukturen** besonders sinnvoll sein. Eine hohe Zahl von Point-to-Point-Reisen ist z.B. eine gute Voraussetzung für den Einsatz einer OBE.

- Während OBEs Point-to-Point Verbindungen bei z.B. Flügen oder Bahnfahrten relativ gut darstellen und effizient abwickeln können, ist die Buchung von Gabelflügen oder Zwischenstopps schwierig darstellbar.
- Bei Low Cost Carriern (LCC) treten bei manchen Flughäfen Probleme auf. So wurde von den Experten berichtet, dass Köln/Bonn als LCC-Flughafen sehr gut, Frankfurt-Hahn in einer OBE hingegen schwieriger darstellbar ist.

Da die **Prozesse** bei einer OBE im System implementiert werden müssen, sollten diese frühzeitig festgelegt und den Unternehmensvorgaben entsprechend umgesetzt werden.

Folgende Kernpunkte sind dabei wichtig:

- Pre-Trip-Reports
 - Ja / Nein?
 - An Vorgesetzte?
 - An Travel Management (= eigenständige Stelle im Unternehmen, die Funktionen jenseits des reinen Einkaufs der Reiseleistung ausführt)
- Missed Savings Darstellung
 - Im Pre-Trip-Report?
 - In regelmäßigen Abständen (jeden Monat, jedes Quartal)?
 - An Travel Management und / oder Vorgesetzten?

Die **Ermittlung von Savings** ist von zentraler Bedeutung, um den Nutzen einer OBE abschätzen zu können. Jedoch sind konkrete Savings schwierig zu fassen. Es gilt, möglichst aussagekräftige Kennzahlen zu

finden, welche die Gesamtkosten der Reiseleistungen abbilden.

Letztlich werden die Kosten zweier Alternativen verglichen.

Auf der einen Seite die **Kosten des Status Quo ohne OBE**:

Checkliste: Kosten Reisebüro (Nutzung 100%)
+ Kosten Reise-Produkte
+ Zeitaufwand Bucher / Reisender
= Gesamtkosten Travel

Und auf der anderen Seite die **Kosten nach der Einführung der OBE**:

Checkliste: Kosten OBE (Nutzung XX %)
+ Kosten Reisebüro (Nutzung 100 – XX %)
+ Einführungskosten
+ Kosten Reise-Produkte
+ Zeitaufwand Bucher / Reisender
= Gesamtkosten Travel

Die **Kosten für OBE und Reisebüro** lassen sich verhältnismäßig einfach ermitteln bzw. abschätzen.

Gesamtkosten Travel: Kann eine sinnvolle Größe sein, um Savings zu ermitteln. Wenn die Alternativnutzung des frei gewordenen Budgets nicht travelbezogen ist, also die Aufwendungen für „Travel“ sinken, sind die Gesamtkosten für Reiseleistungen – bei konstantem Reisevolumen – ein guter Indikator für die Einkaufsleistung.

Da in der Regel nicht von identischen Reisebedarfen ausgegangen werden kann, werden von unterschiedlichen Praktikern jeweils unterschiedliche Kennzahlen für die **Kosten der einzelnen Reiseprodukte** favorisiert. In vielen Fällen muss hierfür allerdings erst eine Datenbasis aufgebaut werden. Folgende Zahlen können herangezogen werden.

- Preis pro Meile / Kilometer bei Flügen
 - Innerdeutsch
 - InternationalEine zusätzliche Erfassung der gebuchten Klasse kann sinnvoll sein.
- Anteil (%) der Flugreisen bei denen Low-Cost-Carrier genutzt wurden
- Preis pro Bahnkilometer bzw. pro Bahnfahrt
- Eine zusätzliche Erfassung der gebuchten Klasse kann sinnvoll sein
- Kosten pro Hotelnacht – evtl. aufgeschlüsselt nach Ländern oder Städten
- Anteil (%) der Reisen, bei denen die Reiserichtlinien eingehalten wurde

Aufgrund der Kosten- und Kennzahlbetrachtung lassen sich im nächsten Schritt mögliche **Savings** berechnen. Diese sollten für **verschiedene Adaptionsraten** prognostiziert werden.

- Die Berechnung möglicher Einsparungen unter der Annahme, dass alle sinnvoll über eine OBE zu buchenden Reisen auch über sie gebucht werden, führt zu einem verzerrten Ergebnis.
- Deshalb ist es sinnvoll, die Savings für verschiedene Adaptionsraten und der analogen Nicht-Adaptionsraten zu kalkulieren. Durch diese Variationen kann für verschiedenen Adaptionsraten der entsprechende Amortisierungszeitraum ermittelt werden. Ein mögliches Ergebnis wäre hierbei, dass sich die OBE bei einer Adaptionsrate von 50% nach 3 Jahren amortisiert hat und bei 30% nach 5 Jahren.
- Durch eine Mitarbeiterbefragung kann wiederum ermittelt werden, ob die realistisch erzielbare Akzeptanzrate über der benötigten Rate liegt.

1.3 Hürden bei der Einführung einer OBE

Bei der Einführung einer OBE führt die **Erfassung und Speicherung von Reisendendaten häufig** zu signifikanten Problemen:

- Hierbei sind insbesondere Datenschutzthemen nicht zu vernachlässigen. Betriebsrat und Datenschutzbeauftragte sollten früh bei Vorüberlegungen und Implementierung hinzugezogen werden.
- Eine Überprüfung, wer welche Reisendendaten / Reisedaten einsehen kann, ist sinnvoll. Einsicht- und Zugriffsmöglichkeiten sollten hier restriktiv gewährt werden.
- Unter Vorsichtsgesichtspunkten sollte während der Konzeptionsphase eine offene Diskussion über mögliche Worst Case Szenarien geführt werden.
- Als Beispiel für einen Systemmissbrauch kann das Thema Mobbing gesehen werden. Ein Mitarbeiter könnte – je nach Systemkonzeption – unliebsamen Kollegen Reisedaten ändern bzw. dessen Reisen sogar stornieren.
- Wenn die Daten beim Anbieter der OBEs liegen, kann eine Abhängigkeit entstehen. Aus diesem Grunde sollte man die Eigentumsfrage im Vertrag berücksichtigen und in seinem eigenen Sinne bestimmen.
- Wenn Reisendendaten sowohl beim Unternehmen als auch beim Reisebüro lagern, gilt es diesen Medienbruch zu überwinden und die Daten in regelmäßigen Abständen abzugleichen.

Auch bei OBEs fallen trotz vieler Vorteile die Ticket Fees nicht weg:

- Das Reisebüro muss immer noch die Tickets ausstellen.
- Aber: Airlines planen Direktvertrieb.

Das Überwinden von persönlichen Widerständen ist von großer Bedeutung:

- Je mehr die Aufgabe der Reisebuchung auf einzelne Personen konzentriert ist, sei es im Reisebüro oder unternehmensintern, desto schwieriger ist es, Überzeugungsarbeit für ein Buchungsportal zu leisten.
- In vielen Fällen bewerten die Mitarbeiter die persönliche Betreuung durch ihnen bekannte Personen sehr hoch und müssen davon überzeugt werden, dass das System für sie lediglich Verbesserungen bringt.
- Alle Mitarbeiter müssen davon überzeugt werden, dass die Einführung einer OBE nicht mit einer Abschaffung der bekannten Strukturen einhergeht, sondern dass OBEs in vielen Fällen vor allem die Reistellen von Volumenaufträgen entlasten und ihnen mehr Zeit geben, ihre Kompetenzen für die Planung komplizierter Reisen aufzuwenden. Es gilt den Mitarbeitern zu vermitteln, dass durch eine OBE ein Anstieg der Servicequalität erreicht werden kann. Die Mitarbeiter persönlich abzuholen und in die Nutzung des Systems einzuweisen ist hierbei von zentraler Bedeutung. Schulungen sind hierbei wichtig.
- Nicht zuletzt gilt es die Begeisterung der Mitarbeiter zu wecken. Sie erhalten mehr Einfluss und mehr Entscheidungsfreiheit bei der Buchung ihrer Dienstreisen

1.4 Checkliste: Implementierung von OBEs

- ✓ Akzeptanz der OBEs unter den Mitarbeitern ist hoch genug
- ✓ Manager unterstützen die Einführung
- ✓ Reisebüro ist von langer Hand einbezogen und unterstützt das Projekt
- ✓ Die Bedarfsstruktur des Unternehmens lässt sich sinnvoll durch eine OBE abbilden
- ✓ Prozesse wurden im Vorfeld der Implementierung aufgelistet und die Interaktionen und Schnittstellen geplant

- ✓ Savings müssen auf Grundlage der Prozesse und als Grundlage für die Gesamtkostenbetrachtung messbar sein. Gesamtkostenbetrachtung zeigt bei erwarteter Akzeptanz einen realistischen Amortisationszeitpunkt
- ✓ Fundierte Entscheidung existiert, ob Unternehmen die OBE vom Reisebüro bereitstellen lassen oder selbst mieten bzw. kaufen will oder erst mit einem kostenlos nutzbaren Buchungsportal (z.B. Hotels) eine Testphase startet
- ✓ Datenschutzaspekte wurden frühzeitig bedacht und Beteiligte (Betriebsrat, Datenschutzbeauftragte) eingebunden

1.5 Kooperationsformen mit dem Anbieter

Je nachdem ob geplant ist, das **System zu kaufen** oder die OBE Nutzung zu „mieten“, können unterschiedlich viele Anpassungen an die Vorstellungen des Unternehmens vorgenommen werden:

- Bei einem **gekauften System** sind Dienstleister zu meist zu einer wesentlich umfassenderen Anpassung bereit, da diese als Teil des gekauften Paketes gesehen werden.
- Bei einem **gemieteten System** steigt in vielen Fällen entweder ab einer gewissen Mindestnutzungsdauer die Bereitschaft zu Anpassungen oder diese werden gesondert abgerechnet. Mietmodelle gibt es mit verschiedenen Abrechnungsmodalitäten:
 - Abrechnung entsprechend der Anzahl der angelegten Profile
 - Abrechnung eines monatlichen Fixpreises
 - Abrechnung eines Preises pro Buchung
 - Abrechnung für monatliche Wartung des Systems

Service Level Agreements gilt es sowohl mit dem Reisebüro als auch mit dem OBE Anbieter zu verhandeln. Hierbei sollte vor allem ein genaues Augenmerk auf die detaillierten Prozesse gelegt werden. Beispiele hierfür sind:

- Maximal eine Stunde nach Buchung erhält der Reisende / der Reiseassistent eine Bestätigung per E-Mail.
- Jeder Reisende / Reiseassistent muss bei jeder Wunschbuchung immer eine günstigere Alternative erhalten.

1.6 Ergänzende Informationen zum Thema Überkreuzflüge

Überkreuzflüge sind ein legales Mittel um Reisekosten niedrig zu halten.

Überkreuzflüge erlaubt

Mit der Entscheidung des Amtsgerichts Frankfurt (Az. 31 C 2972/05-74) wurde zum zweiten Mal die Rechtmäßigkeit von Überkreuzbuchungen bestätigt. Das Amtsgericht Köln hatte bereits ähnlich geurteilt (Az. 117 C 269/04). Eine solche Regelung ist laut dem Urteil des Amtsgerichts Frankfurt eine "überraschende Klausel" im Sinne des **Bürgerlichen** Gesetzbuches.

Dem Gesetz zufolge stehe es einem Gläubiger grundsätzlich frei, ihm zustehende Ansprüche auch nur teilweise in Anspruch zu nehmen. Dies gelte auch für Tickets, die zu Sondertarifen gekauft wurden. Demnach sind Fluggesellschaften nicht berechtigt, den Rückflug zu stornieren, wenn der Reisende den Hinflug nicht angetreten hat. Für den Reisenden besteht keine Verpflichtung, jedes Segment eines gebuchten Rundflugs auch anzutreten.

Mit Klauseln, die den Rückflug bei nicht angetretenem Hinflug ausschließen, versuchen Airlines "Überkreuzbuchungen" zu verhindern. Will eine Fluggesellschaft das verhindern, muss sie die Klausel in ihren Geschäftsbedingungen bei der Buchung hervorheben oder besonders darauf hinweisen, so das Gericht. Die klagende Firma habe "zulässigerweise eine Möglichkeit zur Kostenersparnis wahrgenommen", heißt es im Urteil. Bei der Buchung der Tickets im Internet sei die Ausschlussbestimmung für die Firmenmitarbeiter angesichts einer Vielfalt von Bedingungen kaum auffindbar gewesen.

2 Kreditkarten

2.1 Messung der Dienstleistung „Reise“

Für ein erfolgreiches Controlling, also die Beschaffung und Analyse von Daten zu Steuerungszwecken, können folgende Größen ausgewertet werden:

- Savings
- Einhaltung der Reiserichtlinie
- Kostenart
- Leistungsträger / -anbieter
- Unternehmensbereich
- Abteilung / Mitarbeiter
- Zufriedenheit der internen Kunden
- Ausfälle, z.B. von Zubringerflügen

Die Daten für eine aussagekräftige Analyse sind grundsätzlich vorhanden. Sie wird jedoch häufig vom **Betriebsrat** unter Berufung auf den **Datenschutz** verhindert. Dies gilt insbesondere für die Kontrolle der Einhaltung der **Reiserichtlinien**.

- Die Erfassung der Daten zu Abrechnungszwecken ist unproblematisch. Das Erfassen für ein Reporting eher problematisch
- Die Auswertung nach abstrakten Gruppen ist weniger problematisch als eine personenbezogene Auswertung
- Der Betriebsrat ist zustimmungspflichtig
- Mögliche Lösungen:
 - In die Reiserichtlinie Passus aufnehmen wie z.B.: „Abweichungen [von ihr] werden dokumentiert und an den Vorstand berichtet.“
 - Automatische Generierung einer Email bei Verstoß.
 - Generalklausel in den Arbeitsvertrag aufnehmen, die besagt, dass alle Richtlinien zu befolgen sind.
 - Den Betriebsrat frühzeitig in die Entwicklung des Auswertungsprozess einbeziehen.

- Allgemein: Betriebsvereinbarungen haben Vorrang und greifen in den Arbeitsvertrag ein.

Bei einer Befragung von Einkäufern im Travelbereich wurden unterschiedliche Erfahrungen berichtet: In einigen Fällen wurde eine personenbezogene Auswertung in Abstimmung mit dem Betriebsrat umgesetzt. In anderen Fällen scheiterte eine Umsetzung bzw. wurde bereits im Vorfeld aufgrund der Widerstände aufgegeben. Sogar das Anlegen von Reisendenprofilen wird von vielen Betriebsräten kritisch betrachtet.

Personenbezogene Auswertungen sind hierbei nicht als reiner Kontrollmechanismus zu sehen: Sie können durchaus einen Vorteil für den einzelnen Reisenden darstellen: So könnte z.B. Bahnvielfahrern aufgrund der Auswertungen eine Netzkarte der Deutschen Bahn zur Kostensenkung angeboten werden.

Generell werden bei Controlling und Datenschutzaspekten einzelfallbezogene Pre-Trip Reports als weniger kritisch erachtet als Post-Trip Auswertungen.

Als Datenquellen kommen:

- Reisebüro und -buchungsdaten,
- Leistungsträger,
- internes Controlling sowie
- Kreditkarten in Frage.

Nachstehende Übersicht beschreibt die grundsätzliche Auswertungseignung der Quellen für bestimmte Positionen.

	Reisebüro / -buchungsdaten	Leistungsträger	Internes Controlling	Kreditkarten
Flug				x
Bahn	-	x	-	-
Hotel	-	x		x
Mietwagen		x		

Als sehr gut aufbereitet und auswertbar gelten die Daten der Deutschen Bahn AG.

Schwieriger sind vernünftige Daten über das Hotelvolumen zu erhalten. So kann mittels Kreditkarte keine detaillierte Auswertung vorgenommen werden. Aus der Nutzung von Leistungen des nationalen Traveleinkaufs durch ausländische Mitarbeiter und die Bezahlung mit deren Kreditkarten ergeben sich häufig weitere Diskrepanzen. Besser geeignet ist die Analyse der Daten vom Leistungsträger.

Für den Hotelbereich gilt weiter:

- Vollständige und richtige Daten helfen bei Verhandlungen
- Allerdings sind Tagespreise oft besser als Firmenraten
- Hotelplattformen bieten immer nur einen Ausschnitt des Komplettangebots
- Reiserichtlinien werden oft nur mangelhaft umgesetzt
- Übernachtungspreise werden oft einfach akzeptiert, anstatt darauf zu achten, welche Zusatzkosten (Minibar, Film, Garage) sich noch in den Gesamtpreisen verstecken

Generell wird durch die Buchung bei größeren Ketten die Chance gesehen, über einheitliche Ansprechpartner zu verfügen. Dies führt zu größerer Transparenz.

Zur Auswertung können die gewonnenen Daten zu **Kennzahlen** zusammengefasst werden. Kennzahlen haben auch im Einkauf von Reiseleistungen eine

große Bedeutung. Sie sollten bei der Standortbestimmung und bei der Identifikation von Verbesserungspotentialen unterstützen. Hierzu müssen Kennzahlen auf das jeweilige Unternehmen zugeschnitten sein. Sinnvolle Kennzahlen sind solche, die **steuerbar** sind.

In diesem Zusammenhang werden folgende Kennzahlen für relevant erachtet:

- Anzahl Dienstreisen
- Anzahl Reisende
- Anzahl Tage
- Split: Flug, Bahn, Hotel, Mietwagen
- Split: Inland, Ausland
- Häufig gebuchte Strecken
- Wo entstehen Transaktionsgebühren?
- Anzahl der Buchungen
- Anzahl der Umbuchungen
- Anzahl der Stornierungen
- Einhaltung Reiserichtlinien: Wie messen?
- Nutzen Genehmigungsprozess? Der Prozentsatz der abgelehnter Reisen ist oft sehr gering
- Definition und Anteil des Reisevolumens am gesamten Beschaffungsvolumen
- Veränderungen des Reisevolumens
- Flugreiseklassen, national, europäisch, interkontinental
- Messbarkeit von Preisvergleichen?

Das Herunterbrechen der Daten ist nur soweit sinnvoll, wie der zu erwartender Nutzen den Aufwand übersteigt. Neben den Kennzahlen ist es interessant, die Buchungswege zu erfahren: Wer bucht wie?

Alle Kennzahlen die helfen, die Einhaltung der Reiserichtlinie zu verbessern, sie in den Köpfen präsent zu machen und Abweichungen von ihr aufzudecken, haben einen übergeordneten Nutzen.

Bei einem **Benchmark** aufgrund von Kennzahlen muss unbedingt darauf geachtet werden, dass „Gleiches mit Gleichem“ verglichen wird.

- Die **Zufriedenheit der Kunden** kann auf folgenden Wegen ermittelt werden:
- Befragungen im Vorfeld über neue Tools (Vgl. Akzeptanzumfrage bei OBEs)
- Befragung im laufenden Betrieb über die einzelnen Aspekte
- Kenntnis / Akzeptanz der Reiserichtlinien
- Zufriedenheit, Einfachheit der Nutzung von Buchungswegen
- Meinung zum Freigabeprozess
- Welchen Eindruck hat der Kunde vom externen Dienstleister?
- Wünsche zur Vereinfachung (Vorschlagswesen)

2.2 Kartenlösungen

Die BME-Traveleinkäuferbefragung lieferte folgende Ergebnisse:

- Reisekostenauswertung werden zumeist unternehmensintern erstellt – nur selten durch Dienstleister.
- Knapp zwei Drittel der Unternehmen verwenden Kreditkartenlösungen. Diese Aussage ist allerdings unter Berücksichtigung der Tatsache, dass überdurchschnittlich große Unternehmen in der Grundgesamtheit vertreten sind, nicht repräsentativ für die deutsche Wirtschaft.

- Unternehmen, die noch keine Lösung verwenden, planen zeitnah dies nachzuholen.

Folgende Kartenlösungen können genutzt werden:

Reisestellenkarte

- Zumeist eine „virtuelle“ Kreditkarte analog zu Purchasing Cards für z.B. C-Teile
- Genutzt für die Bezahlung der aus dem Travelmanagement gebuchten Leistungen
- Kartendaten werden vom Reisebüro mitgenutzt, das auch direkt Kontierungsdaten mit eingeben kann
- Reporting möglich, allerdings Unterschiede in Qualität und Umfang

Reisendenkarte

- Physische auf den Namen des Mitarbeiters ausgestellte Kreditkarte
- Wird „on the road“ genutzt, um anfallende Leistungen zu bezahlen
- Häufig ein Problem mit Betriebsrat
- Setzt schnelle Prozesse voraus, damit Mitarbeiterkonto erst nach Erstattung der Auslagen vom Kreditkartenanbieter belastet wird
- In Deutschland noch kaum genutzt
- Ab 2008 für eCheck-In nötig

Meeting Cards

Meeting Cards geben einen genauen Überblick über Ausgaben für Veranstaltungen.

Prinzip:	Alle mit einer Konferenz verbundenen Leistungen werden mit der Karte bezahlt.
Vorteil:	Statt vieler Einzelabrechnungen mit Event-Agentur, Hotel etc. gibt es eine Gesamtabrechnung.
Nachteil:	Noch nicht alle Hotels können die Einzelposten aufschlüsseln.

Quelle: BizTravel 03/2008, S. 30.

Bei der Nutzung von **Kreditkarten** können sich Probleme ergeben, wenn der Mitarbeiter aufgrund mangelnder Bonität keine Karte ausgestellt bekommt. Folgende Lösungen werden benannt:

- Der betroffene Mitarbeiter bekommt keine Karte
- Es werden Vorschusszahlungen geleistet
- Zwischenkonten

Auch hier kommt es zu Problemen mit dem Datenschutz und dem Betriebsrat, z.B. durch Kontenpfändung bei einem Mitarbeiter.

Der **Nutzen** von Kreditkartenlösungen wird insbesondere in folgenden Punkten gesehen:

- **Einsparungen** durch:
 - Wegfall von Vorschüssen
 - Versicherungen im Kreditkartenpaket
 - Weitere indirekte und direkte Kosteneinsparungen

Verbesserung können in folgenden Bereichen erzielt werden:

- Einhaltung der Reiserichtlinie (zumindest ex post Kontrolle)
- Prozessoptimierung, bspw. durch die separate Ausweisung der Mehrwertsteuer
- Zahlungssysteme
- Reisekostenabrechnung
- Einkaufsoptimierung

Soll eine Kreditkartenlösung eingeführt werden, so ist es empfehlenswert die betroffenen Abteilungen / Instanzen frühzeitig in den **Entscheidungsprozess** einzubeziehen. Dazu gehören

- der Vorstand / die Geschäftsführung
- die interne Revision / Controlling / Buchhaltung
- die Rechts-, Steuer- und Personalabteilung
- Nutzer (Befragung oder Lead User)
- Betriebsrat / Datenschutzbeauftragte
- Sonstige an der Implementierung und Nutzung beteiligte Abteilungen
- Operatives Travelmanagement (unterschiedliche Abteilungen)

Neben der Top-Down-gesteuerten Vorgabe kann bei den Mitarbeitern durch Informationsveranstaltungen („Kundenforen“) oder dem Aufstellen von Etix-Automaten zum Ausprobieren für Akzeptanz geworben werden.

3 Recht und Sicherheit

3.1 Sicherheit

Dem Thema Geschäftsreisen und Sicherheit wird verstärkt eine hohe Bedeutung beigemessen. Insbesondere im Bereich der KMU besteht dabei ein umfassender Nachholbedarf.

Das Thema Sicherheit kann allerdings nicht alleine vom Einkauf bzw. den Travelmanagern bearbeitet werden. Jedoch ist es durchaus deren Aufgabe das Thema anzustoßen und es bei Ihren Aktivitäten zu berücksichtigen. Des Weiteren müssen Einkauf und besonders das Travelmanagement die Sicherheitsabteilung mit Informationen versorgen.

Nachfolgend sind einige Fakten zum Thema Reise-sicherheit und -vorbereitungen aufgeführt:

- Dienstleister bieten von Informationen über Krisenregionen bis zum Evakuierungsservice eine breite Palette an. Dabei ist auf die Aktualität und die neutrale Darstellung der Daten zu achten. Beim Thema Sicherheit haben z.B. politische Gründe, die zu einer Verharmlosung der Sicherheitsrisiken führen, nichts verloren.
- Nach Möglichkeit, dies gilt insbesondere für große, international agierende Unternehmen, sollten spezielle Krisenteams in den bekannten Problemstaaten, die mit lokalen Agenturen vernetzt sind, existieren.
- Bei langfristigen Projekten sind periodische und dauerhafte Checks vorzunehmen.
- Absprache mit anderen in den betroffenen Gebieten tätigen Staaten (z.B. den USA), da es bei der Evakuierung deren Staatsangehöriger zu bedrohlichen Situationen für die Mitarbeiter des deutschen Unternehmens kommen kann.

Bei der **Vorbereitung längerer Auslandsaufenthalte** sind folgende Punkte unbedingt zu berücksichtigen und bei der Planung unbedingt zu beachten:

- Reist der Mitarbeiter alleine oder mit Familie? Welche Sprachkenntnisse sind vorhanden? Standort von (Fach-)Ärzten?
- Sind die Pässe gültig? Welche Ausweisnummer hat der Mitarbeiter und ggf. seine Angehörigen?
- Umfassende Analyse der Lage im Zielland und der Zielregion
- Evakuierungsplan: Was geschieht mit deutschen Mitarbeitern? Was mit inländischen? Dürften diese nach Deutschland evakuiert werden? Dürften sie in Ihre Heimat zurückkehren bzw. könnten sie dann dort sicher leben? Kann die Reiserichtlinie flexibel gehandhabt werden (z.B. die unbürokratische Aufhebung der Flugklassenbeschränkung)?
- Schulungen und Handlungsempfehlungen (Krise, Naturkatastrophe, Krankheit, Epi- und Pandemie)
- Verhaltensregeln: Selbstsicherheit vs. Arglosigkeit
- Krankengeschichte und Impfpässe müssen bekannt und auch in der jeweiligen Landessprache verfügbar sein. Inkubationszeiten müssen bekannt sein und beachtet werden!
- Notfallnummern
- Aufklärung: Wo ist der Mitarbeiter sicher?
- Handlungsempfehlung Kommunikation: Verschiedene Übertragungsknoten für Telefonate und für SMS. Beispiel: Bei den Anschlägen in London waren Telefongespräche über das Mobiltelefon aufgrund Netzüberlastung nicht mehr möglich. Da andere Netzknoten genutzt werden, war aber die Kommunikation mit Hilfe von SMS möglich.
- Die meisten Entführungen (weltweit ca. 14.000 p.a.) sind kriminell motiviert. Falls kein terroristischer bzw. politisch motivierter Hintergrund vorliegt, kann mit der Zahlung eines Lösegeldes das Problem meist relativ schnell gelöst werden. Auch hier gibt es „Fachleute“, die auf den Kontakt mit dieser Art Entführer spezialisiert sind.
- Das Unternehmen muss wissen, wo sich seine Mitarbeiter aufhalten und es sollte möglich sein, diese schnell zu lokalisieren.

- Im Krisenfall oder auch nur bei der Befürchtung, es könnte zu einem Zwischenfall kommen, muss ein Informationsnetzwerk vorhanden sein
- Zeitverschiebungen müssen von Anfang an bedacht werden
- Das Reisebüro muss in der Lage sein, Unterstützung zu bieten
- Alltagsgefahren und Handlungsanweisungen: Beispiel: Autofahren in China ist für Ausländer sehr gefährlich. Die Anweisung sich fahren zu lassen, ist eine dringende Handlungsempfehlung.

Durch laufende Länderanalysen und Überprüfung z.B. der Impfungen und Gültigkeit der Pässe kann auch bei kurzfristig angesetzten Reisen zumindest ein Grundgerüst an Informationen für das Unternehmen und den Mitarbeiter bereitgehalten werden. Zudem ist es möglich, den Mitarbeiter rechtzeitig auf anstehende Auffrischungsimpfungen und Passverlängerungen hinzuweisen.

Die benutzten Datenquellen müssen Informationen bereithalten, welche es ermöglichen gleichsam „auf Knopfdruck“ die Anzahl der Mitarbeiter im Ausland und die Mitarbeiter, die gerade auf dem Weg ins Ausland oder in die Krisenregion sind und von der Reise abgehalten werden müssen, festzustellen. Je einfacher dies möglich ist, desto besser.

Grundsätzlich gilt: **Katastrophen sind immer anders als geplant!** Deshalb müssen die vorhandenen Notfallpläne flexibel sein und jederzeit an die aktuelle Lage angepasst werden können.

Nach einem Notfall bzw. einer Krise muss die Situation und die Reaktion des Unternehmens nachbereitet werden. Aus Fehlern muss gelernt werden!

3.2 Versicherungsschutz (Unfall- und Krankenversicherung)

Der Versicherungsschutz sollte möglichst alle Eventualitäten abdecken. Vom Arbeitgeber ist im Vorfeld einer Entsendung oder einer Dienstreise in das Ausland genau zu prüfen,

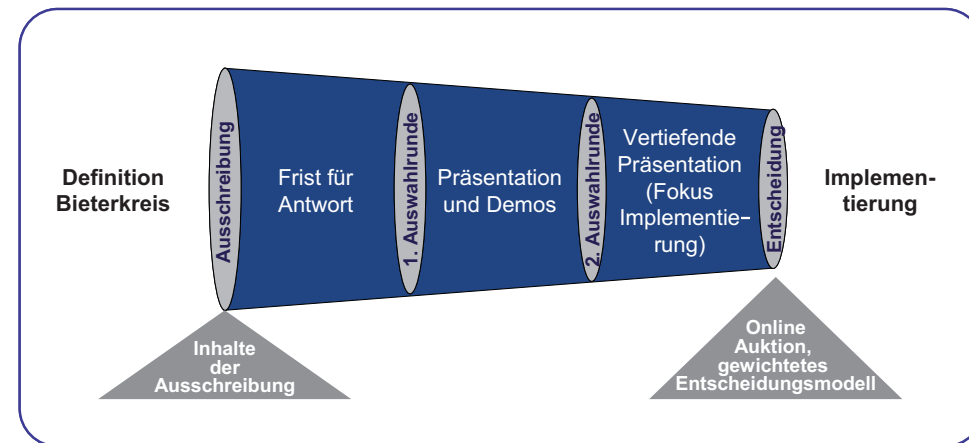
- welchen Schutz er aus der Fürsorgepflicht heraus gewährleisten muss,
- welcher Versicherungsschutz z.B. über die Kreditkarte besteht,
- welche Bedingungen mit dem Schutz aus der Karte verknüpft sind,
- welche Versicherung wo für was gilt,
- ob der Arbeitnehmer ausreichend über die Bedingungen, den Schutz und dessen Umfang, z.B. die Übernahme von Kosten für alternative Behandlungsformen, etc., informiert ist,
- welche Versicherungen evtl. zusätzlich abgeschlossen werden sollten,
- ob eine Versicherung wirtschaftlich ist oder das Unternehmen im Schadenfall besser selbst zahlt,
- wie sich die Reise evtl. aus dienstlichen und privaten Teilen zusammensetzt (z.B. bei angehängtem Wochenendurlaub) und
- welcher Schutz über die Berufsgenossenschaften besteht.

Weiterführende Literatur zum Versicherungsschutz über die Berufsgenossenschaften findet sich auf den Seiten des Hauptverbandes der gewerblichen Berufsgenossenschaften: z.B. „Gut beraten ins Ausland-Unfallversicherung und Arbeitsschutz für international tätige Unternehmen“ und „Schutz durch die gesetzliche Unfallversicherung bei Beschäftigung im Ausland“.¹ Das Merkblatt „Gesetzliche Unfallversicherung bei Entsendung ins Ausland“ versucht den verantwortlichen Personen in den Unternehmen sowie den betroffenen Arbeitnehmern die notwendige Hilfestellung zu geben. Es enthält sowohl Hinweise zur Prävention als auch zu versicherungs- und leistungsrechtlichen Fragen.²

¹ <http://www.hvbg.de/d/pages/intern/verbaus/index.html>
² http://www.hvbg.de/d/pages/intern/verbaus/guv_aus.html

4 Ausschreibungen

4.1 Ablauf und Auswahlkriterien



In der Regel läuft ein Ausschreibungsprozess wie folgt ab:

Zu Beginn der Ausschreibung ist es hilfreich, das eigene Unternehmen in Form einer kurzen Unternehmenspräsentation und einem Hinweis auf den Tätigkeitsbereich vorzustellen, den Status Quo zu beschreiben und die Gründe für die bisherige Lösung aufzulisten. Ebenso ist es ratsam, vor der Definition des Bieterkreises Unternehmenspräsentationen anzufordern und zu prüfen, ob die Unternehmen des Bieterkreises die gewünschten Anforderungen, z.B. bzgl. Menge, Reklamationsmanagement etc, überhaupt erfüllen können.

Die zur Teilnahme zugelassenen Anbieter erhalten die Ausschreibungsunterlagen mit einem klaren Anforderungsprofil und dem Verweis auf das Ende der Ausschreibungsfrist. Es besteht die Möglichkeit, Rückfragen zur Ausschreibung einzuschränken bzw. auszuschließen. Um eine fundierte Auswahl treffen zu können, kann vor der Ausschreibungsrunde eine Vorstellungsrunde mit allgemeinen Unternehmenspräsentationen vorgeschaltet werden.

Möchte das ausschreibende Unternehmen verhindern, dass Anbieter selektiv bieten bzw. einzelne Bereiche, in denen sie eigene Stärken vermuten, als Schwerpunkte wählen, so sollte die Ausschreibung ausschließlich für den gesamten Leistungsumfang formuliert werden.

Nach Eingang der Angebote erfolgt die Auswertung und es verbleiben 4-5 Anbieter. Diese werden zu einer Präsentation eingeladen. Von der Unternehmensseite sollten Vertreter aller betroffenen Abteilungen an dieser Präsentation teilnehmen. Ziel der Präsentation sollte es u.a. sein, auch die „soft skills“ des Dienstleisters zu erkennen.

Die Dienstleister werden darauf hingewiesen, dass keine normale Werbepäsentation erwartet wird, sondern darauf eingegangen werden soll, ob und wie der Anbieter die Anforderungen des ausschreibenden Unternehmens erfüllen kann. Ein besonderes Augenmerk sollte auf das Qualitäts-, Beschwerde- und Key-Account-Management der Dienstleister gelegt werden. Erst nach der Präsentation werden die drei Besten im Rahmen einer Auktion aufgefordert,

ihre Preisangebote zu nennen. Im konkreten Fallbeispiel wurde von der Unternehmensseite das Angebot eines Reisebüros als Eröffnungsangebot gesetzt.

Die Auswahl des Dienstleisters erfolgt anhand der Einschätzung, welcher die beste Qualität zum relativ besten Preis anbietet, d.h. es wird nicht automatisch der Anbieter mit dem isoliert betrachteten niedrigsten Preis ausgewählt. Für den Fall, dass ein bestehender Partner nicht mehr erste Wahl sein sollte, wird die Empfehlung ausgesprochen auch in diesem Fall hart zu bleiben und die Angebote ausschließlich anhand der definierten Auswahlkriterien zu analysieren.

Eine Entscheidung sollte ausschließlich auf Basis der vorab definierten Faktoren und Gewichtungen getroffen werden. Um die politische Durchsetzbarkeit der Entscheidung zu erhöhen kann es sinnvoll sein, die Zielgrößen anhand derer die Dienstleister verglichen werden, bereits im Vorfeld der Ausschreibung mit den Entscheidungsträgern zu klären. So ist die Position des Einkaufs besser, wenn ein aus politischen Gründen bevorzugter Dienstleister in den vorab definierten Dimensionen schlecht abschneidet. Auch die Gewichtung der einzelnen Leistungsdimensionen sollte im Vorfeld diskutiert und festgelegt werden.

Der Faktor Preis sollte hinter der Servicequalität und der Fähigkeit, die Bedürfnisse des Kunden zu erkennen und erfüllen zu können, zurück treten. Dabei ist allerdings bei der Gestaltung der Ausschreibung darauf zu achten, dass die Kundenwünsche klar definiert werden und welche Leistungen im Preis enthalten sein müssen.

Das Service Level Agreement sollte den Leistungskatalog, d.h. die Festlegung, welche Leistungen in der Transaction-Fee enthalten sein müssen, und eine Konditionsaufstellung, d.h. einen Preis für unterschiedliche Ticketarten, Buchungseingänge und die Form der Ticketausstellung enthalten.

Bei der Auswahl des Dienstleisters muss, unter Umständen auch aufgrund des Sarbanes-Oxley-Acts³, darauf geachtet werden, dass die Auswahl revisionskonform dokumentiert wird. Es wird darauf verwiesen, dass insbesondere im Bereich der KMU nicht auszuschließen ist, dass die bestehende Geschäftsbeziehung aus Gründen der Einfachheit oder der persönlichen Verbundenheit auch nach einer Ausschreibung beibehalten wird. Dies ist nicht Sinn einer Ausschreibung.

Ein weiterer wichtiger Bestandteil der Auktion sind die relevanten Parameter der Reiserichtlinie des Unternehmens. Beispiele hierfür sind die Vorschriften zur Nutzung von Low Cost Carriern oder die Vorgaben bzgl. der Klasse bei innerdeutschen Flügen.

Beim Abschluss des Vertrages sollte schließlich darauf geachtet werden, dass grundsätzlich der Test eines neuen Anbieters durch z.B. ausgewählte Vielreisende möglich ist. Die Formulierung dieser Klausel sollte dabei möglichst neutral gehalten werden.

4.2 Unterschiede bei der Ausschreibung von Reisedienstleistungen

Bei der Gestaltung einer Ausschreibung können Unterschiede bestehen. So hat z.B. der öffentliche Dienst bestimmten Ausschreibungsregeln zu folgen und ist in der Gestaltung nicht so frei wie private Unternehmen.

Im öffentlichen Dienst muss auch bei der Ausschreibung von Reisedienstleistungen eine EU-weite Ausschreibungsplattform genutzt werden. Auf diese Weise ist nicht kontrollierbar, welcher Dienstleister an der Ausschreibung teilnimmt. Weiterhin ist der

Teilnehmerkreis stark eingeschränkt, da die Plattform nur wenig bekannt ist. Eine Vorauswahl ist lediglich aufgrund der Definition des Anforderungsprofils möglich.

Im Gegensatz dazu können private Unternehmen zunächst einen Bieterkreis anhand selbst gewählter Kriterien definieren und nur diesem prinzipiell in Frage kommenden Anbieterportfolio, in der Regel sechs bis zehn Dienstleister, die Ausschreibungsunterlagen zukommen lassen.

4.3 Musterausschreibung der BME-Fachgruppe

Mit der BME-Ausschreibung sollen folgende drei Ziele erreicht werden:

I Kooperation
 Inhalte der Ausschreibung, die Kooperation im Fokus haben:
 §1 Kurzprofil des Unternehmens
 §4 Mitarbeiterprofil Anbieter
 §5 Serviceprofil und Standorte
 §6 Technische Aspekte
 §12 Referenzkunden
Ziel: Prozessverständnis auf beiden Seiten und erfolgreiche Zusammenarbeit

II Transparenz
 §1 Kurzprofil des Unternehmens
 §2 Informationen Reisevolumen
 §3 Unternehmensprofil Anbieter
 §4 Mitarbeiterprofil Anbieter
 §5 Serviceprofil und Standorte
 §7 MIS
 §8 Leistung Account Management
Ziel: Standardisierte Angebote ermöglichen objektiven Vergleich. Umfassende Abbildung von Risiken wird möglich.

III Wettbewerb
 §2 Informationen Reisevolumen
 §7 MIS
 §8 Leistung Account Management
 §9 Preisabfrage Reiseleistungen
 §10 Abwicklungs- und Vergütungsmodelle
 §11 Angebotskonditionen
Ziel: Ausschreibung sorgt für befriedigendes Preis-Leistungs-Verhältnis

Sonderfall: Flüge und Ausschreibungen
Ausgangspunkt:
 Flugkosten sind oft der bei weitem größte Kostenblock

Problemfeld:
 Service Fee hat geringen Erklärungswert für Flugkosten und dementsprechend einen stark verminderten Erklärungswert für Reisekosten generell

Fragestellungen:
 Wahl zwischen Firmenkontingenten und Einkauf durch Reisebüros?

Lösungsansatz:

- Kern-Flugstrecken abfragen (Reisebüro als Einkaufsdienstleister)
- Low Cost Carrier können sich ab einem gewissen Volumen auch verhandeln lassen

Anmerkung: Der Vorschlag einer Musterausschreibung ist als Baukastensystem angelegt. Das ausschreibende Unternehmen sollte Abfragen, die für die spezifische Ausschreibung nicht relevant sind, aus dem Fragenkatalog entfernen.

³ Ziel des Gesetzes ist es, das Vertrauen der Anleger in die Richtigkeit und Verlässlichkeit der veröffentlichten Finanzdaten von Unternehmen wiederherzustellen. Das Gesetz gilt für inländische und ausländische Unternehmen, deren Wertpapiere an US-Börsen (national securities exchanges) gehandelt werden, deren Wertpapiere mit Eigenkapitalcharakter (equity securities) in den USA außerbörslich gehandelt werden, oder deren Wertpapiere in den USA öffentlich angeboten werden (public offering) sowie für deren Tochterunternehmen.

Eckdaten, die der Ausschreibung vorangestellt werden (z.B. im Anschreiben)

▪ **Ansprechpartner beim ausschreibenden Unternehmen**

Wer ist wann, wie erreichbar und beantwortet mögliche Fragen

▪ **Zusendung der Ausschreibungsunterlagen**

Bis wann sollen welche Unterlagen (vermutlich die komplette Ausschreibung inklusive Anlagen) auf welchem Weg an das ausschreibende Unternehmen geschickt werden? Ist digitale Zusendung möglich? Vorgehen bei Späteinsendung kann, muss aber nicht erwähnt werden.

▪ **Zusätzliche Informationen über den Verlauf der Ausschreibung**

Genauere Informationen darüber, in welchem Zeithorizont wie ausgewählt wird und in welchen Stufen wie viele Wettbewerber präsent sein werden, erhöht die Transparenz der Ausschreibung.

▪ **Danksagung im Vorfeld**

Ausschreibungen zu beantworten ist stets ein signifikanter Aufwand für Dienstleistungsanbieter. Eine Danksagung ist zwar nicht zwingend notwendig, es kann aber als positives Signal gewertet werden.

Disclaimer im Vorfeld

▪ **Dies ist eine Ausschreibung, kein Auftrag**

Keine Aufforderung, im Auftrag der ausschreibenden Firma Aktivitäten in Rechnung zu stellen.

▪ **Auswahlprozess**

▪ Unternehmen behält sich die diskrete und subjektive Wahl eines Anbieters vor.

▪ **Nettopreise**

▪ Je nach Reporting kann es sinnvoll sein, Nettopreise anzufragen.

▪ **Beidseitige Vertraulichkeit**

▪ Die im Rahmen der Ausschreibung angegebenen Daten sind ausschließlich zu deren Bearbeitung anzuwenden.

▪ **Rechtliche Hinweise**

Die Ausschreibung findet nach deutschem Recht statt. Das UN-Kaufrecht ist ausgeschlossen. Der Gerichtsstand ist Deutschland.

Teil 1: Hintergrundinformationen des ausschreibenden Unternehmens

1 Kurzprofil des ausschreibenden Unternehmens

- Kerngeschäft / Kernprodukte
- Unternehmenssparten
- Umsatz
- Anzahl Mitarbeiter
- Globale Präsenz

Alternativ kann an dieser Stelle ein Link zur Website des ausschreibenden Unternehmens eingefügt werden.

2 Allgemeine Informationen zum Reisevolumen

2.1 Anzahl Reisendenprofile

...

2.2 Standorte

- in Deutschland
- in der EU
- weltweit

2.3 Hauptländer weltweit

...

2.4 Buchungen nach Streckenbereichen im Jahr x

	Anzahl	% 1. Klasse	% 2. Klasse	% corporate net rate
Inlandsflüge				
Auslandsflüge Europa				
Auslandsflüge Interkontinental				
Bahn (Deutschland)				
Hotels				
Mietwagen				

2.5 Meistgenutzte Airlines

Airline	Umsatzanteil
Lufthansa	55%
Air France	21%
...	...%

Hier kann auch die Information gegeben werden, ob Verträge mit den Airlines bestehen und wie die Vertrags-situation in Zukunft geregelt werden soll.

Full Service Airlines	Klassische Low Cost Carrier	Sonstige Low Cost Carrier
...%	...%	...%

[Anmerkungen: „Klassische LCCs“ sind Anbieter, die Regionalflughäfen nutzen und Services, wie etwa Catering, nur gegen Aufpreis anbieten. „Sonstige LCCs“ hingegen sind Airlines, die wie Full Service Airlines aufgestellt sind, jedoch günstigere Ticketpreise haben. LCCs sind über Airplus oder Amadeus schwierig darstellbar]

2.6 Flugkosten nach Streckenbereichen

Inlandsflüge	€
Auslandsflüge Europa	€
Auslandsflüge Interkontinental	€

(Umsatz netto, d.h. ohne Ticket Fee und ohne MwSt. Diese Definition gilt für das gesamte Kapitel)

2.7 Anzahl komplexer Reisen

Hier kann angegeben werden, welche Anzahl an Reisen pro Jahr (bzw. welcher Anteil am gesamten Reiseaufkommen) „komplex“ ist. Komplex wird hier so definiert, dass alles außer einfachen Point-to-Point Verbindungen (Hin- und Rückflug) als Komplex angesehen wird.

Generell hat sich gezeigt, dass Reisen in Deutschland und in der EU in der Mehrzahl der Fälle eher zu den einfachen Reisen zählen, wohingegen internationale Reisen – vor allem mit Zwischenstation – schnell unter die komplexen Bedarfe fallen.

2.8 Reisevolumen Deutschland im letzten Geschäftsjahr

Produkt	Volumen Deutschland ohne Refund (netto)	Volumen Europa ohne Refund (netto)	Volumen weltweit ohne Refund (netto)	Umsatz inkl. Steuern und exkl. MwSt.
Flug				
Bahn				
Sitzplatzreservierungen Bahn				
Mietwagen				
Hotel				

2.9 Existenz von Firmenraten für Hotels, Mietwagen, Airlines, Bahn, etc.

Hierbei spielt die Unternehmensgröße eine zentrale Rolle: Je größer ein Unternehmen ist, desto sinnvoller wird es, Unternehmensraten selbst zu verhandeln und diese Verhandlungen nicht durch das Reisebüro führen zu lassen.

Ebenfalls sind Firmenraten angesichts von „Spottpreisen“ aus dem Internet lediglich als Obergrenze zu sehen, die mit Spottpreisen von Buchungsportalen abgeglichen werden müssen. Buchungsportale sind in vielen Fällen preislich attraktiver als Firmenraten, es sei denn, eine oder mehrere der folgenden drei Konditionen sind erfüllt:

- Unternehmen hat ein ausgesprochen großes Beschaffungsvolumen
- Zielgebiete sind in ländlichen Regionen, in denen aufgrund geringer Hoteldichte kein harter Preiswettbewerb existiert.
- Preisspitzen (z.B. während Messezeiten) treten auf und die Spot Preise werden unattraktiv hoch.
- Außerdem ist in der Ausschreibung zu beachten:
 - Buchung durch das Reisebüro soll stets zu „Best Price“ erfolgen: Kombination aus Firmenraten und Tagespreisen
 - Bisheriger Umgang mit Firmenraten

2.10 Nutzung von Low Cost Carriern bei Airlines

...

2.11 Zu buchende Klassen, z.B. Economy bei Flügen und Erste Klasse bei der deutschen Bahn

(Hier kann es sinnvoll sein, einen Auszug aus den Reiserichtlinien anzuhängen)

2.12 Reisetellenkarten und Reisendenkarten

- Vorhandensein
- Aktuelle Nutzung
- Sonstige Abrechnungsmodalitäten, die nötig sind um die aktuellen Bezahlprozesse des ausschreibenden Unternehmens abzubilden.

2.13 Zusätzliche Dienstleistungen, die durch das Reisebüro aktuell erbracht werden

- Planung von Reiserouten, Kostenvergleiche und Ausarbeitung von Vorschlägen und Alternativen bei komplexeren Reisevorgängen und telefonische Beratung hierzu
- Vergleich alternativer Reisemittel (Flug/Bahn/Mietwagen)
- Beratung über Vergünstigungen von Leistungsträgern im Geschäftsreisebereich
- Meldung jeder Mietwagenbuchung sowie von Reisebuchungen von z. B. Bewerbern in schriftlicher Form an die Reisekostenabrechnung des ausschreibenden Unternehmens
- Reports monatlich:
 - Anzahl gebuchter Vorgänge Flug/Bahn/Hotel/Mietwagen
 - Erzielte Einsparungen im Flugbereich

Exkurs: Einsparungen im Flugbereich

Hierbei ist es ein wichtiges Thema, die echten Einsparungen im Vergleich zum günstigsten verfügbaren Economy Preis zu reporten.

Falls dieser günstigste Preis nicht genutzt wurde, kann man im System so genannte „Reason Codes“ hinterlegen, mit denen erklärt werden kann, weshalb ein teurerer Flug gewählt wurde.

Reportet werden können drei zentrale Preise:

- A) Offizieller Preis („Published Fare“) = Standard Economy Preis
- B) Günstigster Preis (günstigster verfügbarer Economy)
- C) Preis des gewählten Fluges

Hieraus leiten sich die Lost Savings (= C – B) ab.

- Reports vierteljährlich:
 - Buchungszahlen der Hotels (Einzelaufstellung)
 - Umsatzreport Flug und Bahn
- Sonderauswertungen fallweise z. B. Statistik Flüge mit durchschnittlichen Ticketpreisen
- Schulung/Veranstaltungen für Assistenten
- 24-Stunden Hotline mit Zugang auf Reisendenprofile, Reisedaten und Reiserichtlinien
- Quartalsgespräche mit Travelmanagement, Jahresgespräch mit Vorstand unter Einbezug von Informationen über Neuheiten und wichtige Änderungen im Geschäftsreisesektor
- Reklamationsmanagement
- Pflege und Verwaltung der Reisendenprofile
- Antwortzeiten auf eingehende Mails (jede Mail wird einzeln beantwortet): innerhalb von 2 Stunden während der vorgegebenen Bürozeiten
- Hohes Qualitätsniveau der Mitarbeiter nach ISO Standard, exklusiver Firmendienst basierend auf Mitarbeiter mit langjähriger Berufserfahrung
- Einhaltung der Datenschutzrichtlinien [kann angehängt werden] mit allen Verpflichtungen zur Einhaltung des Bundesdatenschutzgesetzes und der damit verbundenen Maßnahmen zur Einhaltung des Datenschutzes

2.14 Angaben zur aktuellen Buchungsform

- Welche Reiserichtlinien bestehen? [können angehängt werden]
- Wie ist die Einhaltung der Reiserichtlinien von wem zu prüfen? Welche Hinweise und welches Reporting erfolgt bei Abweichen von den Reiserichtlinien?
- Wie erfolgt die Buchung der Reisen zurzeit? Durch Sekretariate, Formulare, Systeme? Wie viele Buchungen entfallen auf telefonische Buchungen oder Buchungen in Freitext E-Mails?

- Welche Dienstleistungen werden bei welchem Anteil der Reisen genutzt? Beispiele:
 - Reisekostenvergleiche und Reiseroutenoptimierung liegt bei 25%
 - Hotelpfehlungen liegt bei 35%
 - Refundquote bei Flügen liegt bei 15%
 - Refundquote bei Bahnreisen liegt bei 15%

2.15 Angaben zu geplanten Änderungen

- Sind Änderungen geplant?
- Sollen technische Systeme eingeführt werden?
- Sollen sich Verantwortungsbereiche (Einhaltung von Reiserichtlinien) in Zukunft ändern?

2.16 Umgang mit Onlineplattformen

Generell finden sich unter diesem Punkt

- Welche Plattformen, z.B. OBE, Reiseportal, werden zurzeit genutzt?
- Welche zusätzlichen IT-basierten Lösungen sind im Einsatz?

Teil 2: Fragenkatalog zur Beantwortung durch das Reisebüro

Die nachfolgenden Fragen beziehen sich ausschließlich auf das Standardleistungsspektrum und auf Standardprozesse Ihres Unternehmens. Bitte verändern Sie die Reihenfolge der Fragen nicht und erfassen Sie Ihre Antworten direkt in diesen Fragebogen.

3 Unternehmensdaten

...

3.1 Allgemein

Name des Reisebüros	
Gesellschaftsform	
Anschrift	
Verantwortlicher Ansprechpartner für die Ausschreibung	
Position	
Unterschrift Ansprechpartner: Er ist autorisiert, die Ausschreibung zu beantworten	
Telefonnummer	
Faxnummer	
E-Mail	
Datum	Unterschrift Ansprechpartner: Er ist autorisiert, die Ausschreibung zu beantworten

Bitte legen Sie den Ausschreibungsunterlagen den aktuellen **Geschäftsbericht** bei.

3.2 Umsatzangaben (in Euro)

Umsatz im letzten Geschäftsjahr	National	international
Geschäftsreisesegment		
Gesamtumsatz-Reisen		

Diese Verteilung kann auch für mehrere aufeinander folgende Jahre erfolgen, um abschätzen zu können, wie sich der Umsatz und der Anteil der Geschäftsreisen am Gesamtumsatz verändert haben.

Welche Position nehmen Sie in der Rangliste der Geschäftsreisebüros ein:	Position	Quelle
nationaler Vergleich		
internationaler Vergleich		

Wo sehen Sie Ihre speziellen Stärken im Markt?	
Was zeichnet Ihr Unternehmen besonders aus?	
Welche Leistungen und Maßnahmen zur Reisekostenoptimierung und -reduzierung sowie Prozessoptimierung können Sie uns anbieten?	

3.3 Angaben zu Mitarbeitern

	Privatkundengeschäft	Firmenkundengeschäft
Gesamtzahl der Mitarbeiter		
Anzahl Mitarbeiter national		
Anzahl Mitarbeiter international		
Gesamtzahl Mitarbeiter operatives Geschäft		
Gesamtzahl Mitarbeiter Geschäftsreisen		
Wie viele Mitarbeiter arbeiten in einem Team?		
Wie viele Unternehmen betreut das Reisetem, das auch unser Unternehmen betreuen würde?		

Handelt es sich um ein „Dedicated Team“ (feste Ansprechpartner für das jeweilige Unternehmen)?		
Wenn ja: Namen der Ansprechpartner (kann nachgereicht werden)		

3.4 Angaben zur nationalen Präsenz

Gesamtanzahl der Reisebüros national:	
davon eigene Büros	
davon Franchise-Büros	
davon BTCs	
davon Implants	
davon Outplants	
davon Flughafen-Büros	
davon Bahnhof-Büros	

3.5 Angaben zur internationalen Präsenz (Abhängig von den geographischen Ausmaße der eigenen Geschäftstätigkeit)

Name und Hauptsitz Ihres Unternehmens	
In wie vielen Ländern ist Ihr Unternehmen heute vertreten:	
davon Europa	
davon Nordamerika	
davon Südamerika	
davon Asien	
davon Australien	
Gesamtanzahl der Reisebüros international:	
davon eigene Reisebüros	
davon Franchise - Reisebüros	
davon Kooperationspartner	

3.6 Angaben zu Kooperationen

	Ja	Nein
Besteht eine Zusammenarbeit mit einem Kooperationspartner?		
	Falls ja: Bitte nennen Sie uns den / die Partner mit den wichtigen Eckdaten	
Europa		
Nordamerika		
Südamerika		
Asien		
Australien		

3.7 Angaben zur Firmenphilosophie

Bitte beschreiben Sie kurz Ihre Firmenphilosophie / Vision	
--	--

4 Angaben zur Qualifizierung und Schulung der Mitarbeiter (MA)

Welche berufliche Qualifikation besitzen die MA im Geschäftsreisenservice? Reiseverkehrskaufleute (in %) Quereinsteiger (in %) Sonstiges (in %)	
Werden die MA im Geschäftsreisenservice nach Tarif bezahlt?	
Wie hoch ist die durchschnittliche Berufserfahrung der Mitarbeiter im Bereich Geschäftsreisen in Anzahl Jahren? (Σ Jahre / Anzahl MA)	Nationale Geschäftsreisen: Internationale Geschäftsre.:
Wie hoch ist die Verweildauer Ihrer Mitarbeiter im Feld Geschäftsreisen in Anzahl Jahren?	
Verfügen Sie über ein Schulungskonzept?	
Wie häufig nehmen die MA an Schulungen pro Jahr teil?	
Welchen Betrag investieren Sie jährlich in Schulungen pro Mitarbeiter?	
Wird die Qualifikation der MA regelmäßig überprüft? Wenn ja, nach welcher Methodik?	

Gibt es weitere Anmerkungen zu Ihrem Schulungsprogramm?	
[Optionale Frage] Ist Ihr Unternehmen nach ISO 9001 zertifiziert und wenn ja, durch wen und wann erfolgte die Zertifizierung?	
Bestehen darüber hinaus weitere Zertifizierungen?	
Hier kann es hilfreich sein, Reisebüros um die Zusendung ihrer Prozesshandbücher zu bitten.	
Verfügen Sie über ein Quality Control System und wenn ja, welche Leistungen und Funktionalitäten beinhaltet das System?	
Bitte erläutern Sie kurz Ihr Beschwerdemanagement und welche besonderen TQM-Verfahren und Maßnahmen angewandt werden	
Welche Maßnahmen haben Sie zur Sicherung und Festigung der Kundenzufriedenheit implementiert?	
Welche Sprachen sind verfügbar? Englisch wird vorausgesetzt!	

5 Abgleich der Standorte

...

5.1 Nationaler Standortabgleich

Standort des eigenen Unternehmens	Anschrift Reisebüro	Anzahl Mitarbeiter (Vollzeitäquivalent) Geschäftsreisen	Umsatz Geschäftsreisen	Öffnungszeiten

5.2 Internationaler Standortabgleich

Standort		Anzahl Mitarbeiter (Vollzeitäquivalent) Geschäftsreisen	Umsatz Geschäftsreisen	Öffnungszeiten	Anschrift Reisebüro
Land	Stadt				

5.3 24/7-Service

	Ja	Nein
Verfügen Sie über einen eigenen 24/7 Service?		
Was kostet ein Anruf?		
Wo befindet sich der Service?		
Ist der Service in deutscher Sprache verfügbar?		
In welchen Sprachen ist der verfügbar?		
Ist der Service weltweit erreichbar?		
Werden international verschiedene Systeme verwendet?		
Verfügt der Service über einen direkten Zugriff auf Buchungen?		
Verfügt der Service über einen direkten Zugriff auf Kundenprofile?		
Gibt es weitere Anmerkungen zu Ihrem Service?		
Entstehen zusätzliche Kosten für diesen Service?		

5.4 Reiserichtlinien und Verwaltung von Kundendaten

Wie kontrollieren / garantieren Sie die Einhaltung der Reiserichtlinien?		
Erfolgt die Kontrolle vor jeder Buchung?		
Kann auf Wunsch eine sofortige Benachrichtigung bei Abweichungen erfolgen?		
Welche Eskalationsstufen übernimmt das Reisebüro bei Abweichungen?		
Erstellen und erfassen Sie Profile der Reisenden unseres Unternehmens?		
Welche Informationen enthalten diese Profile?		
Welche Möglichkeiten der Profilerfassung nutzen Sie?		
Mit welchen Maßnahmen werden die gespeicherten Reisendenprofile vor Missbrauch geschützt?		
Werden die Profile verschlüsselt im IT-System gespeichert und wenn ja, mit welchen Verschlüsselungsalgorithmen und mit welchen Schlüssellängen?		
In welchen zeitlichen Abständen werden die Profile auf Aktualität geprüft?		

5.5 Angaben zum Hotelprogramm

	Ja	Nein
Verfügen Sie über ein eigenes Hotelprogramm?		
Kooperieren Sie mit einem Hotelreservierungsservice (online)?		
Bieten Sie Online-Zugriff auf das Programm an?		
Können die Hotelraten unseres Unternehmens integriert werden?		
Kann es zu einer Volumenbündelung bei Konditionsverhandlungen unseres Unternehmens kommen?		
Gibt es weitere Anmerkungen zu Ihrem Programm?		

5.6 Visa-Service

Übernehmen Sie die Visabesorgung?		
Informieren Sie zeitnah über geänderte Passanforderungen, z.B. Erfordernis eines biometrischen Passes?		
Kooperieren Sie mit einem externen Partner? (Name des Partners)		
In welcher Form stellen Sie Visaformulare zur Verfügung?		
Welche Kosten entstehen?		
In welcher Form stellen Sie Informationen zu Länderbestimmungen zur Verfügung?		
Gibt es weitere Anmerkungen zu Ihrem Service?		

5.7 Reisendeninformationen

Informieren Sie Reisende bei Buchungen von Auslandsreisen über Einreisebestimmungen, Impfbestimmungen, Devisenbestimmungen, etc.?		
Informieren Sie Reisende während der Reise über aktuelle und relevante Entwicklungen? Wenn ja, wie? Z.B. SMS oder Email.		
Erstellen Sie Reisepläne für die Reisenden? Wenn ja, hängen Sie bitte einen „Musterreiseplan“ an!		
Erhält der Reisende Kostenvergleiche und Reisevarianten für seine geplante Reise?		
Bieten Sie Schulungen für die Mitarbeiter unseres Unternehmens an?		
Welche Schulungen mit welchem Inhalt bieten Sie an?		

	Ja	Nein
Bieten Sie Informationsabende für MA unseres Unternehmens an?		
Gibt es weitere Anmerkungen zu dem Thema "Kundeninformationen"?		
Wie wird die Reise bestätigt? Bitte fügen Sie den Unterlagen ein Muster bei.		

5.8 Meeting, Incentive, Convention, Event (M.I.C.E.)

Bitte skizzieren Sie kurz Ihr entsprechendes Programm		
Verfügen Sie über eine Abteilung für spezielle Aufgaben/Leistungen (z.B. Incentive / Gruppenreisen / Kongresse / Tagungen)?		

5.9 Krisenmanagement

Verfügen Sie über Programme zum Krisenmanagement?		
Welche Funktionseinheit ist für das Krisenmanagement zuständig?		
Welche Informationen erhält der Reisende für den Fall einer Krise (z.B. Terroranschlag)?		
Was passiert im Falle einer Krise und wie schnell erfolgt die Reaktion des Krisenmanagements?		
Sind die Daten der Reisenden für das Krisenmanagement tagesaktuell?		
Gibt es einen Notfallplan für den Ausfall des für die Betreuung zuständigen Firmendienstes?		
Können Sie unsere Mitarbeiter in Krisengebieten orten?		
Können Sie den Rücktransport aus Krisengebieten jederzeit garantieren?		
Gewährleisten Sie jederzeit die uneingeschränkte Erreichbarkeit Ihrer Koordinationszentrale?		

5.10 Sonstige Serviceleistungen: Welche sonstigen Serviceleistungen können Sie unserem Unternehmen anbieten?

Art des Services	Kosten (€)
...	...

6 OBEs

- 6.1 Angaben zu „Online-Buchungs-Systemen“
- 6.2 Angaben zu Qualitätskontrollsystemen
- 6.3 Angaben zu Kommunikationsmöglichkeiten

7 Angaben zu „Management – Informations-Systemen“

- 7.1 „Pre-Trip-Reports“
- 7.2 „Post-Trip-Reports“
- 7.3 Standardreports
- 7.4 „Ad-Hoc-Reports“

Kosten des „Pre-Trip-Reports“	
Kosten des „Post-Trip-Reports“	
Kosten des Standardreports	
Kosten des „Ad-Hoc-Reports“	

Bitte fügen Sie ein Muster für jeden Report bei.

8 Leistungsportfolio Key Account Management

Mit welchen Aktivitäten wird unser Unternehmen durch Ihr Account-Management betreut?	
Erfolgt die Überprüfung und Beurteilung des Account-Managements durch eine Messmethodik?	
Mit welchen Maßnahmen unterstützt das Account-Management die Kostenreduzierung und Kostenoptimierung bei den Leistungsträgern?	
Beispiel für proaktives Account-Management bei einem aktuellen Kunden	

9 Preisabfrage Reiseleistung

...

9.1 Angaben zu Flugrelationen

[Generell ist das Angebot für Flüge nur begrenzt aussagekräftig: Die Vorgabe zu weniger Eckdaten führt zur Nicht-Vergleichbarkeit der Angebote. Die Vorgabe relevanter Rahmendaten führt in der Regel zu gleichen Angeboten. Dennoch zeigen die Angebote in vielen Fällen, wie sorgfältig die Ausschreibung bearbeitet wurde (Ausreißer nach oben) Zusätzlich kann man anhand der Gebote erkennen, welches Reisebüro mit den wichtigen Airlines welche Rahmenabkommen besitzt.]

Bitte bieten Sie uns Flugpreise für folgende Flugstrecken (Business Class) mit qualitativ guten Airlines an (keine Gruppentarife). Bei dem Angebot sollten keine Verfügbarkeiten berücksichtigt werden. Tag und Zeitfenster, an dem und in welchem gebucht werden muss, sind exakt vorgegeben.

Routing (Round-trip), jeweils ab und bis FRA	Abflugtermin	Rückflugtermin	Airline A	Airline B	Umsteigen in	Preis A in €	Preis B in €
Paris Orly	11.11.02 14-16h	12.11.02 18-20h	Lufthansa	Air France			
Paris Orly	11.11.02 14-16h	12.11.02 18-20h	Lufthansa	British Airways			

9.2 Angaben zu Hotelkonditionen

Bitte bieten Sie uns Übernachtungspreise (ohne Frühstück) in Hotels der gehobenen Mittelklasse in den folgenden Städten, Zentrum, an (Zeitraum 11.11.02 – 12.11.02).

Stadt	Hotelname	Kategorie	Zimmerpreis in € (Einzelzimmer)
Deutschland			
München			
Leipzig			
Hamburg			
Europa			
Moskau			
Amsterdam			
Mailand			
Außerhalb Europas			
Tokio		First Class	
Mexiko City		First Class	
Rio de Janeiro		First Class	
Shanghai		First Class	

Bitte geben Sie an, mit welchem Hotelprogramm die Preise ermittelt wurden.

10 Angaben zu Abwicklungsmodellen

- 10.1 Business Travel Center (BTC)
- 10.2 Implant-Reisebüro
- 10.3 Outplant-Reisebüro

11 Angaben zu Vergütungsmodellen

Hierbei hat sich in der Runde die einhellige Meinung herauskristallisiert, dass Provisionen und Margen wieder ansteigen. Aus diesem Grund nutzen die Reiseeinkäufer auch wieder verstärkt das Werkzeug der Auktion, um in der Finalrunde die Entscheidung zu fällen.

11.1 Management Fee

[Eine fixe Bezahlung in Prozent vom Umsatz kann zu Problemen führen, da der Aufwand des DL bei internationalen Buchungen höher ist als bei nationalen. Evtl. deshalb unterscheiden]

	Vorteile	Nachteile
Bitte erläutern Sie kurz, wo Ihrer Meinung nach die Vor- und Nachteile eines Management Fee-Vergütungsmodells liegen		
Wie erfolgt die Darstellung und Abrechnung der Provision?		

11.2 Ticket Fee

	Vorteile	Nachteile
Bitte erläutern Sie kurz, wo Ihrer Meinung nach die Vor- und Nachteile eines Ticket Fee-Modells liegen		
Wie erfolgt die Darstellung und Abrechnung der Provision?		

11.3 Kalkulation

Bitte füllen Sie die untenstehenden Kalkulationsbeispiele aus.
Ausgangssituation: siehe Beginn der Ausschreibung

Wichtige Anmerkung:

- Nicht alle Beispiele A bis F machen für jedes Unternehmen Sinn.
- Im Optimalfall sollte jedes Unternehmen lediglich die zwei bis vier sinnvollsten Konstellationen anfragen.

Beispiel A:

Bitte berücksichtigen Sie bei der Angebotsabgabe zwei Varianten:

- **Zentrale** Abwicklung (über 1 BTC)
- **Dezentrale** Abwicklung (über mehrere BTCs, evtl. mit Standortangabe)

Abwicklungsmodell	Vergütungsmodell
BTC	Management Fee

Kosten für das Unternehmen	Zentrale Lösung in €	Dezentrale Lösung in €
Personalkosten		
Kosten für Computerreservierungssystem		
Kommunikationskosten		
Bürosachkosten		
Allgemeinkosten		
Management Fee		
Angabe der Zahl der MA, mit denen kalkuliert wurde		

Beispiel B:

Bitte berücksichtigen Sie bei der Angebotsabgabe zwei Varianten:

- **Zentrale** Abwicklung (über 1 BTC)
- **Dezentrale** Abwicklung (über mehrere BTCs, evtl. mit Standortangabe)

Abwicklungsmodell	Vergütungsmodell
BTC	Ticket Fee

Kosten für das Unternehmen	Zentrale Lösung in €	Dezentrale Lösung in €
Kosten pro Ticket (Innerdeutsch)		
Kosten pro Ticket (Europa)		
Kosten pro Ticket (Interkontinental)		
Kosten pro Hotelbuchung:	Firmenrate	
	Reisebörorate	
	brutto	
	netto	

Kosten pro Mietwagenbuchung:	Firmenrate		
	Reisebörorate		
	brutto		
	netto		
Kosten für die Rücknahme pro Ticket			
Ausstellungskosten pro Bahnticket			
Rücknahmekosten pro Bahnticket			

Beispiel C:

Bitte kalkulieren Sie auf der Basis von 4 MA für die Implantlösung.

Die Kosten für die Kommunikation und Raummiete werden vom ausschreibenden Unternehmen getragen.

Abwicklungsmodell	Vergütungsmodell
Implant	Management Fee

Kosten für das Unternehmen	€
Personalkosten	
Kosten für Computerreservierungssystem	
Bürosachkosten, inkl. Ausstattung und AfA	
Allgemeinkosten	
Management Fee	

Beispiel D:

Die Kosten für die Kommunikation und Raummiete werden vom ausschreibenden Unternehmen getragen.

Abwicklungsmodell	Vergütungsmodell
Implant	Ticket Fee

Kosten für das Unternehmen	Zentrale Lösung in €	Dezentrale Lösung in €
Kosten pro Ticket (Innerdeutsch)		
Kosten pro Ticket (Europa)		

Kosten pro Ticket (Interkontinental)			
Kosten pro Hotelbuchung:	Firmenrate		
	Reisebürorate		
	brutto		
	netto		
Kosten pro Mietwagenbuchung:	Firmenrate		
	Reisebürorate		
	brutto		
	netto		
Kosten für die Rücknahme pro Ticket			
Ausstellungskosten pro Bahnticket			
Rücknahmekosten pro Bahnticket			

Beispiel E:

Bitte kalkulieren Sie auf der Basis von 4 MA für die Outplantlösung.

Abwicklungsmodell	Vergütungsmodell
Outplant	Management Fee

Kosten für das Unternehmen	€
Personalkosten	
Kosten für Computerreservierungssystem	
Kommunikationskosten	
Bürosachkosten	
Allgemeinkosten (incl. Management Fee)	
Management Fee	

Beispiel F:

Abwicklungsmodell	Vergütungsmodell
Outplant	Ticket Fee

Kosten für das Unternehmen		Zentrale Lösung in €	Dezentrale Lösung in €
Kosten pro Ticket (Innerdeutsch)			
Kosten pro Ticket (Europa)			
Kosten pro Ticket (Interkontinental)			
Kosten pro Hotelbuchung:	Firmenrate		
	Reisebürorate		
	brutto		
	netto		
Kosten pro Mietwagenbuchung:	Firmenrate		
	Reisebürorate		
	brutto		
	netto		
Kosten für die Rücknahme pro Ticket			
Ausstellungskosten pro Bahnticket			
Rücknahmekosten pro Bahnticket			

13. Ihr Vorschlag für das Unternehmen

Wir bitten Sie, einen Vorschlag für ein Abwicklungsmodell und ein Vergütungsmodell zu unterbreiten, das für das Unternehmen Ihrer Meinung nach am besten geeignet ist (bitte berücksichtigen Sie unser Gespräch und die Kennzahlen der Ausschreibung). Bei dem Vergütungsmodell bitten wir Sie um die Abgabe eines konkreten Angebotes für das Unternehmen. Bitte begründen Sie Ihre Entscheidung.

Abwicklungsmodell	Vergütungsmodell
...	...

Kosten für das Unternehmen	€
...	...

Begründung	...
------------	-----

14. Referenzen

Name des Mitarbeiters des ausschreibenden Unternehmens, der für die Ansprache der Referenzkunden vorgesehen ist:

Vorname	Nachname

14.1 Referenzen national

Bitte geben Sie uns eine Aufstellung Ihrer wichtigsten Referenzkunden national in vergleichbarer Größe zum ausschreibenden Unternehmen.

Referenzkunde national	Abwicklungsmodell	Vergütungsmodell	Verwendung von Online-Buchungstools	Ansprechpartner	Tel.Nr. / Email
...

14.2 Referenzen international

Bitte geben Sie uns eine Aufstellung Ihrer wichtigsten Referenzkunden international in vergleichbarer Größe zum ausschreibenden Unternehmen.

Referenzkunde international	Abwicklungsmodell	Vergütungsmodell	Verwendung von Online-Buchungstools	Ansprechpartner	Tel.Nr. / Email
...

14.3 Zusatzangaben

Welche Unternehmen haben sich gegen Sie entschieden und warum?

Unternehmen	Abwicklungsmodell	Vergütungsmodell	Grund der Kündigung oder Ablehnung
...

5 Abrechnungen mit Reisebüros

5.1 Management Fee und Ticket Fee

Management Fee und Ticket Fee liefern ähnliche Ergebnisse, denn die Reisebüros bieten meist so, dass Abrechnungsmethoden in Summe sehr ähnliche Ergebnisse liefern. Dies führt zu fast identischen Preisen. Eine Differenzierung der beiden Abrechnungsmethoden ist nötig, um mehr Klarheit für das eigenen Unternehmen zu erhalten.

Management Fee:

- Umsatzabhängige Verfahren setzen falsche Anreize, da die Reisebüros für teurer eingekaufte Produkte belohnt werden.
- Es ist besser, den Aufwand der Reisebüros nach einzelnen Kostenarten gesplittet zu betrachten. Auf diese Weise kann exakt betrachtet werden, welcher Aufwand für Miete, Personalkosten entsteht. Auch die Kosten eines Implant-Reisebüros lassen sich so exakt quantifizieren.

Ticket Fee:

- Ist die in der Praxis die am häufigsten gewählte Lösung.
- Ticket Fees lassen sich den verursachenden Kostenstellen direkt zurechnen.
- Ticket Fees werden häufig unterjährig vorausgezahlt – entsprechend der aktuellen Aufwandschätzungen.

Lösungsansatz für Management und Ticket Fee

- Aufwandsabhängige Management Fee für die Reisebürolösung mit exakter Betrachtung nach Kostenarten, die für eine bestimmte Anzahl an Buchungen (z.B. 10.000 +/- 10%) vereinbart wird
- Ticket Fee für den Buchungsaufwand mit Unterscheidung mehrerer Untertypen, um den Aufwand der einzelnen Buchungen abzubilden
- Incentives für Einsparungen

Problemfeld: **Umsatzfixierung** der Reisebüros

- Reisebüros sind von Aufwand und Prozessen in vielen Fällen als „Black Box“ zu sehen.

- Zusätzlich werden von den Praktikern große Lücken bei Reisebüros gesehen, wenn es um die betriebswirtschaftliche Prognose von Projekten und Kosten geht.
 - Fragen wie „Welche Kosten entstehen für eine Buchung?“ können nur in wenigen Fällen beantwortet werden
 - Faktoren, die den Arbeitsaufwand verschiedener Buchungsarten beeinflussen, können nur selten genau benannt werden
 - Auch Geschäftsberichte sind bei Reisebüros eher selten vorzufinden

- In der Praxis werden Reisebüros als umsatzfixiert wahrgenommen. Häufig fehlt der Fokus auf Differenzierung z.B. verschiedener Buchungswege.

Es ist Aufgabe des Einkaufs mit dem Reisebüro zusammen für **Klarheit** zu sorgen:

- Eine Auflistung, welche Kosten die Buchungen auf den einzelnen Buchungswegen verursachen, kann sehr hilfreich sein
- Eine „no-touch“ Onlinebuchung, bei der keine weitere Interaktion auf Reisebüroseite erfolgt, kostet oft nur einige Euro. Eine telefonische Buchung kann mehr als das Zehnfache kosten.

Bei **Verhandlungen über die Buchungswege** rückt das Problem der „**Umsatzfixierung**“ der Reisebüros weiter in den Mittelpunkt.

- Die Festlegung auf automatisierte Buchungswege weckt bei vielen Reisebüros die Sorge, Volumen und dadurch Profite zu verlieren.
- Hier kann der Reiseeinkauf aufzeigen, dass Reisebüros durch effizientere Buchungswege zwar Umsatz verlieren, dieser Umsatz jedoch in der Regel unprofitabel ist. Ein Ergebnis, das im Interesse aller Beteiligten ist.

5.2 Zuschüsse und Zuwendungen

- Es existieren umsatzabhängige Superprovisionen. Diese stellen einen signifikanten Zugewinn für die Reisebüros dar.
- Bei Flügen stellt die Provision zum Teil bis zu 3% dar. Dies kann in einigen Fällen durchaus das Buchungsverhalten der Reisebüros beeinflussen.
- Reisebüros können zudem Kickbacks für Vollzahler und Business Class Tickets erhalten: Ein weiterer Anreiz, nicht die günstigste Reise auszuwählen und zu buchen.
- In diesen Fällen kann es dazu kommen, dass Mitarbeiter bessere Reisen, d.h. günstigere Reisen bei identischer Leistung, finden als das Reisebüro.

Mögliche Lösungsansätze

- OBEs als Lösungsansatz:
 - Eine selbst gepflegte OBE stellt zwar einen hohen Arbeitsaufwand dar, dies ist jedoch in der Regel mit einer hohen Adaptionsratequote verbunden.
 - Das Ausblenden nicht zu buchender Airlines ist möglich.
 - Prioritäten bei Leistungsträgern können selbst gesetzt werden.
 - „Travel Policy Alerts“ können definiert und automatisch ausgelöst werden.
 - Um unkontrollierten Buchungen über das Internet zu vermeiden, sollte die Nutzung der OBE in der Reiserichtlinie vorgeschrieben werden.
- **Eigene Raten** nutzen
- Selbst verhandelte Rahmenabkommen sind für die Reisebüros frei von Superprovisionen. Die Volumenboni kommen dem eigenen Unternehmen zugute.

- Alle Aussagen und Angaben der Reisebüros sollten vom Einkauf hinterfragt werden.

Grundsätzlich gilt auch hier: Durch Steuerung des Volumens und Verhandlungsgeschick können Erfolge erzielt werden.

5.3 Reisekostenabgleich für mehr Transparenz

- Überprüfung der Reisekostenabrechnungen und der Kreditkartenabrechnungen repräsentieren eine Möglichkeit mehr Transparenz zu erhalten.
- Reisekostenabrechnungen sind eine Angelegenheit, die man in fast allen Fällen im eigenen Haus behalten will.
- Abrechnungssysteme wie SAP oder „Reisekosten Classic“ (DATEV) existieren.
- Kreditkartendaten liefern eine solide Basis – vor allem in der Kombination aus Reisendenkarten und Reisestellenkarten.
- Probleme bei der Auswertung der Daten sind insbesondere mit dem Bereich „Hotel“ verbunden. So stellen die abgerechneten Preise zumeist Kombipreise aus Übernachtung, Parken und Bewirtung dar. Weiterhin sind die Angaben für ein und dasselbe Hotel oftmals unterschiedlich, z.B. „The Dorchester“, „The Dorchester, London“ oder „Dorchester, London“.
- So das Unternehmen bereits über SAP verfügt, stellt das HR-Modul ein hilfreiches System für Reisekostenabrechnungen dar. Ein Anschaffung nur zum Zwecke der Abrechnung ist kostspielig und sollte gründlich überdacht werden.

6 Meeting, Incentive, Convention, Event (M.I.C.E.)

6.1 Allgemeines

Im Bereich MICE finden in Deutschland jährlich 1,9 Mio. Veranstaltungen mit 91 Mio. Teilnehmern und einem Umsatz von 58 Mrd. EURO statt. Dabei werden 63.000 Veranstaltungsräume und 74 Mio. Übernachtungen gebucht. Im Gegensatz zur klassischen und prozessgetriebenen Dienstreise sind MICE-Veranstaltungen objektspezifisch.

6.2 Entwurf eines MICE-Rahmenvertrages

Die BME-Fachgruppe „Einkauf von Reisedienstleistungen“ hat es sich zum Ziel gesetzt, einen Rahmenvertrag für den Einkauf von MICE-Leistungen zu erarbeiten. Dieser kann für solche Unternehmen von Interesse sein, die einen gewissen Mindestumsatz bei MICE haben. Für Unternehmen, die diesen Umsatz nicht erreichen, ist der Aufwand, eine komplexe MICE-Einkaufsstrukturen zu schaffen, prohibitiv.

§ 1 Vertragsgegenstand

- Vertrag zwischen Auftragsgeber (AG) und Auftragsnehmer (AN)
- Mögliche Anlagen: Service Level Agreements
- Differenzierung: Rahmenvertrag und Einzelverträge

§ 2 Einzelverträge

- Einzelverträge für die einzelnen Bestellungen
- Trennung von Transport und Veranstaltungsleistungen
- Geschäftsbeziehung: AG – AN – Subkontraktoren
- Zuwendungen und Zuschüsse müssen weitergereicht werden
- Änderungen und Abweichungen
- „Nicht erhebliche“ in Ordnung: Müssen genehmigt werden
- Höhere Gewalt
- Sorgfältigkeit bei Auswahl Subkontraktoren: Hinweis auf Risiken
- Kontrolle bei Stornos: Wiederverkauf und Kontrolle, ob unbesetzt

§ 3 Haftung Gewährleistung

- „Kaufmännische Haftung“ für Erbringung der Leistung – auch für betraute Mitarbeiter und Subkontraktoren
- Haftungsbeschränkung: x-fache des Leistungsentgeltes solange keine grobe Fahrlässigkeit
- Keine Haftung des AN für lediglich „vermittelte“ Dienstleistungen
- Leistungserbringung durch AN entsprechend den Zusicherungen
- „Nachbesserungen / Abhilfe“ bei unzureichender Leistung
- AG kann fordern
- AN kann Abhilfe schaffen oder diese bei „unverhältnismäßigem Aufwand“ bei vermindertem Leistungsentgelt verweigern
- Kündigung von Einzelverträgen bei unzureichender Leistung möglich
- Schadenersatz kann gefordert werden – unabhängig von Leistungsminderung
- Haftung nach §701 BGB bleibt unberührt

§ 4 Geheimhaltung / Datenschutz

- Vertraulichkeit ist – soweit nicht anders vereinbart – vorausgesetzt
- Alle Rechte an den Daten verbleiben beim AG
- Exklusivitätsklausel

§ 5 Rechnungsstellung, Zahlungsabwicklung

- AGUN erhält alle Rechnungen als Empfänger (Kontrolle über Subkontraktoren)
- Nutzung von Corporate Meeting Cards

§ 6 Laufzeit und Kündigung

- Unbefristet ABER Preislaufrzeit
- Fristlose Kündigungen erlaubt
- Kündigung Rahmenvertrag wirkt sich nicht auf Einzelverträge aus

§ 7 Sonstige Bestimmungen

- Änderungen am Rahmenvertrag: Beidseitiges Einverständnis und Schriftform
- Rechtsstand der Bundesrepublik Deutschland
- Gerichtsstand: Stadt
- UN-Kaufrecht ist ausgeschlossen

§ 8 Salvatorische Klausel

Grundsätzlich sollte darauf geachtet werden, nicht zu viele Einschränkungen zu akzeptieren. Das Gesetz ist von seiner Ausrichtung her am einkauffreundlichsten.

7 Geschäftsreisen und Umwelt

Momentan dominieren beim Thema Umwelt die Punkte **Rußfilter** und **Feinstaubplakette**⁴, die aber eher mit dem Thema Fuhrpark zusammen hängen. Es wird erwartet, dass sich die Diskussion in naher Zukunft auf **Flugreisen** konzentrieren wird und die Preise merklich anziehen werden. Eine Kooperation mit dem Reisebüro wird empfohlen.

In der BME-Fachgruppe „Einkauf von Reisedienstleistungen“ wurden verschiedene Möglichkeiten die Mitarbeiter bzgl. des CO₂-Ausstosses zu sensibilisieren, diskutiert. Um „Hauruck-Aktionen“ nach Einführung gesetzlicher Vorschriften zu vermeiden, sollte frühzeitig damit begonnen werden, die Mitarbeiter und Lieferanten für das Thema zu sensibilisieren.

Nachfolgende werden verschiedene Maßnahmen zum Umgang mit dem Thema genannt:

- Schaffung der Stelle eines Umweltbeauftragten, der Ideen entwickeln und kommunizieren sowie für die notwendige Sensibilisierung sorgen soll.
- „Öko-Mietwagen“ und deren Förderung durch z.B. ein „Bonus-Malus-System“.
- Interne Umweltleitfäden oder -richtlinien verabschieden und umsetzen.
- Kombination des Fahrersicherheitstrainings mit Unterweisung in ökologischem Fahren. Dabei sollte dem Fahrer die positiven Auswirkungen auf Verbrauch und Ausstoß deutlich gemacht werden.
- In OBEs integrierte Zug-/Flugvergleiche, auch unter Total Cost of Travel Gesichtspunkten, nutzen.
- Schaffung von „conference rooms“ für Videokonferenzen. Das damit verbundenen Problem der Datensicherheit wird differenziert bewertet.
- Festlegung in der Reiserichtlinie, dass bis zu einer gewissen Reisedauer diese Konferenzräume zu nutzen sind. Ideal wäre dabei die technische Unterstützung der Buchenden. So ist es denkbar, dass beim Versuch eine Reise zu buchen, die innerhalb

der Richtlinie nicht statt finden sollte, der Buchende einen Verstoßhinweis erhält und z.B. sich per Pop-Up sofort die Möglichkeit bietet einen Videokonferenzraum zu buchen.

- Durch den fehlenden gesetzlichen Zwang sind viele ökologische Maßnahmen zum jetzigen Zeitpunkt eher dem allgegenwärtigen Kostendruck geschuldet und fallen gleichsam als Kuppelprodukt an.
- Monetäre Anreize zur Vermeidung von CO₂ für die Mitarbeiter setzen.
- Alle Akteure müssen sich aktiv einbringen, z.B. durch die Entwicklung von Motoren/Triebwerken mit höheren Effizienzgrad oder die Verbesserung von Webcams, etc.

Beitrag des Bereiches Travel:

Travel könnte seinen Teil zu den Bemühungen in der Form einbringen, dass z.B.:

- die Fluggesellschaften bei Ausschreibungen nach dem Alter ihrer Flotte befragt und daran auch gemessen werden. Jüngere Modelle verbrauchen in der Regel weniger Kerosin als ältere Flugzeuge. Zudem wird dem Reisenden Sicherheit vermittelt.
- der CO₂-Ausstoß pro Kilometer abgefragt wird und
- der unterschiedliche Ausstoß für die Reise bei der Auswahl der Reiseart durch den Reisenden angezeigt wird.
- Ebenso kann darauf hin gewirkt werden, dass innerhalb gewisser Zumutbarkeitsgrenzen in der Reiserichtlinie der Zug als zu bevorzugendes Verkehrsmittel bei z.B. innerdeutschen Reisen vorgeschrieben wird.
- Durch die Auswertung von Reisedaten können evtl. höhere Kosten durch den Zug mittels BahnCards kompensiert werden.

⁴ Weitere Informationen zur Feinstaubplakette können beispielsweise auf der Seite <http://www.bundestag.de/bic/analysen/2006/Feinstaubplakette.pdf> abgerufen werden.



**Ergebnisse der BME-Fachgruppe
Flottenmanagement**

Ergebnisse der BME-Fachgruppe Flottenmanagement

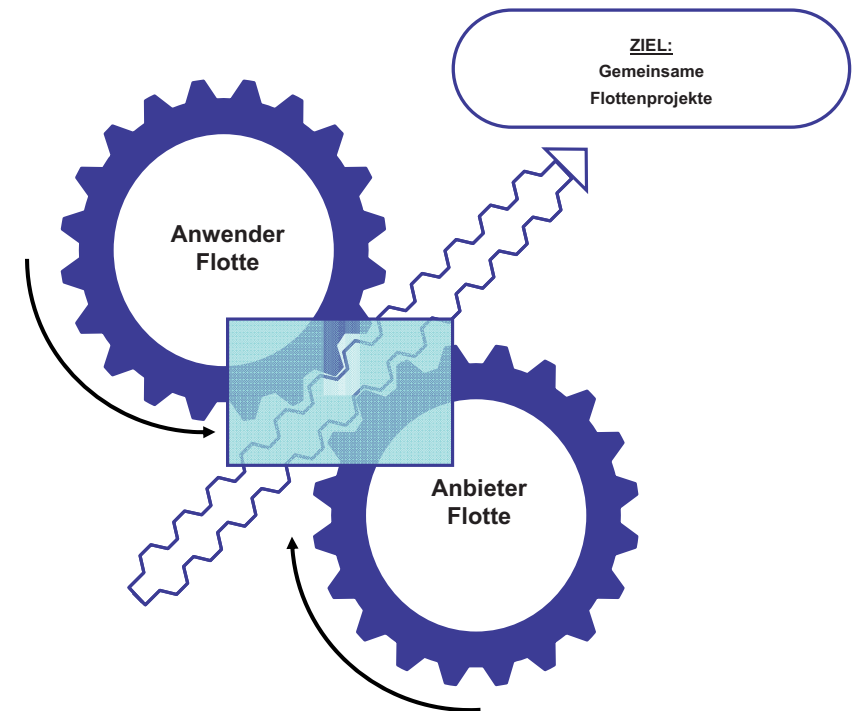
1	Juristische Aspekte	62
1.1	Fahrzeughalter	62
1.2	Delegation der Haftung	62
1.3	Kontrollpflichten des Fuhrparkmanagements	64
1.4	Entzug der Privatnutzung des Dienstwagens	66
2	Insourcing / Outsourcing	67
2.1	Kauf- und Nichtkauf-Optionen	67
2.2	Entscheidungsfindung In- / Outsourcing	68
2.3	Grundlage der In- und Outsourcingentscheidung	69
2.4	Vor- und Nachteile Selbstabwicklung aus Kundensicht	70
2.5	Vor- und Nachteile Fremdadwicklung aus Anbietersicht	71
2.6	Status quo Outsourcing	71
2.7	Zahlen, Daten, Trends	77
2.8	Alternativlösung Carsharing	77
3	Ausschreibungen	79
3.1	Allgemeine Ausschreibungsinformationen	79
3.2	Anbietersicht der Flottenausschreibungen	80
3.3	Anwendersicht der Flottenausschreibungen	81
3.4	Erkenntnisse und Empfehlungen bei Ausschreibungen	82
3.5	Wunschkunde	84
4	Europäische Flottenlösungen	85
5	Schadensmanagement und Manipulation	87
5.1	Typen der Manipulation	87
5.2	Umgang mit Manipulation	89
6	Nachhaltigkeit und Umwelt	90
6.1	Herkömmliche und alternative Kraftstoffe	90
6.2	Probleme bei alternativen Antrieben	92
6.3	Aktuelle Einschätzungen zum Thema Umwelt aus der Praxis	92
7	Best-practice: Fuhrparkmanagement und SAP	93
8	Anhang: Ausschreibungsstandard	94
9	Anhang: Ausschreibungsmatrix	134

Der Einkauf von Fahrzeugen (bzw. deren Leasing) für den Unternehmensfuhrpark und dazugehörige Dienstleistungen gehören zu den wichtigen nicht-traditionellen Einkaufskategorien. Diese rücken seit einigen Jahren immer weiter in den Fokus des Einkaufs.

Durch die steigende Professionalisierung hat die Qualität der internen Prozesse und der Anfragen an die Anbieter zugenommen. Die verantwortlichen Mitarbeiter gewinnen an Erfahrung. Ausbildungsangebote und das Angebot an Fachinformationen nehmen zu.

Um diesen Trend zu unterstützen beschäftigt sich die BME-Fachgruppe „Flotte“ mit allen relevanten Aspekten des Fuhrpark- und Flottenmanagements.

Das Ergebnis der bisherigen Arbeit von Anwendern und Anbietern von Flottenlösungen ist unter anderem dieser Leitfaden. In den kommenden Kapiteln wird der aktuelle Wissensstand der Praktiker aus der Fachgruppe wiedergegeben.



1 Juristische Aspekte

Gerade im Bereich der Nutzung von Kraftfahrzeugen treten häufig Unsicherheiten bzgl. der rechtlichen Situation und der Normen auf. Es kann sehr schnell zu materiellen und gesundheitlichen Schäden – auch bei Unbeteiligten – kommen. Bei hieraus resultierenden Haftungsfragen steht aber nicht nur der Fahrer des Fuhrpark-Kfz sondern in einigen Fällen auch der Halter (d.h. meist der Fuhrparkleiter) in der Verantwortung.

Vor diesem Hintergrund sind Kenntnisse einiger grundsätzlichen Gegebenheiten in der Fahrzeughaltung, der Halterhaftung und der Kontrollpflichten des Fuhrparkleiters unabdingbar.

1.1 Fahrzeughalter

Da der Gesetzgeber nicht geregelt hat wer als Fahrzeughalter gilt, ist die Frage anhand der Rechtsprechung zu klären.

Wenn kleine Vergehen (Strafzettel) geahndet werden, gilt derjenige als Halter, der im Fahrzeugschein eingetragen ist. Bei größeren Vergehen (d.h. wenn sich die Staatsanwaltschaft einschaltet) wird eine umfassendere Halterdefinition nötig.

Es gilt: Halter eines Kraftfahrzeugs ist, wer das Kraftfahrzeug für eigene Rechnung gebraucht, insbesondere die Kosten bestreitet und die Verfügungsgewalt

Folgende Übersicht mag der Verdeutlichung dienen:

Fall	Halter
Jede Art von Dienstwagen	Unternehmen
Unternehmen zahlt Leasingrate	Unternehmen
Unternehmen bündelt und hat das Kfz in den Büchern, Mitarbeiter zahlt	Unternehmen
Unternehmen bündelt lediglich das Bestellvolumen, Mitarbeiter bestellen selbst und zahlen selbst (Kfz nicht in Büchern)	Mitarbeiter

hat. Der wirtschaftliche Eigentümer ist somit der Halter.

1.2 Delegation der Haftung

Da die Unternehmensführung, welche wiederum für das als Halter fungierende Unternehmen haftet, diese Aufgabe nicht selbst ausüben kann, kann die Haftung in vollem Umfang delegiert werden. Dies ergibt sich aus § 9 II Nr. 2 OWiG (Gesetz über Ordnungswidrigkeiten).¹ Die Übertragung der Pflichten muss dabei so gestaltet sein, dass die Erfüllung „in eigener Verantwortung“ geschieht. Hierbei gelten die Anforderungen, dass derjenige dem die Pflichten übertragen werden, **zuverlässig, erprobt und sachkundig** bei der Ausübung dieser Tätigkeiten ist.

¹ § 9 II (OWiG) Handeln für einen anderen:
(2) Ist jemand von dem Inhaber eines Betriebes oder einem sonst dazu Befugten

1. beauftragt, den Betrieb ganz oder zum Teil zu leiten, oder
2. ausdrücklich beauftragt, in eigener Verantwortung Aufgaben wahrzunehmen, die dem Inhaber des Betriebes obliegen,

und handelt er auf Grund dieses Auftrages, so ist ein Gesetz, nach dem besondere persönliche Merkmale die Möglichkeit der Ahndung begründen, auch auf den Beauftragten anzuwenden, wenn diese Merkmale zwar nicht bei ihm, aber bei dem Inhaber des Betriebes vorliegen. Dem Betrieb im Sinne des Satzes 1 steht das Unternehmen gleich. Handelt jemand auf Grund eines entsprechenden Auftrages für eine Stelle, die Aufgaben der öffentlichen Verwaltung wahrnimmt, so ist Satz 1 sinngemäß anzuwenden.

Die Delegation der Pflichten kann hierbei aufgrund von

- Gesetzlichen Bestimmungen,
- Arbeitsvertrag,
- ausgeübter Funktion im Unternehmen (Fuhrparkleiter) oder
- gesonderter Beauftragung erfolgen.

Die Halterverantwortung kann **nicht** vom Fuhrparkleiter an die Nutzer weitergegeben werden. Durch die Regelungen des OWiG muss die Funktion des

Pflichten des Halters	Das Fahrzeug muss in einem ordentlichen Zustand sein. Das Gefährdungspotential und das Risiko für Dritte muss möglichst gering gehalten werden. Fürsorgepflicht gegenüber dem Mitarbeiter.
Pflichten des Fuhrparkleiters	Als Beauftragter des Halters treffen ihn die gleichen Pflichten wie den Halter. Kontrolle der Fahrzeuge.
Pflichten des Nutzers / Fahrers	Einhaltung der straßenverkehrsrechtlichen Bestimmungen. Haftung für von ihm verursachte Schäden. Sorgsamer Umgang mit Betriebsmitteln.

Aus einer Verletzung der jeweiligen Pflichten kann sich eine **straf-, bußgeld- und versicherungsrechtliche Haftung** ergeben.

Strafrechtliche Haftung tritt zum Beispiel auf, wenn die Fahrerlaubnis fehlt, ein Fahrverbot verhängt oder die Fahrerlaubnis entzogen wurde und die Nutzer trotzdem ein Firmen-Kfz fahren.

- In diesen Fällen hat der Halter für die strafrechtlichen Konsequenzen gerade zu stehen.
- Ebenfalls hat die Geschäftsführung in vielen Fällen nur ein begrenztes Interesse, strafrechtlicher Haftung hart vorzubeugen. Beispielsweise wenn der internationale Führerschein einer „Expatriat“-IT-Fachkraft nach 6 Monaten¹ verfällt oder einer der wichtigsten Vertriebsmitarbeiter seinen Führer-

¹ Nach 185 Tagen Lebensmittelpunkt in Deutschland erlischt die Fahrerlaubnis. Auf Antrag kann diese Periode um weitere 185 Tage verlängert werden. Innerhalb dieser Frist muss eine Umschreibung erfolgen. Diese erfordert je nach Herkunftsland des Führerscheines unterschiedliche Anstrengungen des Nutzers (theoretische oder teils komplette Fahrprüfung).

Fuhrparkleiters somit verhältnismäßig vorstandsnahe (Vorstand → EK-Leiter → Fuhrparkleiter) aufgehängt sein: Die Unternehmensführung haftet und die Delegationskette muss kurz sein.

Jedoch können einzelne Aufgaben delegiert werden. In diesem Falle haftet der Halter zwar noch immer, es liegt aber kein Verschulden seinerseits vor.

Aus dieser Delegation resultieren die folgenden Pflichten:

schein für einen Monat abgeben muss, besteht nur begrenzte Motivation hier die Firmenwagen zu entziehen.

→ In diesem Fall kann der Fuhrparkleiter frühzeitig vorschlagen, dass das Unternehmen Mietwagen für Expatriate einsetzt. Für das Unternehmen bzw. den Fuhrparkleiter besteht somit keine Halterverantwortung mehr.

Bußgelder zahlt das Unternehmen. Es hat aber die Möglichkeit, gezahlte Gelder vom Nutzer zurückzufordern. Dieses Recht wird nicht in allen Fällen genutzt. Häufig werden Bußgelder bis zu einem gewissen Schwellenwert toleriert.

Die **versicherungsrechtliche Haftung** ist vor allem dann von Bedeutung, wenn die Versicherung aufgrund von verletzten Aufsichtspflichten nicht bereit ist zu zahlen (z.B. fehlende Fahrerlaubnis). In diesen Fällen haftet der Arbeitgeber und kann unter Umständen Regressansprüche gegenüber dem Fuhrparkleiter

geltend machen. Bei Haftungsfragen ist zwischen reinen Dienstwagen, hierzu zählen auch zur privaten Nutzung überlassene Dienstwagen, und Privatfahr-

zeugen mit denen Dienstreisen durchgeführt werden, zu unterscheiden.

Modell	Betriebsmittel?	Halterhaftung
Kfz ausschließlich für dienstliche Zwecke	Ja	Unternehmen / Fuhrparkleiter
Dienstfahrzeug mit privater Nutzung	Ja	Unternehmen / Fuhrparkleiter
Privat-Kfz für Dienstreisen	Nein	Unternehmen haftet bei leichter Fahrlässigkeit für Schäden während der dienstlichen Nutzung. Ansonsten persönliche Angelegenheit – Kfz ist kein Betriebsvermögen.

Zur weiteren Unterscheidung vgl. nachstehende Übersicht:

Fall	Wer haftet?
Leichte Schäden bei Dienstfahrt	Unternehmen
Mittlere Schäden bei Dienstfahrt	Quotenregelung (Aufteilung des Schadens)
Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit bei Dienstfahrt ¹	Mitarbeiter
Privatfahrt mit reinem Dienstfahrzeug	Mitarbeiter

¹ Eine Falschbetankung mit anschließender Fahrt gilt auch als grob fahrlässig.

Privatfahrten mit dafür vom Unternehmen nicht zugelassenen Dienst-Kfz aber auch gefährliches und unökonomisches Fahrverhalten können mit Zustimmung des Betriebsrates durch Black Boxes aufgedeckt werden. Im Sinne des Unternehmensfriedens sollte der Gebrauch allerdings vertraglich vereinbart werden.

Es empfiehlt sich, sofern es möglich und zumutbar ist, eine Vollkaskoversicherung abzuschließen. Geschieht dieses nicht, wäre aber möglich und zumutbar gewesen, so kann der Mitarbeiter, falls der Versicherungsschutz greifen würde, nur im Rahmen der Selbstbeteiligung zur Verantwortung gezogen werden. Die Selbstbeteiligung sollte im Vertrag festgeschrieben werden, da ansonsten gar keine Rechenschaft möglich ist.

1.3 Kontrollpflichten des Fuhrparkmanagements

Ungeachtet dessen ist das Fahrzeug sowohl vom Fahrer vor der Nutzung als auch im Jahresturnus von einem „Sachkundigen“ auf seine Betriebssicherheit zu prüfen (Sachkundigenprüfung). Als Prüfung eines Sachkundigen gilt dabei auch die regelmäßige Inspektion in der Fachwerkstatt. Es gilt §57 D 29 der Berufsgenossenschaftlichen Vorschriften (BGV):

(1) Der Unternehmer hat Fahrzeuge bei Bedarf, mindestens jedoch einmal jährlich, durch einen Sachkundigen auf ihren betriebssicheren Zustand prüfen zu lassen.

(2) Die Ergebnisse der Prüfung nach Absatz 1 sind schriftlich niederzulegen und mindestens bis zur nächsten Prüfung aufzubewahren.

Für die rechtzeitige Überprüfung ist der Fuhrparkleiter verantwortlich. Ein Stempel der Fachwerkstatt reicht als Nachweis, dass die „Sachkundigenprüfung nach UVV § 57 erfolgt“ ist. Hierbei zählen die Regelmäßigkeit und der Nachweis, damit einzelne Ausreißer von der Haftung ausgenommen sind. Die Prüfung geht im Bezug auf Fuhrparklösungen über die Aspekte der Verkehrssicherheit hinaus und bezieht sich auch auf die Arbeitssicherheit.

Neben der Prüfung auf Betriebssicherheit muss sich der Fuhrparkleiter vergewissern, ob der Mitarbeiter über einen Führerschein als Urkunde über die Erteilung der Fahrerlaubnis der entsprechenden Klasse verfügt. Dies kann nur durch die Kontrolle des Originalführerscheins geschehen. Eine Kopie, ein Telefax oder die digitalisierte Form, z.B. Scan, ist nicht zu akzeptieren.

Liegt kein gültiger Führerschein vor, so ist die Fahrt zu untersagen bzw. der Dienstwagen zu entziehen.

Weiterhin ist zu prüfen, ob bestimmte Beschränkungen, Auflagen und Zusatzangaben, z.B. das Tragen einer Seh- oder Hörhilfe, die in Form von Schlüsselkennzahlen angegeben sind, eingehalten werden.²

Bei „Abteilungsfahrzeugen“ muss der Führerschein vor der Herausgabe des Schlüssels kontrolliert werden. Auch hier sollte darauf hingewiesen werden, dass kein „schleichendes Gewohnheitsrecht“ auftreten darf, da sonst das Unternehmen in der Haftung ist.

Besondere Aufmerksamkeit ist bei ausländischen Führerscheinen geboten. Es gilt grundsätzlich, dass ein gültiger ausländischer Führerschein auch in Deutschland Gültigkeit besitzt. Stammt der Führerschein nicht aus der EU, Liechtenstein, Island oder

² Die vollständige Auflistung der Schlüsselkennzahlen der Anlage 9 zu § 25 III FeV (Fahrerlaubnisverordnung) ist bspw. unter http://bundesrecht.juris.de/fev/anlage_9_108.html zu finden.

Norwegen und hat der Fahrer keinen Wohnsitz in Deutschland, so muss eine Übersetzung oder ein internationaler Führerschein vorliegen. Liegt ein internationaler Wohnsitz vor, so verfällt der ausländische Führerschein nach sechs Monaten. Unter Umständen ist eine einmalige Verlängerung um weitere sechs Monate möglich. Erfolgt die Umschreibung auf einen deutschen Führerschein innerhalb der genannten Frist, so sind verschiedene Elemente der Führerscheinprüfung nötig.³ Nach Ablauf der genannten Frist muss eine komplette deutsche Führerscheinprüfung erfolgreich abgelegt werden.

Die Kontrolle der Fahrerlaubnis obliegt dem Halter bzw. dem Beauftragten, z.B. dem Fuhrparkleiter. Es empfiehlt sich, das Problem internationaler Führerscheine entweder mittels interner Datenbanken – wer kommt von wo und was ist zu unternehmen – oder über den Umweg eines Mietwagens zu vereinfachen und zu lösen.

Es erscheint sinnvoll, die Führerscheine zweimal im Jahr zu überprüfen. Solange die Daten nicht an Dritte weitergegeben werden, bestehen keine Konflikte mit dem Datenschutz. Die Prüfung sollte jeden Fahrer eines Dienstfahrzeuges einschließen und nachvollziehbar dokumentiert werden. Dies gilt auch bei der Delegation der Prüfung an Mitarbeiter oder Dienstleister, z.B. Leasingunternehmen die ein Komplettpaket anbieten, TÜV etc. Es muss gewährleistet sein, dass der Beauftragte über die Befähigung verfügt die Prüfung durchzuführen und zu dokumentieren. Die Prüfung ist anhand von Stichproben durch den Fuhrparkleiter wiederum zu kontrollieren. Bei der Delegation ist zu beachten, dass der Betriebsrat zustimmen muss.

Des Weiteren sind die Mitarbeiter auf die Einhaltung gesonderte Vorschriften und das Bedenken von Gefahrenquellen hinzuweisen. Hierzu gehören z.B. die Warnwestenpflicht für Kfz als Betriebsmittel des Unternehmens und Hinweise auf die Problematik ungesicherter Ladung.

³ Eine genaue Aufschlüsselung der Sonderbedingungen für Inhaber einer ausländischen Fahrerlaubnis ist in Anlage 11 zu § 31 FeV, http://bundesrecht.juris.de/fev/anlage_11_110.html.

Der Fuhrparkleiter ist in den genannten Fällen für das ausreichende Vorhandensein der Warnwesten im KFZ und für Material zur Ladungssicherung zuständig. Der Fahrer hingegen ist dafür verantwortlich, die Ladung auch zu sichern (in Abwesenheit eines Ladeleiters) oder die Sicherung zu kontrollieren und die Warnweste im Bedarfsfall zu tragen.

Grundsätzlich gilt: eine klar strukturierte Organisation der Verantwortlichen hilft Zuständigkeiten transparent zu gestalten und Probleme zu vermeiden.

1.4 Entzug der Privatnutzung des Dienstwagens

Erhält ein Arbeitnehmer einen Dienstwagen, so ist vertraglich zu regeln, das er diesen beim Ausscheiden aus dem Unternehmen an den Arbeitgeber zurück zu geben hat. Des Weiteren kann die Herausgabe des Kfz verlangt werden, wenn der Anspruch auf Fortzahlung des Entgelts bei Arbeitsunfähigkeit entfällt. Dies gilt ebenso, falls der Wagen weniger als drei Monate vor Beginn des Mutterschutzes Teil des Gehaltes geworden ist.

Probleme können bei der Gewährung von Sonderwünschen des Mitarbeiters bzgl. Sonderausstattung bei Leasingfahrzeugen entstehen. Scheidet der Mitarbeiter aus dem Unternehmen aus, dann hat das Unternehmen die erhöhte Rate zu tragen. Sonderzahlungen zum Ende der Nutzungsdauer sind nicht zulässig.

Lösung:
Die Zusatzzahlungen für Sonderausstattungen können auch direkt zwischen dem Mitarbeiter und der Leasinggesellschaft geregelt werden.

Ein andere Lösung kann folgendes Modell darstellen: Der Mitarbeiter bekommt die Möglichkeit in Höhe eines festzulegenden Prozentsatzes des normalen Anschaffungspreises auf eigene Rechnung Sonderausstattungsbestandteile zu bestellen. Das Kfz wird dabei z.B. auf fünf Jahre linear abgeschrieben. Scheidet der Mitarbeiter früher aus dem Unternehmen aus, so erhält er 10% des Buchwertes erstattet.

Generell kann in **Streitfällen** damit gerechnet werden, dass **Arbeitsgerichte ausgesprochen arbeitnehmerfreundlich** entscheiden. Dies ist bei den meisten strittigen Fragen rund um das Thema Fuhrpark und Haftung der Fall.

Die Rechtsprechung setzt in den Augen der Praktiker einige weitere Anreize, die Herausgabe von Firmenwagen zurückhaltend anzugehen:

Bei Ausscheiden oder Arbeitsrechtsprozessen Herausgabeverlangen zu bekunden, kann den Arbeitgeber teuer zu stehen kommen, da der Mitarbeiter den Nutzungsausfall finanziell geltend machen kann.

Während der Mutterschutzzeit steht der Dienstwagen die ersten 12 Wochen weiterhin zur Nutzung frei.

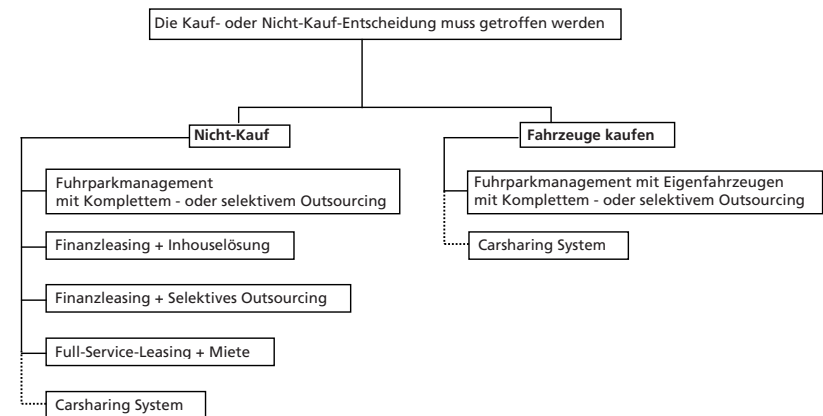
2 Insourcing / Outsourcing

Für dieses Kapitel dürfen wir Herrn Pohlmann von der Chemion Logistik GmbH für umfangreiche Unterstützung und die Ausarbeitung der folgenden Inhalte danken. Die folgenden Inhalte sind das Ergebnis langjähriger aktiver Erfahrung im Fuhrparkmanagement und der intensiven Diskussion mit anderen Fachleuten. Die unten stehenden Ergebnisse wurden bereits auf verschiedenen Veranstaltungen zum Thema präsentiert und laufend verbessert.

Bevor eine Entscheidung bzgl. des Kaufes bzw. des Nicht-Kaufes der Fahrzeuge gefällt wird, sollten sich die Entscheidungsträger über die Optionen klar werden.

2.1 Kauf- und Nichtkauf-Optionen

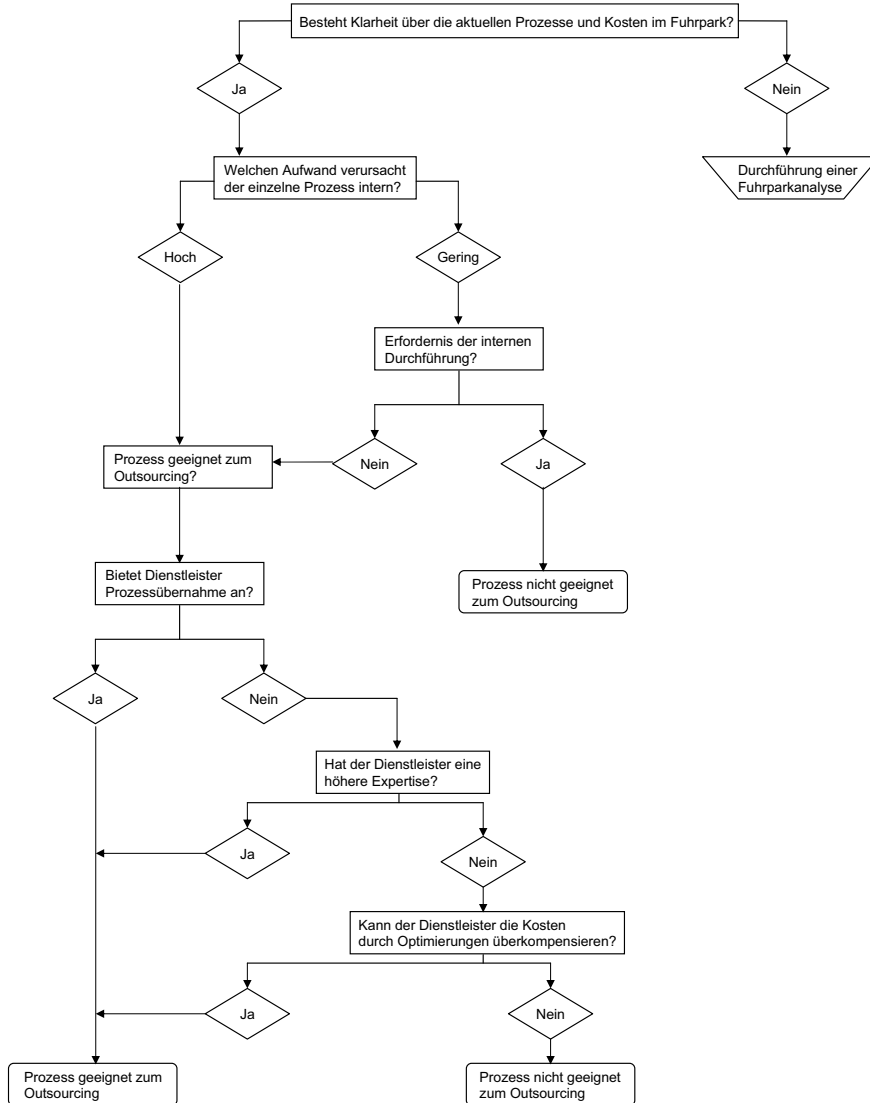
Bei der Wahl zwischen Erwerb der Kfz und Leasingmodellen bieten sich zahlreiche unterschiedliche Optionen:



2.2 Entscheidungsfindung In- / Outsourcing

Nachdem über den Kauf der Fahrzeuge entschieden wurde, steht nun die Aufgabe bevor, über In- und

Outsourcing der einzelnen Fuhrparkprozesse zu entscheiden. Letztlich muss es das Ziel sein, die Prozesse im Fuhrparkmanagement getrennt zu bewerten und für jeden einzelnen Prozess eine fundierte Outsourcingentscheidung zu treffen.



2.3 Grundlage der In- und Outsourcingentscheidung

Die Verschärfung des internationalen Wettbewerbs durch die Globalisierung der Märkte zwingt Unternehmen immer mehr dazu, ihre Managementkonzepte zu überdenken und nach adäquaten Alternativen in der täglichen Arbeit zu suchen.

Alle Bereiche einer Unternehmung sind hierbei ständig aufgefordert, kostengünstiger, kundenorientierter und schneller zu arbeiten. Hierbei wird ab einem bestimmten Punkt unweigerlich über eine Reduzierung der Fertigungstiefe in den Prozessabläufen zugunsten alternativer Möglichkeiten nachgedacht.

Die logische Konsequenz ist die Abwägung zwischen Eigenerstellung oder Fremdbezug von Leistungen und Produkten („make or buy“). Die Abwägung wird im wesentlichen davon beeinflusst, welche Produkte und Dienstleistungen das Unternehmen besonders gut bzw. besser als andere beherrscht, um sich vermehrt darauf konzentrieren zu können. Verbleibende Produkte und Leistungen werden dann von geeigneten dritten Anbietern eingekauft.

In- bzw. Outsourcing ist in diesem Zusammenhang auch nicht eine Frage von gut oder schlecht, sondern für die Beteiligten eher eine Frage von sowohl als auch.

Vor dem Hintergrund, dass alles nur so gut läuft, wie es vorgeplant und eingefädelt wurde, kann jedoch eine vorschnelle und nicht gründlich durchdachte Entscheidung zu Out- oder auch Insourcing zu einer sehr teuren werden. Daher ist eine konservative und detaillierte Planung und die richtige Auswahl der Provider und Dienstleister oberstes Gebot.

Gerade im Fahrzeug- und Fuhrparkbereich galt in den letzten Jahren das Motto „je schlanker, desto besser“, was die Geschäftsausweitung von Fuhrpark Providern und „Full-Service“-Leasinggesellschaften

sicherlich sehr positiv beeinflusste, weil diese übernehmen konnten, was kundenseitig irgendwie entbehrlich und „auslagerungs-fähig“ schien.

Im Extremfall wurde im Unternehmen sogar auf einen politischen Entscheider oder internen Koordinator ganz verzichtet und somit dem externen Dienstleister eine Vielzahl von Schnittstellen ins Unternehmen angeboten, wie Personal, Einkauf, Rechnungswesen, Rechtsabteilung etc. Tatsächlich dürfte es jedoch nur sehr wenige Fuhrparks > 50 Pkw geben, in denen nicht wenigstens Teilbereiche wie selbstverständlich outgesourct sind. Einer der fast immer outgesourcten Bereiche ist das Tankkartenmanagement durch Tankkartenprovider.

Mittlerweile kehrt sich der Trend wieder um. Viele Unternehmen haben gemerkt, dass sie über lange Zeit erworbene Kern- und Eigenkompetenzen nicht nur im Fuhrparkmanagement vorschnell an Dritte abgegeben und sich damit in ungewollte Abhängigkeit begeben haben. Weiterhin wurden zunächst oft nur vordergründig Kosten gespart, häufig wurde aber auch sehr schnell festgestellt, dass „Outsourcing“ in der gewählten Form oft teurer geriet als die bisher intern erbrachten Leistungen. Unzureichende qualitative oder auch quantitative Leistungen der Anbieter und ein damit verbundener erhöhter Koordinierungsaufwand zur Kompensierung der Mängel machten die Einsparungen schnell wieder zunichte.

Die Mischung macht es also wahrscheinlich aus: Der richtige Mix aus Fremd- und Eigenleistungen verschafft den Unternehmen Innovations- und Ertragskraft, sowie die notwendige Flexibilität zur Veränderung von Prozessen auf den Märkten.

2.4 Vor- und Nachteile Selbstabwicklung aus Kundensicht

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Know-how im eigenen Haus Nutzung gewachsener eigener (Personal-) Ressourcen und Fähigkeiten. ▪ Schnelligkeit Intern kann viel schneller auf geänderte Einflüsse reagiert und entschieden werden. ▪ Flexibilität Die Umstellung auf veränderte Situationen kann auf kürzeren Wegen ohne Einbindung von Dritten erfolgen. ▪ Kontrolle Intern gewachsene Kontrollmechanismen und Controlling-Tools sind sich ähnlicher als meist unterschiedliche extern eingebrachte. ▪ Prozesseigner Die Prozesse werden auf interne Belange eingestellt und müssen nicht externen Vorgaben angepasst werden. ▪ Synergien Bestehende Arbeits- und Prozessabläufe können z.B. für neue und zusätzliche Abläufe und Produkte genutzt werden. ▪ Nutzung von Personal Zur Überbrückung von absehbaren „Konjunkturtälern“ ist es z.B. sinnvoll, qualifiziertes Personal vorübergehend zu „parken“ und anderweitig einzusetzen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ressourcenplanung / -bindung Optimale Planung und Einsatz von Fachpersonal vor dem Hintergrund von Über- oder Unterkapazitäten ist nicht immer einfach. ▪ Halbwissen Spezialisierte Dienstleister verfügen i.d.R. über qualifiziertes Fachpersonal zur Lösung und Abwicklung von Spezialbereichen (Technik- und/oder Reifen-Service, Schadenmanagement, Netzwerkkoordination von Dienstleistern etc.). ▪ Regionaler Lösungsansatz Einkaufs- und Abwicklungskonditionen sind eher regional zufällig gewählt und vor dem Hintergrund „kleinerer Umsatzmengen“ nicht immer optimal. ▪ Planung und Organisation Viele Termine sind schwer und ggf. unzureichend zu koordinieren (Fälligkeiten von Versicherungen, Steuern, GEZ-Gebühren, Wartungstermine, HU/AU, Sonderuntersuchungen, Führerscheinkontrollen etc.). ▪ Vorhaltekosten Beispielhaft seien hier qualifizierte Personalreserven durch Urlaub, Krankheit und sonstige Abwesenheit, oder auch Ersatz-, Pool- oder Reservefahrzeuge genannt. ▪ Begrenztes Potential zur Mengenbündelung Die oft begrenzte Fuhrparkgröße hat einkaufs- und konditionsseitig Nachteile gegenüber „großen“ (Leasing-) Anbietern bzw. Fuhrparkbetreibern und Flotteneignern.

2.5 Vor- und Nachteile Fremdbwicklung aus Anbietersicht

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Know-how und Marktwissen Je größer die Bündelung von Kundenfuhrparks ist, desto spezialisierter und kostengünstiger können Beschaffung, Verwaltung und Verwertung mit Fachpersonal aufgestellt werden. ▪ Best practice Die Konzentrierung auf segmentierte Bearbeitung der Prozessabläufe führt mittelfristig zu immer optimierteren Arbeitsergebnissen und zusätzlichen Erträgen. ▪ Mengenbündelungen Die Bündelung von Mengeneffekten hat erheblichen Einfluss auf Konditionen und Marktmacht gegenüber den Lieferanten. ▪ Skaleneffekte Flottenmanagementunternehmen (Provider) bündeln die Nachfrage nach Leasingfahrzeugen und ermöglichen es den Leasinganbietern mit einem Minimum an Vertriebsaufwand eine Vielzahl von Nutzern zu erreichen. ▪ Innovationsmöglichkeiten Die Intensität der segmentierten Mengенbearbeitung führt regelmäßig zu Verbesserungen in den Prozessabläufen, verbesserten Verfahrensweisen sowie neuen Ideen zu neuen Produkten und deren Gestaltung. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kundenabhängigkeit Der Eroberung von Kundenpotenzialen und Fuhrparks folgt regelmäßig die Ausweitung von erforderlichem Fachpersonal und Arbeitsplatzressourcen. Bei unzureichender Planung leidet der Anbieter in beiden Richtungen unter qualitativem und/oder quantitativem Personal- und/oder Kostendruck. Auch in der Gestaltung der Kundenpotenziale ergeben sich hier Chancen und Risiken (Besser zehn Kunden mit je 100 Fahrzeugen, als einen Kunden mit 1000), da der Wegfall eines Großkunden kostenseitig nur schwer zu kompensieren ist. ▪ Preis-/ Kostendruck (Fachpersonal) Durchschnittlich qualifiziertes Personal ist zwar „preisgünstiger“ am Arbeitsmarkt zu haben, wird jedoch i.d.R. auch nur eher durchschnittliche Arbeitsergebnisse erbringen. Qualifiziertes Fachpersonal ist schwieriger zu bekommen und kennt i.d.R. auch seinen „Marktwert“. Die Mischung und Auswahl macht es aus; ggf. ist ein etwas teurerer Fachmann in der Lage, effektiver zu arbeiten und bessere Ergebnisse zu erreichen, als zwei preiswertere Mitarbeiter.

2.6 Status quo Outsourcing

Im Flottenmanagement sind die relevanten Prozesse in drei Bereiche zu gliedern:

A Beschaffung

B Verwaltung

C Verwertung

Wegen der überwiegenden Praxis, Firmenfahrzeuge auf Leasingbasis zu nutzen und i.d.R. nur bei Spezialfahrzeugen zu kaufen oder zu finanzieren, wird in der nachfolgenden Kommentierung nur auf Full-Service Leasingbeschaffung Bezug genommen.

Für die jeweiligen Prozesse wurde untersucht, ob Nutzungssegmente sinnvollerweise eher intern, d.h. unter Nutzung von Ressourcen der Firma die die Firmenfahrzeuge unterhält, oder eher extern mit einem Provider durchgeführt werden sollten.

A. Beschaffung

1. Vertragsmanagement „Produkt“

1.1. Reifen

Intern > 100 Extern < 100

Ab einer Fuhrparkgröße von ca. 100 Fahrzeugen kann das Abschließen eines eigenen Rahmenvertrages mit Reifenherstellern bzw. -handelsketten Sinn machen. Diese können je nach Situation regional oder überregional abgeschlossen werden. In einem Rahmenlieferabkommen sollten in regelmäßigen Abständen bestimmte Reifenfabrikate und -größen für Sommer- und Winterbereifung, Montagen, Dienstleistungen und Einlagerungen verhandelt und vereinbart werden.

1.2. Tankkarten

Intern - Extern ✓

Vereinbarungen über Tankkarten werden je nach Art des Fuhrparkbestandes bei den vier großen Pools in Deutschland (ARAL, Esso/EuroShell, DKV, UTA) über die Leasingprovider gehalten und können wie andere Service-Dienstleistungen als Ergänzung zur Leasingabwicklung vereinbart werden. Eine monatliche Mindestverbrauchsmenge von ca. 2.500l wird von den Mineralölgesellschaften pro Kunde/Abnehmer i.d.R. vorausgesetzt. Der Vorteil der externen Tankkartennutzung liegt darin, dass die monatlichen Umsätze bei entsprechender Bonität nachschüssig abgerechnet werden. Weiterhin können beim Provider existierende Controlling-Tools genutzt werden.

1.3. Versicherung

Intern (✓) Extern ✓

Wenn die Kfz-Versicherung kombinierbar ist mit anderen Firmenversicherungen und dadurch eine günstigere Prämie (z.B. Stückprämie) möglich ist, kann die Versicherung auch intern beschafft werden. Versicherungsprämien werden vor dem Hintergrund der bestehenden Flotte und der gewachsenen Schadenquote erhoben. Ein Vergleich zwischen interner und

externer Versicherung ist auch im Sinne des notwendigen bzw. erforderlichen Deckungsumfanges und der jeweiligen Schadenquoten sinnvoll.

1.4 Schadensmanagement

Intern - Extern ✓

Aufgrund des komplexen Ablaufs und des hohen Aufwands bei der Koordination aller Schritte bis zur endgültigen Schadensregulierung ist ein Outsourcing an Spezialisten sinnvoll, da diese mittlerweile über ausgefeilte Netzwerke verfügen und alle mit dem Schaden in Verbindung stehenden Rechnungen zunächst verauslagern und erst nach endgültiger Instandsetzung eine Endabrechnung mit dem Halter vornehmen können.

1.5. Wartung

Intern - Extern ✓

Sofern im Rahmen des Leasingvertrages Wartungs- bzw. Inspektionsarbeiten durchgeführt werden sollen, sind die vertraglichen Regelungen extern festgelegt. Interne Abwicklung ist nur sinnvoll, wenn aus anderen Gründen ohnehin Fachpersonal und entsprechende Räumlichkeiten vorgehalten werden müssen.

1.6. Mietwagen

Intern ✓ Extern ✓

Mietwagenbedarf kleineren Umfangs kann vor dem Hintergrund kurzer Wege intern organisiert werden. Ab einem Bedarf von mehr als ca. 600 Tagesmieten p.a. kann es sinnvoll sein, mit einer Mietwagensgesellschaft einen ausgefeilteren Rahmenvertrag mit Vorzugskonditionen abzuschließen. Hier kann man auch vorhandene Angebote der Leasing- und Fuhrparkprovider nutzen. Vor dem Hintergrund des Verdrängungswettbewerbs auf dem Mietwagensektor ist es bei Bedarf sinnvoll, eine Ausschreibung mit dem exakten Anforderungsprofil der Nutzer durchzuführen.

1.7. GEZ

Intern - Extern ✓

In besonderen Fällen ist es möglich, mit den Rundfunkgesellschaften direkt eine vertragliche Regelung über die Abführung der Rundfunkgebühren zu erreichen. In aller Regel jedoch führt die Leasingbank die Bezahlung an die GEZ und die Abwicklung mit dem Leasingnehmer durch.

1.8. Kfz-Steuer

Intern ✓ Extern -

Die Übernahme der Kfz-Steuerabwicklung durch Dritte hat sich in der Vergangenheit durch die Politik der Steuerbehörden eher in Richtung der Direktabwicklung durch den Kfz-Halter entwickelt. Genannt seien hier beispielsweise die zeitlich begrenzten Steuerbefreiungen nach Zulassung, der Übergang zur Verfahrensweise, das Kfz nur noch bei sofortiger Entrichtung der Steuer (bar oder Einzugeremächtigung) zum Straßenverkehr zugelassen werden und sich die Steuerbehörden dagegen wehren, mit jemand anderem als dem Halter direkt zu kommunizieren.

1.9. Individualfälle

Intern ✓ Extern ✓

In individuellen Problemfällen, wie z.B. Sondereinbauten, Beschriftungen etc. ist im Einzelfalle zu prüfen, ob interne oder externe Regelungen der bessere Weg sind.

2. Vertragsmanagement „Dienstleistung“

2.1. Zulassungs- und Überführungsservice

Intern - Extern ✓

In den wenigsten Fällen ist es nicht möglich, diesen Service durch Dritte Dienstleister (Leasinggeber, Autohaus, oder auch Spezialisten wie DAD oder PS-Team) erbringen zu lassen. Aus diesem Grund ist es zu empfehlen, externe dritte Spezialisten mit dieser Aufgabe zu betrauen.

2.2. Fleetmanagement

Intern - Extern ✓

Die komplette Dienstleistungspalette der Fahrzeugbeschaffung/-verwaltung einschl. der buchhalterischen Abwicklung wird, in unterschiedlichen Ausprägungen, von Fleetmanagementgesellschaften angeboten.

Diese Dienstleister können in verschiedenen Ausprägungen am Markt tätig sein; als Zusatzleistung zusammen mit einem Leasinggeber, als zusätzlicher Anbieter neben einer Leasinggesellschaft oder auch als unabhängige Provider.

3. Vertragsmanagement „Objekt“

3.1. Fahrzeug

Intern ✓ Extern ✓

Die Betreuung der Fahrzeuge/Fahrzeugnutzer kann – ja nach Ausprägung – intern oder extern erfolgen. Zu beachten ist, dass mit zunehmender Flottengröße, das Vorhalten von Leistung und Expertise (= nur bedingt abbaubare Fixkosten) unabdingbar ist. Es sollte also auch unter diesen Aspekten eine betriebswirtschaftlich fundierte Prüfung hinsichtlich Insourcing / Outsourcing erfolgen.

Die Beschaffung der Fahrzeuge basiert in der Regel auf vorhandene Großabnehmerabkommen mit den Fahrzeugherstellern. Sollte aufgrund der Flottengröße diese Abkommen nicht realisierbar sein, ist es sinnvoll mit dem ausgewählten Händler Sondervereinbarungen zu treffen. Die Auswahl der Fahrzeuge sollte das Ergebnis einer unternehmensinternen Absprache (Personalabteilung, Einkauf, Flottenverantwortlicher) sein. Es ist zu beachten, in wie weit eine Pkw-Beschränkung (Hubraum, Bruttolistenpreis, Leasingrate, Verbrauch nach Euromix u.a.) für definierte Hierarchieebenen dargestellt wird. Auch bei der häufig praktizierten „User-Chooser“-Methode sollten Einschränkungen der Fahrzeugwahl aus betriebs-/vertriebswirtschaftlichen Gründen (Sportwagen, 2-Sitzer u.a.) erfolgen.

Gleichzeitig sollten Rahmenvereinbarungen mit Leasinggesellschaften/-banken über die Leasingbedingungen abgeschlossen werden. Diese gesonderten Vereinbarungen mit den Leasinggebern sind ab einer gewissen Flottengröße möglich und sollten immer den Standardleasingbedingungen vorgezogen werden.

Auf Basis der bestehenden Vereinbarungen erfolgt dann die Bestellung des Fahrzeuges, welche in vielen Fällen eine Beratung (auch datentechnisch möglich) des Fahrers voraussetzt. Nach Lieferung des Pkw an den Nutzer setzt sich die „Fahrerdirektkommunikation“ über die gesamte Pkw-Laufzeit fort und beinhaltet u.a. nachstehende Bereiche: Überbringung des Pkw, Tankkartenservice, Versicherungsservice, Schadensabwicklung, Info Werkstatt, Pkw-Aufarbeitung bei Rückgabe. Wurde nur Finanzleasing über den Leasinggeber geordert, fällt auch noch die Prüfung der Werkstattrechnungen für Instandhaltung/Reparatur an. Gleichzeitig zu den oben geschilderten Serviceleistungen müssen die Dienstleistungen hinsichtlich der anfallenden Leistungen/Kosten im Rechnungswesen abgebildet werden; dieser Aufwand wird in der Regel häufig unterschätzt.

3.2. Kommunikationszubehör

Intern - Extern ✓

Zusatzleistungen wie Mobiltelefoneinrichtungen mit Freisprechanlage (ggf. Bluetooth-gesteuert) oder auch GPS-gesteuerte Navigationssysteme bis hin zu mobilen Büroeinrichtungen (Laptop, Fax, Internetverbindung etc.) können in unterschiedlichen Kombinationen und Ausführungen fabrikatsabhängig z.T. bereits ab Werk, über den Fabrikathändler oder nachträglich auch über spezialisierte dritte Anbieter für das Fahrzeug bestellt bzw. eingebaut werden. Bei werkseingebauten Modulen ist zu beachten, dass solches Sonderzubehör vom Leasinggeber Abschreibungs-/Restwertseitig unterschiedlich behandelt werden kann und somit die Leasingrate beeinflusst. Bei Nutzung solcher Module über die geplante Nutzungsdauer des Fahrzeuges hinaus ist es sinnvoll, diese Module nachträglich in das Fahrzeug einzubringen

und vor Rückgabe/Verwertung für ein Folgefahrzeug wieder auszubauen.

3.3. Sondereinbauten

Intern - Extern ✓

Hierzu zählt man individuelle nachträgliche Einbauten, die für die meist gewerbliche Nutzung des jeweiligen Fahrzeuges notwendig sind. Es handelt sich hier meistens um Werkstatt- und Werkzeugeinrichtungen (z.B. ADAC-Pannenfahrzeug), Einrichtungen für Muster oder Kollektionen (Schuh- oder Bekleidungsindustrie) oder auch besondere Vorrichtungen für spezielle Transportaufgaben (Personenschutz, Spezial- oder auch Gefahrguttransporte). Hier ist jeweils im Vorfeld mit dem Leasing-Provider zu klären, in welchem Umfang Fahrzeug und Sondereinbauten für die wirtschaftliche Nutzung bewertet und abgeschrieben werden, sowie welche Vertragsart sinnvollerweise angewandt werden kann.

B. Verwaltung

1. Zulassung

Intern - Extern ✓

Die Neuzulassung der Firmenfahrzeuge wird in der Regel durch das Autohaus oder durch einen externen Zulassungsdienst veranlasst. Wichtig ist hierbei die entsprechende Überlassung von Legitimationen (Vollmachten, Kopie des HR-Auszuges, Deckungskarten der Versicherungsgesellschaft, Nachweis für Einzugsermächtigung der Kfz-Steuer u.ä.) für eine Zulassung.

2. Fahrzeugübergabe

Intern - Extern ✓

Die Fahrzeugübergabe kann durch das Autohaus oder durch einen externen Dienstleister erfolgen. Sofern der Fahrer nicht bereits Kenntnisse über die Bedienung des Fahrzeuges hat, muss er vor Übernahme in alle Funktionen (z.B. Audio- und Navigationssystem, Bedienelemente, Sicherheitseinrichtungen etc.) eingewiesen werden. Vorteilhaft ist ebenfalls, dass

begleitende Nutzungsunterlagen (Tankkarte, Full-Service Unterlagen, Versicherungsnachweis etc.) bei Übergabe/Übernahme des Fahrzeuges ebenfalls bereits ausgehändigt werden können.

3. Fahrerberatung

Intern (✓) Extern ✓

Für den Nutzer sollte eine „Hotline“ eingerichtet sein, bei der er in Fragen der Fahrzeugnutzung von der technischen bis hin zu personalrechtlichen Fragen Hilfestellung und Informationen erhalten kann.

4. Dienstwagenordnung

Intern ✓ Extern (✓)

Die Car Policy muss durch das Unternehmen (Fahrzeughalter) grundsätzlich selbst entwickelt werden und den Voraussetzungen und Bedingungen, unter denen die Firma ihren Mitarbeitern ein Dienstfahrzeug überlässt, Rechnung tragen. Wegen der komplexen rechtlichen und Unternehmensindividuellen Lage ist eine ergänzende (Rechts-)Beratung durch Dritte, wie z.B. Leasinggeber, professionelle Fuhrparkmanagement-Unternehmen und -Provider empfehlenswert.

5. Wartung, Inspektionen, Reifenwechsel

Intern - Extern ✓

Die Wartungsintervall-Vorgaben sowie die unterschiedlichen Inhalte und Umfänge der regelmäßig auszuführenden Wartungsmaßnahmen der Automobil-Hersteller und -Importeure sind für den Nichtfachmann schwer kontrollierbar. Sach- und fachkundiges Personal in der Rechnungsprüfung und -bearbeitung, wie es von entsprechenden Fuhrpark-Providern vorgehalten wird, bezahlt sich vor dem Hintergrund der möglichen Einsparungen (durchschnittlich bis zu 30%) quasi mindestens von selbst. Gleiches gilt für Reifenersatz und Reifenwechsel, da die möglichen Kombinationen von Reifenmarken, -größen, -ausführungen und -preisen für den Laien zu einem nahezu undurchdringlichen Dschungel werden.

6. Rechnungswesen

Intern - Extern ✓

Das Prüfen und Buchen von Einzelrechnungen bzw. -belegen sollte von einem externen Dienstleister wie z.B. dem Leasinggeber durchgeführt werden, so dass intern nur noch das Buchen von konsolidierten Sammelrechnungen auf entsprechende Kostenstellen erfolgt. Das gleiche gilt auch für das Zahlen von Rechnungen.

7. Stammdatenverwaltung

Intern - Extern ✓

Die Erfassung und Verwaltung von Fahrzeugstammdaten in DV-Systemen ist eine wesentliche Voraussetzung zur Steuerung von Fuhrparks. Hier werden die wesentlichen Daten des Fahrzeuges, der Nutzer und deren Unternehmensbereiche, der geplanten Laufzeit und Kilometerleistung, der Lieferanten und ggf. auch der Provider festgehalten und ausgewertet. Die zu den Fahrzeugen zugebuchten „Betriebskosten“ führen zu einem erweiterten und aussagefähigen Reporting. Bereits bei Flotten mit mehr als ca. 30-50 Fahrzeugen erscheint es sinnvoll, die Systeme von externen Providern zu nutzen.

8. Reporting und Monitoring

Intern - Extern ✓

Um eine Fahrzeugflotte sinnvoll und effektiv zu steuern, müssen Einzelfahrzeuge im Verhältnis zur Gesamtflotte regelmäßig nach Abweichungen im Soll-/Ist-Kostenbereich der fixen und variablen Betriebskosten ausgewertet und bewertet werden. Gleiches gilt für den Bereich der Soll-/Ist-Kilometer, sowie den Soll-/Ist-Kostenbereich der Tankdaten. Nur wenn alle Daten zeitnah und korrekt geführt werden, ist es möglich, „Ausreißer“ oder auch sog. „schwarze Schafe“ zu identifizieren und korrektive Maßnahmen einzuleiten.

9. Versicherung und Schadensmanagement

Intern - Extern ✓

Siehe A Beschaffung Punkt 1.3 und 1.4.

Regelmäßige Ermittlung der Schadenquoten, ggf. gegensteuernde Maßnahmen, Prüfung der Schadenabwicklungen, Kosten und Dienstleister.

10. VOB-Management

Intern (✓) Extern ✓

Das im Zusammenhang mit Verstößen, Ordnungswidrigkeiten und Bußgeldern stehende Management von Strafmandaten wird sinnvollerweise dort durchgeführt, wo die Stammdaten vorliegen, also extern. In Ausnahmefällen, wie sehr kleinen und übersichtlichen Fuhrparks ist die unmittelbare Weiterleitung an den Fahrer oft der schnellere Weg. Entsprechendes Augenmerk ist auf Fälle zu richten, wo es um die Einhaltung von Fristen bei möglichem (auch zeitlich begrenztem) Fahrverbot oder anderen strafrechtlichen Belangen kommt.

11. Tankkarten

Intern (✓) Extern ✓

Bevorzugt sollte die Bestellung und Verwaltung nicht selbst organisiert werden. Es ist lediglich eine Schlüsselperson notwendig, die beim entsprechenden Provider neue Karten bestellen, defekte Karten erneuern und nicht mehr gebrauchte zurücksenden bzw. sperren kann.

12. Pool-/Leihwagen

Intern ✓ Extern ✓

Ergänzend zum regelmäßig genutzten Fuhrpark sind kurzfristig einsetzbare Ersatzfahrzeuge bei Ausfall von Einzelfahrzeugen (Unfall, technischer Defekt, Wartungs-/Inspektionstermine, Vertragsablauf und Interimslösungen etc.) notwendig. Sinnvoll ist hier die Zusammenarbeit mit einem Vermiet-Provider, der vor dem Hintergrund eines guten Preis-/Leistungsverhältnisses passende Ersatzfahrzeuge anbieten kann. Dies kann regional durch den Flottenhalter

oder auch überregional durch einen Provider erfolgen.

13. Terminkontrolle

Intern ✓ Extern ✓

In einem gut geführten Fuhrpark sind bestimmte Termine, wie die für die Bestellung eines Folgefahrzeugs, für die Prüfung der Fahrerlaubnis, der arbeitsschutzrechtlichen (UVV) und technischen Prüfung (TÜV, AU) und ggf. die zur Zahlung der Kfz-Steuer und an die GEZ, zu beachten. Dies kann sowohl intern als auch extern organisiert werden.

14. Vertragsanpassungen und Umschreibungen

Intern - Extern ✓

Unvorhersehbare Ereignisse führen häufig dazu, dass die ursprünglich geplante Nutzungsdauer und/oder Kilometerleistung angepasst, vorzeitig beendet, oder ein Vertrag an einen anderen Nutzer oder Halter umgeschrieben werden muss. Wenn durch Reporting/Monitoring ersichtlich wird, dass ein Fahrzeug über einen vorbestimmten %-Punkt hinaus von der Ursprungskalkulation bis zum Vertragsende hin abweichen wird, kann es wirtschaftlich sinnvoll sein, den Vertrag auf die neuen Gegebenheiten hin neu zu kalkulieren und vertraglich anzupassen. Da dies jedoch höchst komplex und individuell sein kann, sollte eine vorherige Wirtschaftlichkeits-Berechnung Grundlage für eine entsprechende Entscheidung sein.

15. Endabrechnung

Intern - Extern ✓

Die Endabrechnung ist der letzte Indikator für die Bewertung der Wirtschaftlichkeit des Fahrzeugs aus Vollkostengesichtspunkten. Erst wenn alle relevanten Kosten datumsgenau abgerechnet wurden (Versicherung, Steuer, Mehr-/Minder-Kilometer, Rückgabeschäden, Kostenverteilung an Dritte etc.), können unter Controlling-Gesichtspunkten die tatsächlichen Soll-/Ist-Kosten im Vergleich zu anderen vergleichbaren

ren Fahrzeugen, Fabrikats- oder Nutzergruppen analysiert werden.

C. Verwertung

1. Rücknahme

Intern ✓ Extern ✓

Die Rücknahme des Fahrzeuges erfolgt i.d.R. auf Initiative des Leasinggebers nach vorheriger Verabredung von Rückgeber und Rücknehmer anhand eines Rückgabeprotokolls an einem festgelegten Ort. In dem Protokoll wird zunächst der technische und optische Zustand des Fahrzeuges festgehalten. Ein Rücknahmeprotokoll wird bei gegenseitiger Zustimmung der aufgenommenen Daten von beiden Seiten unterschrieben. Parallel agieren alle Parteien über das mögliche Folgefahrzeug, das ggf. im Rahmen der Rückgabe direkt ausgeliefert werden kann.

2. Aufarbeitung

Intern - Extern ✓

Wenn im Rahmen des Rücknahmeprotokolls gravierende Mängel oder Beschädigungen ersichtlich werden, wird ein sog. Rücknahmegutachten eines unabhängigen Sachverständigen in Auftrag gegeben, welches einen daraus erwachsenden „Minderwert“ des Fahrzeugs prüft und festlegt. Entweder wird dann ein externes Unternehmen mit der Aufarbeitung/Reparatur des Rückläufers beauftragt, oder die festgestellte Höhe des Minderwertes wird zwischen den Parteien verrechnet. Ein Gutachten wird i.d.R. von beiden Parteien als wirksam akzeptiert.

3. Rückgabe

Intern - Extern ✓

Die Rückgabe und Verwertung erfolgt je nach vertraglichen Gegebenheiten durch den wirtschaftlichen Eigentümer. Entweder ist dies der Leasingprovider, der i.d.R. über entsprechende Verwertungsmöglichkeiten verfügt, oder auch ein entsprechend aufgestellter Fabrikats- oder Gebrauchtwagenhändler. Die direkte Übernahme eines Fahrzeuges an den Nutzer

oder eine Dritte (Privat-) Person beinhaltet vielfältige rechtliche Risiken für die Beteiligten und wird i.d.R. ausgeschlossen.

2.7 Zahlen, Daten, Trends

Die folgenden Entwicklungen sind Ergebnis einer Befragung von Fuhrparkleitern, die in der Firmenauto (Juni 2006) vorgestellt wurde.

- Leasing mit Kilometervertrag und Fullservice-Dienstleistungen nehmen zu
 - ca. 39 % der Dienstwagen werden gekauft (besonders Bank- und Versicherungsbranche).
 - Dies ist bei Unternehmen mit mehr als 1000 MA anders, hier sind es nur 23 %
- Innerhalb von Fullservice-Leasingverträgen sind die meistgewählten Module:
 - Wartung & Reparatur (49%)
 - Ersatzfahrzeug (46%)
 - Reifenservice (39%)
 - Versicherung und Schadenabwicklung (25%)
 - Tankkartenmanagement (16%)
 - Internetreporting (8%)
- Die Situation in Unternehmen mit mehr als 1000 MA ist eine andere:
 - Wartung & Reparatur (81%)
 - Reifenservice (67%)
 - Tankkartenmanagement (fast 66%)
 - Versicherung und Schadenabwicklung (knapp 50%)
 - Internetreporting (knapp 50%)

2.8 Alternativlösung Carsharing

Eine andere Form des Outsourcings stellt die Nutzung eines Carsharing-Systems dar. Dabei wird ein Pool von Fahrzeugen direkt beim Kunden platziert. Diese sind entweder Eigentum des Kunden oder des Dienstleisters (DL) und mit Bordcomputern ausgestattet. Die Mitarbeiter / Abteilungen / Kostenstellen melden sich über Internet / Travelmanagement an und erhalten hausintern die Kundenkarten. Die stunden-/ tages-/ wochenweise Reservierung einer

Fahrzeugklasse ist sowohl kurzfristig als auch im Voraus über Internet oder Travelmanagement buchbar. Option: Bestätigung der Buchung, Kennzeichenübermittlung via E-Mail / SMS.

- Der Kunde öffnet das Fahrzeug mittels Kundenkarte; diese öffnet nur das für den Kunden reservierte Fahrzeug.
- Der Fahrzeugschlüssel befindet sich im Handschuhfach.
- Getankt wird bargeldlos mittels Tankkarte auf Kosten des DLs.
- Am Ende der gebuchten Fahrt wird der Fahrzeugschlüssel wieder ins Handschuhfach gelegt und das Fahrzeug mit der Kundenkarte verschlossen. Bei Zwischenstopps wird das Fahrzeug wie üblich, mit dem Schlüssel verschlossen. Gereinigt und gecheckt werden die Fahrzeuge 1x pro Woche durch den DL.

Der DL bietet evtl. nicht nur Miet-Fullservice an, sondern übernimmt auch die Wartung, die wöchentliche Reinigung und die Disposition des Kfz.

Folgende Vorteile können realisiert werden:

- Kostenreduktion durch Pooloptimierung.
- Kostenreduktion durch automatisierte Disposition und Schlüsselübergabe rund um die Uhr.
- Kostenreduktion durch stundenweises Mieten.
- Trennung nach Kostenstellen, individuell angepasste Rechnungen.
- Tanken ohne ‚Papierkram‘.
- Integration eines attraktiven Mitarbeitermodells ohne steuerliche Hürden.

3 Ausschreibungen

Wie in jedem Einkaufsbereich spielen Ausschreibungen auch bei der Beschaffung von Flotten eine große Rolle. Allerdings tritt häufig das Problem auf, dass Ausschreibungsvorlagen aus Literatur zusammenkopiert werden.

Folgende Probleme sind dabei häufig anzutreffen:

- Umfangreiche Ausschreibungen suggerieren Scheingenaugigkeit
- Fragenkataloge sind teils widersprüchlich (ausgeschriebene Leistungen sind somit trotz umfangreicher Ausschreibung nicht klar definiert)
- Häufig unklare Kundenpräferenzen und Beschränkungen der Nachfragemöglichkeiten im Rahmen der Ausschreibung
- Extremer (in dieser Breite irrelevanter) Informationsumfang wird angefragt – Effekt: Beantwortung durch Anbieter wird so aufwändig, dass sie in vielen Fällen ausbleibt

Die Empfehlungen von Profis aus dem Einkauf und von der Anbieterseite sind im folgenden Abschnitt des vorliegenden Leitfadens dargestellt.

3.1 Allgemeine Ausschreibungs- informationen

Das Grundgerüst einer Ausschreibung des Fuhrparks beinhaltet

- allgemeine Informationen zur ausgeschriebenen Flotte,
- den Ablauf der Ausschreibung,
- die Anforderungen an die Anbieter,
- die Einkaufskonditionen,
- die Leasing- und Servicekonditionen sowie
- Informationen zu Preisbindung und über Referenzen.

Wichtige Bestandteile sind des Weiteren:

Themenkreis:	
Leasingkonditionen	Leasingfaktor Rabatte Gebrauchtwagenwerte Mehr- und Minderkilometer
Servicekonditionen	Pauschale für Sommer-/Winterreifen Ummontage & Einlagerung Wartung & Reparatur Mehr- und Minderkilometer Kfz-Steuer GEZ-Gebühren Tankkarte Schadensabwicklung
Ergänzende Dienstleistungen	Reporting Fahrerdirektkommunikation Web-Angebotstool

Es erweist sich als schwierig, von den Anbietern die optimalen Laufleistungen und die optimale Nutzungsdauer (=> Austauschzeitpunkt) zu erhalten. Eine Möglichkeit mehrere Laufzeit-Nutzungs-Zahlen leicht vergleichen zu können, ist es, eine entsprechende Matrix in die Ausschreibungsunterlagen auf-

zunehmen. Hierbei sollten jedoch höchstens drei bis vier Fahrzeugmodelle mit tatsächlich vorliegenden LL/LZ-Kombinationen angefragt werden. Daneben sollte sich der Anwender bemühen, eine fundierte Meinung zur Zinsentwicklung einzuholen.

Nutzung (Monate) / Laufleistung (km/a)	18	24	30	36	42	48	54
20.000	Leasingrate (€)
30.000
40.000
50.000
60.000

Zu Beginn einer Ausschreibung muss sich der Anwender zunächst über den Status quo klar werden und das Ziel der Ausschreibung definieren. Daneben

muss der Anwender deutlich kommunizieren, welche Leistungen er exakt ausschreibt.

Ausschreibungsratschläge

- Fuhrparkstruktur (Größe, Hersteller, Laufleistungen, Motorisierungen)
- Austauschzyklen (Austauschvolumen im laufenden und im folgenden Jahr)
- Art der Nutzung der Fahrzeuge
- Einteilung der Fahrzeuge in Fahrzeugklassen
- Vorhandene Rahmenabkommen
- Unternehmerische Vorgaben (Vorhandene Car Policy)
- Detaillierte Umschreibung der benötigten Dienstleistungen und deren Umsetzung
- Fahrzeuge sowie Angaben über deren Motorisierung, Laufleistung,
- Ausstattung und voraussichtliche Haltedauer
- Fullservice-Bestandteile?
- Schadensregulierung?

3.2 Anbietersicht der Flotten-ausschreibungen

In den Gesprächen mit der **Anbieterseite** wurden folgende zentralen Punkte angesprochen:

- Bereitschaft der Unternehmen für ihre Flotte den Händler zu wechseln
 - Sehr wichtig, da mit Vertragshändlern der Leasinganbieter wesentlich bessere Tarife erzielt werden können.
 - Wenn ein Wechsel keine Option ist: wer ist der aktuelle Händler?
- Rahmenabkommen und Rabatte mit den Automobilherstellern
 - Raten als Grundlage der Kalkulation

- Bereitschaft und erwartete Adaptionrate von elektronischen Bestellungen (Konfigurator)
- Logistikkonzept bei der Übergabe
- Koordinationsplanung: Welche Einbauten nach Werk sind gewünscht?
- Vertragsbeginn mit Zulassung oder Übergabe
- Prozesse beim Austausch von Neufahrzeugen und Altfahrzeugen bei Fahrzeugwechseln
- Versicherungswünsche
- Inwiefern sollen Laufzeit-/ Laufleistungsoptimierungen stattfinden?
- Rückgabe
 - Abholung und Logistik
 - Schadensfeststellung und -bewertung

- Anforderungen an das Betreuersteam auf Dienstleisterseite
 - Dienstleister muss für Planung seinen Personalbedarf schätzen
- Instandhaltungsdetails
 - Wie sind Öl- und Kleinteile geregelt?
 - Freie Werkstätten sind nicht unbedingt für Anbieter billiger: Direkte Kosten versus Total Cost of Ownership
- Wie wird Sonderzubehör (über Leder, Radio, Klima hinaus) in der Car Policy geregelt?
 - Bedeutende Wertminderungen durch ungewöhnliche Ausstattungen
 - Car Policies können für signifikante Einsparungen sorgen
- Regelung bei Tankkarten
- Zahlungsziele: Monatlich oder alle 45 / 60 Tage
- Räderdetails
 - Ganzjahresräder oder Winter-Sommer-Wechsel
 - Marken oder Second Brand
 - Stahl / Alufelge für Winter
- Preisbindung
 - Ausgesprochen lange eingeforderte Preisbindungen mindern zwar Risiko, erhöhen aber Kalkulationssätze ungemein
- Single-Dual-Multiple Lieferantenstruktur
 - Wichtiger Aspekt
 - Inklusive der Verteilung wichtig

3.3 Anwendersicht der Flotten-ausschreibungen

Die Bereitschaft zu einem **Händlerwechsel** wird als gering eingeschätzt. Sowohl Leasinggeber (LG) als auch Leasingnehmer (LN) wollen zumeist bei ihrem Händler bleiben. Auf Seiten des LG steckt dahinter auch die Absicht durch die langjährige vertrauensvolle Zusammenarbeit günstige **Rückkaufvereinbarungen** zu treffen. Dies wirkt sich positiv auf das Rating und damit auf die Refinanzierungskosten aus (Basel II). Für den Händler stellen allerdings langfristige Rückkaufzusagen ein nicht unbedeutendes **Risiko** dar. Die Einschätzung der Marktentwicklung über z.B. 54 Monate gleicht dem „Blick in die Kristallkugel“.

Konfiguratoren werden in Zukunft insbesondere in größeren Unternehmen eine wichtigere Rolle spielen. Allerdings sollten die Angebote unter denen ausgewählt werden kann, gedeckelt werden. Im Konfigurator sind neben den eigenen Konditionen auch die Car Policy zu hinterlegen. Auf diese Weise kann die **Car Policy online umgesetzt** werden und „Fehlbestellungen“ werden vermieden.

Bei vielen Sonderwünschen ist die **persönliche Kalkulation** allerdings besser als der Konfigurator. Ausschreibungen sind teurer als die Nutzung des Konfigurators.

Bei der Verhandlung der Fee sollte auch die **Überbringung des Kfz** innerhalb eines gewissen Radius bedacht werden. Darüber hinaus sind die Preise in einer Überbringungsmatrix festzulegen.

Einbauten nach Werk sind oftmals eine individuelle Angelegenheit (Bsp. Navigationssystem). Der **Gefahrenübergang** findet mit der physischen Übergabe des Wagens statt. **Versicherungswünsche** und die **Prozesse beim Austausch** der Fahrzeuge sind ebenfalls im Vertrag zu regeln.

Wie oben bereits angeschnitten, ist es schwierig die optimale **Laufzeit bzw. Laufleistung** zu bestimmen. Es gilt auch hier: Der Anwender sollte versuchen, auf Basis der bisherigen Erfahrungen die optimalen Leistungen und Zeiten zu ermitteln und vertraglich zu fixieren.

Die Abholung zum Laufzeitende, die damit verbundene Logistik sowie die Schadensfeststellung und -bewertung müssen ebenfalls bereits in der Ausschreibung und bei den Vertragsverhandlungen berücksichtigt werden.

Die Planung des **Personalbedarfs auf der Dienstleisterseite** ist für den Anwender nur insofern von Interesse, da sich hier Einsparpotentiale befinden können. Erfahrungen aus Ausschreibungen im Travelbereich zeigen allerdings, dass die Kosten nicht zwangsläufig von Personalstärke des Betreuungsteams auf der Dienstleisterseite abhängig sind.

Bei der **Instandhaltung** stellt sich die Frage ob **offene** oder **geschlossene Wartungsverträge** vereinbart werden sollen. Bei der Wahl eines offenen Wartungsvertrages ist einerseits mit der Ablehnung des Besuches einer tendenziell günstigen **Werkstattkette** durch das Management zu rechnen. Andererseits können sich Probleme beim vereinbarten Rückkaufwert ergeben. Der Vorteil einer Werkstattkette liegt in der Möglichkeit, einen deutschlandweit einheitlich organisierten Ansprechpartner zu haben. Der Besuch einer solchen Kette sollte unbedingt im Vertrag geregelt werden. Bei nachträglichen Einbauten wie z.B. Russfiltern können über die Ketten Einsparungen realisiert werden. Um Probleme mit dem Rückkaufwert bei der Rückgabe zu vermeiden, sollte die Zustimmung des Herstellers eingeholt werden. Unter Umständen kann bei der Wahl einer Werkstattkette die zum Konzern des Herstellers gehört diese Problematik umgangen werden.

Fragen des **Sonderzubehörs** und die Zahlungsmodalitäten sind in der Car Policy genau festzulegen. Es ist zu berücksichtigen, dass ungewöhnliche Ausstattungen zu einer Wertminderung zum Laufzeitende führen können.

In Deutschland existieren zwei große Tankstellennetze. Von beiden sind **Tankarten** im Umlauf. Allerdings ist die Nutzung nur einer Tankkarte ausreichend. Es ist ratsam den Tankkartenvertrag direkt mit dem Mineralölkonzern abzuschließen. Der Abschluss über die Leasinggesellschaft führt dazu, dass die Rabatte bei dieser verbleiben und nicht an den Leasingnehmer weitergegeben werden.

Ein weiterer interessanter Punkt ist die Frage des **Zahlungszieles**. Der Leasinggeber möchte eine möglichst frühzeitige Zahlung, der Leasingnehmer möchte möglichst spät bezahlen. In der Regel wird man sich in der Mitte treffen. Häufig wird eine Abrechnung zum Ende des Monats erstellt. Diese wird im Laufe des Folgemonates beglichen.

Im Umgang mit den **Rädern** kristallisiert sich folgendes Vorgehen als üblich heraus:

- Diese sind ein relevanter Kostenblock
- Keine Ganzjahresreifen („Fahren im Sommer wie im Winter schlechter.“)
- Bei Abgabe des Kfz die Winterräder in den Kofferraum und mit abgeben
- Selten Second Brand Räder
- Zumeist Alufelgen. Diese sind in den letzten Jahren stetig verbessert worden und benötigen keine Radkappen.
- Winterräder gleich mitbestellen. Somit ist die Eigentümerfrage geklärt.

Der **Aufzug der Winterreifen** sollte entweder in einem festgelegten Zeitraum zentral gesteuert erfolgen oder in die Verantwortung des Fahrers übertragen werden. Im zweiten Falle ist jedoch ein besonderes Vertrauen nötig! Es sollte auch hier ein Zeitraum vorgegeben werden, innerhalb dessen der Wechsel stattfinden muss. Das Unternehmen / der Fuhrparkleiter darf auch in diesem Zusammenhang die **Halterhaftung** nicht aus dem Auge verlieren.

Die Auswahl der **Lieferantenstruktur (single-dual-multiple)** sollte frühzeitig erfolgen und im Ausschreibungsprozess berücksichtigt werden. Grundsätzlich sind unterschiedlichste Lösungen denkbar und möglich. Ist lediglich ein Partner gewünscht, so könnte der Ausschreibung bspw. der Hinweis voranstehen, so zu bieten, dass man den gesamten Auftrag erhält.

Da der Ausschreibungsprozess 7 bis 8 Monate beansprucht sind jährliche Ausschreibungen problematisch. Zu Überprüfung der Vorteilhaftigkeit des bestehenden Vertrages ist es sinnvoll **Quick-Checks** durchzuführen.

3.4 Erkenntnisse und Empfehlungen bei Ausschreibungen

Es wird empfohlen, die Ausschreibungsgrundlagen, die Zusammensetzung des Fuhrparks und weitere Rahmenbedingungen möglichst detailliert zu kommunizieren:

Dazu gehören:

Anzahl Kfz

- Anzahl Neukauf pro Jahr
- „Kernfahrzeuge“
 - Anteile Marken
 - Anteile Modelle
 - Laufzeiten
 - Laufleistungen
- Car Policy
 - Wie sieht sie aus (Plan) und wie wird sie gelebt (Ist)?
 - Marken und Modelle
 - Kaufpreise
 - Total Cost of Ownership
 - Sonderausstattung
- Gewünschtes Logistikkonzept (Übergabe, Abholung aber auch z.B. bei Winterreifen)
- Einbauten nach Werk, falls nötig
 - „Komfortextras“: Netze, Navigationssysteme, etc. (zumeist problemfrei, wenn 100% rückrüstbar)
 - „Funktionsextras“: Kastenwägen, Werkzeugregale, Werbebeschriftung
- Vertragsbeginn
 - Zulassung?
 - Übergabe? (Was passiert bei Verzögerungen der Übergabe)
- Versicherung (maßgeschneiderte Angebote für Leasing existieren zwar bereits – Aber: Versicherung aus dem Paket herauszunehmen und gesondert auszuschreiben kann gute Einsparungen bringen)
- Rückgaberegulungen
 - Eigene Aufbereitung? Spart Geld, wenn Kapazität vorhanden
 - Pauschale denkbar – Anbieter profitiert auch: Keine Diskussion mehr, ob bei der Endabnahme noch versucht wird Profit herauszuschlagen
- Betreuersteam auf Anbieterseite (Größe, Struktur und Background)
- Zahlungsziele (kann allerdings separat eingepreist werden)
- Reifen
 - Runflat – viel teurer als Reserverad: Bei Platten viel höhere Kosten
 - Ganzjahresreifen: Winter und Sommer schlechter und gefährlicher. Einhellige Meinung: fast immer unsinnig
 - Logistikkonzept (Wann, wo und wie wechseln?)
- Preisbindung – begrenzt relevanter Punkt, da sie mit dem ersten Modellwechsel ausgehebelt wird.
- Weiche Ausschreibungsfaktoren zu Struktur, Kooperation, etc. die in Freitextfeldern angegeben werden können.
 - Diese qualitativen Faktoren zeigen die Dienstleistungsbereitschaft der einzelnen Anbieter und liefern eine gute Grundlage für das spätere Verständnis der Dienstleistungsbeziehung.
 - So können z.B. Billigangebote, die auf lange Sicht hohe Prozesskosten mit sich bringen, besser als solche identifiziert werden.

Aufbauend auf diesen Daten wurde in der Fachgruppe ein Gliederungsentwurf für eine professionelle Flottenausschreibung erarbeitet. Dieser Entwurf wurde von Anbietern und Anwendern gemeinsam entwickelt und findet sich im Anhang des vorliegenden Leitfadens. Ebenso liegen dem Entwurf exemplarische Ausschreibungsmatrizen zweier Anbieter und der Fachgruppe bei. Wir bedanken uns daher für das persönliche Engagement bei Frau Stephanie Steinhauer von der Athlon Car Lease Germany GmbH & Co. KG, Herrn André Dutkowski und Herrn Christian Ebert von der ALD AutoLeasing D

GmbH, Herrn Frank Kotzur von der LeasePlan Deutschland GmbH und Herrn Kai Marnet von der Maske Autoleasing GmbH.

3.5 Wunschkunde

Es hat sich gezeigt, dass auch der Anwender zum reibungsloseren Ablauf der Ausschreibung beitragen kann. Durch den daraus resultierenden Minderaufwand können sich durchaus Kostenvorteile ergeben.

Der Wunschkunde der Anbieter

- Er hat klar in einer **Car Policy** definierte Kfz (keine „Weihnachtsbäume“, d.h. Kfz mit für Preis und Klasse vollkommen überdimensionierter Ausstattung) mit guten Restwerten.
- Ein **konstanter Ansprechpartner** für den Dienstleister existiert, der die Vereinbarung mit dem Dienstleister intern **politisch und operativ** durchsetzen.
- Das Unternehmen erfreut sich guter **Bonität**.
- Der Kunde wünscht einen **hohen Servicegrad**, d.h. nimmt eine umfassende Dienstleistung ab. Dies gilt auch für den internationalen Fokus der Ausschreibung.
- **Klare Prozesse** existieren auch auf Unternehmensseite
- **Ausschreibungen** sind **eindeutig** im Bezug auf K.O. Kriterien.
- Der Kunde wünscht eine **nicht allzu homogene** (schlecht für Wiederverkaufswert) Flotte ohne Sonderwünsche, die den Wiederverkaufswert drücken (Sonderfarben, etc.)
- Flottenmix, der beim Weiterverkauf im In- und Ausland gute Preise erzielt.

Der Kunde ist an **kontinuierlicher Verbesserung** der Zusammenarbeit interessiert.

Der Wunsch die K.O.-Kriterien in einer Ausschreibung zu kennen, lässt auf eine gewisse Unsicherheit der Anbieter schließen. Die Anwenderseite möchte

diese nicht offen legen, da sie ein objektives Angebot der Anbieter erhalten möchte.

4 Europäische Flottenlösungen

Europäische Flottenlösungen im Fuhrparkmanagement sind durch

- zentrale Ansprechpartner auf europäischer Ebene,
- einheitlich für alle Länder verfügbare Full Service Dienstleistungen,
- einen Europäischen Rahmenvertrag und SLA unter Beachtung der
- nationalen AGBs,
- regelmäßige, landesübergreifende Reports für die Gesamtflotte,
- landesspezifische Beratung, die Konzepte für einzelne Länder integriert und
- eine auf Gesamtvolumen basierenden Preisgestaltung mit Angebotsmatrizen
- für die einzelnen Länder gekennzeichnet.

Für die Installation einer Europäischen Flottenlösung sind einige Voraussetzungen zu erfüllen. Auf Seiten der Anwender bedeutet dies, dass die nationalen Geschäftsbereiche die Umsetzung der gemeinsamen Ziele und Vereinbarungen uneingeschränkt unterstützen. Es müssen alle relevanten Informationen zur Erstellung von Angeboten und optimalen Fuhrparklösungen in den jeweiligen Ländern bereitgestellt werden.

Für die Anbieter europäischer Flottenlösungen gelten ebenfalls einige Anforderungen: Sie müssen über eine europäisch ausgerichtete Organisation und internationales Key Account Management verfügen. Das Unterhalten von eigenen Gesellschaften in den wichtigsten Standortländern ist für das Durchsetzen und Einhalten von Vereinbarungen auf der jeweiligen Landesebene unabdingbar. Die angebotenen Dienstleistungen und Leistungsstandards müssen einheitlich, die Konditionen transparent sein. Die Reports der Dienstleister müssen für das angebotene Länderspektrum einheitlich sein.

Die Vorteile einer solchen länderübergreifenden Lösung bestehen vor allem in der Auslagerung der Steuerung des kompletten europäischen Fuhrparks an den Leasinganbieter und der erhöhten Transpa-

renz durch vereinheitlichte Fuhrparkverordnungen und Lieferantenkonsolidierung, sowie der Verträge und Kosten. Unter Umständen können zudem Kosteneinsparungen durch Größenvorteile und das vereinheitlichte internationale Reporting realisiert werden.

Probleme bei der Umstellung auf einen Europäischen Fuhrpark stellen lokale Unterschiede dar. Diese oftmals mangelnde Einigkeit muss für die erfolgreiche Einführung einer europäischen Flottenlösung überwunden werden. Nachfolgend sind die häufigsten Probleme in den Bereichen Fahrzeugbeschaffung, Dienstleister und Lieferanten, Leasing sowie Besteuerung in einer Übersicht dargestellt.

Fahrzeugbeschaffung

- Listenpreise und Nachlässe (selbst bei internationalen Herstellerabkommen)
- Kulturelle Faktoren bei Fahrzeugauswahl und Ausstattung
- Länderspezifische Modelle
- Zulassung, Überführung, Auslieferung

Leasing

- Leasingformel
- Abschreibungsmodalitäten / Restwerte
- Full-Service-Bausteine (unterschiedliche Markt- und Kundenanforderungen)
- Operative Abwicklung bleibt vor Ort

Dienstleister und Lieferanten

- Werkstatt- und Reifenservicenetze mit landesspezifischer Preis- und Nachlasspolitik sowie Arbeits- und Teilekosten
- „Unvermeidliche“ lokale Anbieter (Kraftstoff, Versicherung)
- Nationale Geschäftsbedingungen (AGB)

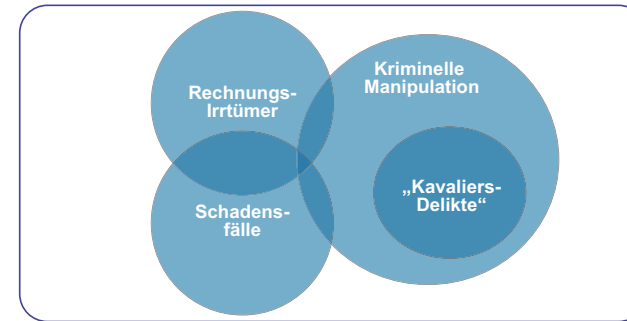
Besteuerung

- Steuern im Zusammenhang mit Kauf und Zulassung (z.B. Luxussteuern)
- Erstattung von Umsatzsteuern auf Leasingraten, Kraftstoff, Versicherung und Service
- Berechnung des geldwerten Vorteils / Absatzbarkeit

5 Schadensmanagement und Manipulation

In der Praxis ist Manipulation differenziert zu betrachten und kann wesentlich in vier Hauptkategorien unterschieden werden. Diese sind nicht überschneidungsfrei.

5.1 Typen der Manipulation



„Kavaliersdelikte“

- z.B. das Tanken von Premium Benzin, um die vierfache Punktzahl auf der Bonuskarte gutgeschrieben zu bekommen.
- Hier kann man oft mit einfachen Regeln oder über Systeme gegensteuern.
- So kann beim Benzinproblem die Premium Marke einfach über die Tankkarte ausgeschlossen werden.

Rechnungsirrtümer

- Diese treten durchaus in hinreichender Anzahl auf, um das Thema für das Flottenmanagement attraktiv zu machen
- Systeme und Kontrollprozesse können zu Einsparungen führen

Manipulation

- Manipulation wird in vielen Ausprägungen beobachtet
- Nutzer tanken in einigen Fällen für Privatwagen mit
 - Manche Nutzer generieren eine Vielzahl von Schadensfällen

- Versicherungen sorgen z.B. bei Verbundschäden am Stauende für Probleme
- Werkstätten und Leasinggeber wittern bei Schadensfällen zusätzliches Geschäft – auch hier ist enge Aufsicht wichtig.
- Rechnungsmanagement ist hier ein zentraler Lösungsansatz.

Kriminelle Manipulation

- Diese Kategorie macht einen durchaus signifikanten Anteil aus, der nicht vernachlässigt werden sollte.
- Konstantes Benzinabzweigen gehört genauso in diese Kategorie wie das Verursachen von Bagatellschäden mit Unfallflucht
- Hier ist klare Kontrolle und harte Vorgehen gefragt. Für den zweiten Fall ist aber explizites und klares Commitment der Unternehmensleitung nötig.

Art der Manipulation	Gegenmaßnahmen
Premium Benzin tanken	Warengruppen und Dienstleistungen können über ein spezielles Codierungssystem bei fast allen Tankkartengesellschaften selektiv ein- oder ausgeschlossen werden. Im Einzelfalle einfach die entsprechende Tankkartengesellschaft fragen. Einfache Regeln oder Systeme (Tankkarten)
Mittanken für Privatwagen	Bei Kleinmengen quasi nicht zu tracken. ABER: Täter werden irgendwann gierig und fallen auf. Auch dann: schwer zu beweisen
Vielzahl von Schadensfällen (Verbundschäden am Stauende)	Schadenarten (Front-/Heck-/Seiten/Glasbruch etc.) analysieren und Gegenmaßnahmen einleiten. Ggf. gezieltes Fahrsicherheitstraining anstoßen, Art des Fahrzeugs, Motorisierung und Getriebeart dem gewollten Fahrstil über car-policy anpassen. Bonus-/Malussystem einführen (Beteiligung des Fahrers am Unfallgeschehen.) Kontrolle, wer Unfallgegner? (gleicher Nachname, etc.)
Manipulation von Werkstätten bei Inspektionen und Reparaturen	Rechnungen durch einen Fachmann auf sach- und inhaltliche Richtigkeit prüfen lassen (Kfz-Fachmann, TÜV, Dekra, GTÜ u.ä.). Controlling und Monitoring durch Rechnungserfassung nach Kostenarten und Verfolgung des Lebenslaufes (Garantie/Kulanz etc.). Rahmenabkommen mit ständig wiederkehrenden Werkstätten verhandeln und abschließen (Rabatte Boni, Sonderkonditionen, Hol-/Bringservice etc.) „zero tolerance“-Prinzip. Auffällige Werkstätten eine zeitlang ständig prüfen und alle Auffälligkeiten rigoros reklamieren. Regelmäßige Kontrolle und unabhängige Gutachten
Rechnungsirrtümer / Mehrfachabrechnung	Rechnungsmanagement; Kontrollprozesse und Systeme (zero tolerance)
Kriminelle Manipulation Beispiele:	Korruption, Bereicherung durch beteiligte Dienstleister: Druck auf Lieferhändler für private Belange (Konditionen für eigenes Fahrzeug, Zuwendungen, Vergünstigungen bei Anschaffungen. Gleiches gilt für alle anderen Lieferanten, die für den DW Leistungen erbringen (Reifen, Tankstellen, Werkstätten etc. Versuch des „preiswerten“ Kaufes des Fahrzeugs am Vertragsende mit Mehrerlöschance bei Weiterverkauf u.ä. Kontrolle und hartes Vorgehen bei Aufdecken → Commitment Vorstand

Aufweichen des Nutzerverhaltens	Ankündigung und Durchführung von entsprechenden Kontrollen: Entsprechende Formulierungen in car-policy und Überlassungsvereinbarung. Ermittlung und Meldung des erfassten Durchschnittsverbrauchs. Prüfung und Reklamation von Dienstleisterrechnungen an den Fahrer: Wozu 10 Liter Mitnahmeöl? Wozu dieses oder jenes Fahrzeugzubehör und/oder Pflegemittel? Warum Alufelgen für Winterbereifung? Prüfung der Vollständigkeit der Fahrzeugausstattungen und Sonderanschaffungen bei Fahrzeugrückgabe: z.B. Velourmatten, Gummimatten, Laderaummatten und Abdeckungen, Winter/Sommerreifen, Radabdeckungen, Dachträgersysteme, Bordmappen, Warnwesten, Sicherheitszubehör, welches in ein Folgefahrzeug übernommen werden kann, sonstige Anbau- und Zubehörteile, die durch den Arbeitgeber angeschafft wurden, etc.
Überzogenes Instandsetzungsvolumen mit/ohne Beteiligung des Fahrers (z.B. Glasschäden für die Ehefrau)...	...aufwendiges Controlling
Kauf von Tankstellenartikel für den Privatwagen z.B. Öle, Wischer, Frostschutz, Batterien	...kein/geringes Entdeckungsrisiko
Delikthafte Verhalten im Straßenverkehr (bis hin zur Fahrerflucht)	...ggf. rufschädigend
Überzogene Fahrzeugnutzung (z.B. Dritte fahren Fahrzeug)	...von Car-Policy abhängig
Nichtpfleglicher Umgang	...bei gestreuten Fuhrparks erst am Ende des Nutzungszeitraums erkennbar
Einbau von Billigersatzteilen zu Originalersatzteilpreisen	...aufwendige Kontrolle

5.2 Umgang mit Manipulation

- Die richtigen Signale zu senden und dadurch einen „erziehenden“ Einfluss auf die Fahrer auszuüben wurde als sehr hilfreich erachtet. Durch wenige hinterfragte Fälle lässt sich oft eine größere Anzahl an Unstimmigkeiten verhindern.
- Als Werkzeug können z.B. „Zero Tolerance Wochen“ dienen: In bestimmten Zeiträumen wird jeder Verstoß verfolgt, egal wie klein. So setzt sich in der Nutzerbasis das Wissen durch, dass auch kleine Verstöße keine Kavaliärsdelikte sind.

Auch die **Rolle der Versicherer** wird kritisch gesehen. Die Versicherer reagieren nach simplen, teils „dummen“ Regeln:

- Bei einem Schadensfall von unter 1.000€ wird zumeist blind erstattet.
- Bei Fällen über 1.000€ wird zumeist geprüft und auch minimale Unstimmigkeiten werden reklamiert. Dies kann zu unverhältnismäßigen Kosten bei nur geringen Überschneidungen der 1.000€ Grenze führen.

6 Nachhaltigkeit und Umwelt

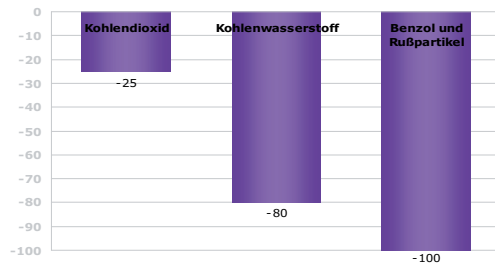
6.1 Herkömmliche und alternative Kraftstoffe

- Der Anteil der Kraftstoffkosten an den Gesamtkosten eines Fahrzeuges beträgt rund 30 Prozent
- Trotz kurzfristig nachgebender Rohöl- und Benzinpreise ist langfristig mit einem hohen Preisniveau zu rechnen
- Ende dieses Jahrzehnts wird das Maximum der Ölfördermenge erreicht
- Hybridantriebe bieten nur bedingt Einspareffekte
- Hohe Anschaffungskosten machen Flottenbetrieb unattraktiv
- Vorteile von Erdgas:
 - Höhere Klopfestigkeit im Vergleich zu Benzin und Diesel

- Niedrigerer Preis durch garantierte Steuerbegünstigung bis 2020
- Umgehen von Fahrverboten (hauptsächlich ein Dieselproblem)
- Wesentlich geringere CO₂-Emissionen
- Bedeutung von Erdgas wächst dagegen kontinuierlich:
 - Bivalente Motoren können sowohl mit Erdgas als auch mit Benzin betrieben werden. Die zusätzliche Benzinreserve erhöht die Reichweite
 - Umschaltung von Erdgas auf Benzinbetrieb erfolgt automatisch
 - Monovalente Motoren sind auf Verbrennung von Erdgas optimiert

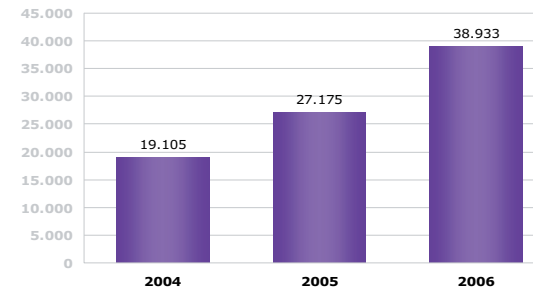
Erdgas – Emissionen

- Reduzierung der Emissionen bei der Verbrennung von Erdgas im Vergleich zu konventionellem Otto-Kraftstoff in Prozent:



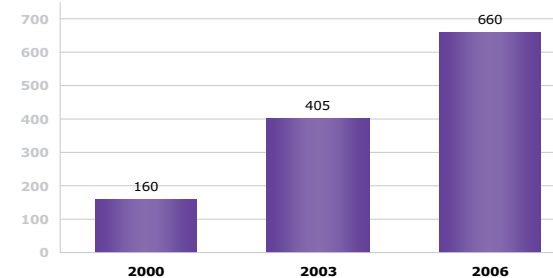
Erdgas – Marktentwicklung (I)

- Erdgas-Fahrzeuge in Deutschland:



Erdgas – Marktentwicklung (II)

- Erdgas-Tankstellen in Deutschland:



6.2 Probleme bei alternativen Antrieben

- Hybride im Außendienst schwierig: Distanzen vor allem im Langstreckenbereich, wo Hybride nur eine kleine Verbesserung bringen (Optimum: Stadtverkehr)
- Abrechnung von Gas über Tankkarten noch schwierig
- Förderung noch unklar; zu geringe Planungssicherheit
- Amortisation (alles Schätzwerte): Diesel muss 35.000 km im Jahr fahren, damit er Benziner schlägt, Gasantrieb 50.000 km
- Tankstellenpreise für Gas liegen zwischen 65-68ct (Sind jedoch an Ölpreise gebunden, d.h. mit steigenden Benzinpreisen sinkt der prozentuale Kostenvorteil von Gasantrieben)
- Nutzfahrzeuge mit Gas rechnen sich kaum: Wartung, Reparatur und Verschleiß sind ca. doppelt so teuer wie Benziner
- Restwerte von Gasfahrzeugen sind schlecht.
- Langfristig entscheiden Ölpreis und Gesetzeslage über die optimale Antriebsform
- Politik auf Deutschland- und Europaebene fehlt als Impulsgeber, um neue Antriebsformen zu pushen: Grenzwerte müssen auf einen Zeithorizont von mehreren Jahren im Voraus bekannt gegeben werden
- Kernthema: „Mobilitätssicherung und Mobilitätsgarantie“
- Planungssicherheit muss hergestellt werden, damit nicht irgendwann die Situation eintritt, dass ein Teil der Unternehmensflotte aufgrund umweltpolitischer Regelungen lahm gelegt ist.
- Folgende Frage ist von zentraler Bedeutung: Wer macht welche Grenzwerte?

6.3 Aktuelle Einschätzungen zum Thema Umwelt aus der Praxis

Umwelt und CO₂ waren zwar zentrale Themen der IAA 2007, alle Lösungen wurden aber als halbherzig wahrgenommen:

- Zwar bietet jeder Hersteller mindestens ein „Umweltmodell“ an, der Durchbruch lässt aber auf sich warten.

- Konzeptionell ist der Umweltschutz vor allem in den Fokus des Marketings gerückt, wirklich konzeptionelle Neuentwicklungen waren nicht zu beobachten.
- Die Forschungs- und Entwicklungsabteilungen scheinen momentan eher damit beschäftigt, dem Auto „noch 15 Sensoren mehr zu geben“ anstatt den Verbrauch merklich zu beeinflussen.

- Alle „Messwerte“ sind Laborwerte, die aus teils realitätsfremden Annahmen beruhen.

- Hybridantriebe werden als eine der am meisten überschätzten Technologien gesehen. Das Zusatzgewicht der Batterien sorgt ab einer gewissen Streckenlänge und Streckenart für einen merklichen Mehrverbrauch. „Wirklich umweltfreundlich ist der Hybrid nur im Labor und in der Stadt.“

- Zusätzlich wird die aktuelle Diskussion, die CO₂ in den Mittelpunkt rückt, auch kritisch gesehen. Ob in Zukunft Stickoxide (NO_x) und Feinstaub auch eine Rolle spielen ist noch unklar.

Darüber hinaus wird die aktuelle CO₂-Debatte als wenig rationales und vor allem politisches Thema angesehen.

- CO₂, das Personen-Kfz ausstoßen, ist sehr vernachlässigbar im Vergleich zu anderen „Klimakillern“ wie Nutzfahrzeugen, Flugverkehr und Methan (Nutztiere).

- Aber da das Thema mittlerweile auf das Image des Unternehmens und vorstandsnahe PR-Themen wie „Corporate Social Responsibility“ abstrahlt, wird es trotzdem in den kommenden Monaten merklich an Bedeutung gewinnen.

- Auch von der Politik in Berlin wird nicht viel Planbarkeit erwartet: Welche Regelungen letztlich kommen ist noch unklar.
- Vor allem für Nutzfahrzeugflotten könnte eine arbiträre politische Regelung sehr kritisch sein.

- Es wird vermutet, dass keine Kommunikation zwischen Umwelt- und Wirtschaftspolitikern erfolgt.
- Wenig konkrete Regelungen in Planung – nur relativ regelmäßig ideologische Vorstöße von den Gründern, die kaum Realitätsbezug haben.

- Noch dazu existiert eben das Problem, dass die Kfz der Unternehmensführung ausgesprochen hohe Verbrauchswerte haben. Diese fallen zwar aufgrund der geringen Anzahl kaum ins Gewicht, aber eine Obergrenze für Verbrauch oder CO₂ ist allein deshalb schwierig. Der Trend geht deshalb eher in Richtung eines Mittelwerts.

7 Best-practice: Fuhrparkmanagement und SAP

Praxisinformationen und ein Erfahrungsbericht zur Umstellung des Fuhrparksystems von Access auf SAP sind nach Rückfrage bei Peter Stamm, Boehringer Ingelheim,
Tel.: +49 (0)6132 77-2139,
Email: stamm@ing.boehringer-ingelheim.com,
erhältlich.

8 Anhang: Ausschreibungsstandard

Grundgerüst	Anforderung	Parameter eingehalten	
1. Allgemeine Informationen zur ausgeschriebenen Flotte		ja	nein
Formulierung von Grund, Ziel und Umfang der Ausschreibung	Wie setzt sich der Fuhrpark heute zahlenmäßig zusammen?		
- z.B. Pool-Fahrzeuge, personengebundene Fahrzeuge, Gehaltsumwandlungsmodelle, Entscheidung über Abrechnungsmethode: offen versus geschlossen, Prüfung bestehender und bindender Rahmenverträge	- PKW/Transporter/LKW/Anhänger/Sonstige (Wichtig ist vor allem die Anzahl der Fahrzeugtypen, die ausgeschrieben werden sollen)		
- u.a Erzielung von Mengeneffekten und Kostenvorteilen	Wie ist der Fuhrpark heute finanziert?		
- Optimierung von Prozessabläufen	- Kauf / Finanz-Leasing / Full-Service-Leasing		
	Werden die Fahrzeuge heute in Eigenverwaltung oder durch eine externe Fuhrparkverwaltung betreut?		
	Welche Dienstleistungen erbringt der aktuelle externe Fuhrparkverwalter?		
	- Finanzierung / Wartung u. Reparatur / Reifenservice / Kfz-Steuer / GEZ / Kraftstoffabrechnung / Versicherung u. Schadenmanagement / Reporting / weitere Dienstleistungen (Fahrzeugbeschaffung, Nutzerberatung oder Fahrzeugvermarktung)		
	(Sofern man diese auch künftig wünscht, muss der Leistungsumfang bei den Leasinggesellschaften angefragt werden. Mehr dazu unter "Services")		
	Gibt es mit den heutigen Leasinggesellschaften/externen Fuhrparkverwaltern einen Rahmenvertrag?		
	(Wichtige Inhalte sollten in der Ausschreibung vorgegeben werden. Nur so kann ein fairer Wettbewerbsvergleich der Leasingraten erfolgen. Mehr dazu in den folgenden Punkten)		
	Wie viele Fahrzeug-Leasingverträge werden aufgrund von Neu- oder Ersatzbeschaffungen voraussichtlich abgeschlossen?		
	(Betrifft nur die Fahrzeuge, die ausgeschrieben werden, damit die Leasinggesellschaften das Volumen abschätzen können)		
	in 2008 x PKW x Transporter		
	in 2009 x PKW x Transporter		

Fuhrparkgröße, Fuhrparkzusammensetzung, Gewichtung der Modelle

- z.B. Herstellermatrix, Pflichtausstattung laut Car Policy, Großkundenabkommen, Fuhrparkentwicklung

Welche Fahrzeuge sollen ausgeschrieben werden?
 (Diese werden mit detaillierten Angaben zum Fahrzeugtyp und Motorisierung in die Ausschreibungsmatrix aufgenommen, ggf. mit Angabe der Schwackecodes)

Gibt es für die Fahrzeuge, die ausgeschrieben werden, eine vom Unternehmen vorgeschriebene Pflichtausstattung (innen/außen)?
 (Wenn ja, dann wird diese als Info für die Leasinggesellschaften in die Ausschreibungsmatrix aufgenommen! Eine solide Grundausstattung der Fahrzeuge beeinflusst die Restwerteinschätzungen der Leasinggeber! Sollten sämtliche Fahrzeuge ausschl. mit einer einheitlichen Außenfarbe bestellt werden, dann muss dieses den Leasinggesellschaften mitgeteilt werden!)

Gibt es Großkunden-Rahmenabkommen über Nachlässe?
 (Zur Angebotskalkulation sollten diese Nachlässe vorgegeben werden, damit alle Leasinggesellschaften auf gleicher Basis kalkulieren, da die Angebote sonst nicht vergleichbar sind. Alternativ können alle Leasinggesellschaften Angebote mit eigenen Händlern/Nachlässen abgeben)

Gibt es feste Händlerverbindungen? Darf von diesen gegebenenfalls abgewichen werden?
 (Diese sollten den Leasinggesellschaften vorgegeben werden. Alternativ können diese auch mit eigenen Händlern Angebote unterbreiten)

Laufzeit und Laufleistungsanforderung
Festlegung des Zeitrahmens der Ausschreibung
Einholung eines klaren Mandates zur Durchführung der Ausschreibung und der Implementierung der Ergebnisse - z.B. Entscheidung über Beauftragung eines externen Beraters
Abfrage unternehmenspolitischer Präferenzen - z.B. Berücksichtigung von Gegengeschäftsverbindungen und Wettbewerbssituation - herstellerunabhängige bzw. bankenunabhängige Leasinggesellschaft

Gibt es aktuelle Vereinbarungen mit Händlern/ Leasinggesellschaften über die Nebenkosten der Anschaffung und Rückholung der Fahrzeuge? (Zur abschließenden Einschätzung, ob die Angebote mit den vorgegebenen Nachlässen/Händlern vom Unternehmen, oder ob die Angebote mit den Nachlässen/Händlern der Leasinggesellschaften attraktiver sind, müssen auch die Nebenkosten berücksichtigt werden) Nebenkosten Anschaffung Fahrzeugaufbereitung (z.B. Anbringung Firmenbeschriftungen) bundesweite Auslieferung zum Mitarbeiter Überführungskosten vom Werk bis zum Händler Zulassung Kosten Fahrzeugrückgabe bundesweite Rückholung vom Mitarbeiter Fahrzeugaufbereitung (z.B. Entfernung von Firmenbeschriftungen)
Gibt es feste Laufzeiten-/Laufleistungskombinationen, die bislang abgeschlossen wurden? (z.B. nie länger als 48 Monate und 150.000 Km)
Wie hoch sind die tatsächlichen Fahrleistungen pro Jahr der auszuschreibenden Fahrzeuge? (Wichtig für die Überlegung, welche Laufzeit-/Laufleistungskombinationen sinnvoll sind)
Welche Bindefrist sollen die Angebote haben? (Bindefrist ist der Zeitraum, in dem die Angebote für alle bestellten Fahrzeuge Gültigkeit haben)
Gelten die Konditionen auch für Fahrzeuge, die während der Bindefrist bestellt, aber erst nach Ablauf ausgeliefert werden? (analog 4 monatiger Preisbindungsfrist des Herstellers)

Anforderungen an die Lieferanten
Unternehmensporträt Vorschlag Anbieterseite - Referenzen, Kennzahlen, Mitarbeiter
Leistungsumfang der Leasingverträge

Welche Vertragsarten werden ausgeschrieben? (Wir gehen bei den folgenden Fragen vorerst von Kilometerverträgen aus, da diese für Großkunden üblich sind) - Vertrag mit Mehr-/Minderkilometerabrechnung (Kilometervertrag) - Vertrag mit Mehr-/Mindererlösbeteiligung (Restwertvertrag)
Wie definiert die Leasinggesellschaft offene bzw. geschlossenen Abrechnungen? (Unterscheidung bei Finanzierung und Service)
Was soll ausgeschrieben werden? (Finanz-Leasing, Full-Service-Leasing, Fuhrparkmanagement)
Sollen Wartung/Reparaturen offen oder geschlossen ausgeschrieben werden? (Sofern separate Administration-Fees von den Leasinggesellschaften verlangt werden, müssen diese in der Angebotsmatrix offen gelegt werden)
Welche Leistungen umfasst das Servicemodul? (Das Servicemodul sollte alle nach dem Kundendienstcheckheft vorgeschriebenen Wartungsarbeiten einschl. der dazu erforderlichen Löhne/Materialien enthalten. Enthalten ist auch die Beseitigung verschleißbedingter Schäden (außer an Aufbauten, Sonderzubehör, Sonderausstattungen, etc.)
Welche Leistungen sind nicht enthalten und werden als Weiterbelastungen an den Leasingnehmer berechnet? (z.B. Nachfüllöle zwischen den Inspektionen, Wagenpflege, Ersatz von Scheibenwischern, etc.)
Gibt es heute Vereinbarungen, die darüber hinausgehen, z.B. kostenloser Werkstattersatzwagen, Nachfüllöle zwischen den Wartungsintervallen enthalten, etc.?
Sofern Weiterbelastungen vom Leasinggeber bearbeitet werden, fallen dafür Bearbeitungsgebühren an? (z.B. EUR 15,00 oder prozentual)

Defintionen:

	<p>Wenn Werkstattaufenthalte auch mal im Ausland notwendig sind, werden die Kosten vom Leasinggeber in voller Höhe übernommen? (Üblich ist, dass nur die Kosten übernommen werden, die für die Reparatur in Deutschland angefallen wären)</p> <p>Ab welcher Reparaturkostenhöhe muss der Leasingnehmer eine Zustimmung des Leasinggebers einholen, bevor die Reparatur in Auftrag gegeben werden darf? (Wichtig für Handling in der Praxis, dieser Punkt sollte auch auf den Service-Schecks der Leasinggesellschaft ausgewiesen sein)</p> <p>Sollen Reifen offen oder geschlossen ausgeschrieben werden? (Sofern separate Administration-Fees von den Leasinggesellschaften verlangt werden, müssen diese in der Angebotsmatrix offen gelegt werden)</p> <p>Welchen Umfang soll der Reifenservice/-ersatz haben? (Hier müssen genaue Vorgaben gemacht werden, da sonst jede Leasinggesellschaft anders kalkuliert, die Anzahl der Reifen dann häufig nicht ausreichen und die Angebote nicht vergleichbar sind. Die Leasinggesellschaften orientieren sich i.d.R. an den von den Herstellern gemachten Vorgaben zur Standardbereifung. Winterreifen werden i.d.R. mit Stahlfelgen kalkuliert.)</p> <p>Bsp. Sommer-Reifenersatz limitierter Ersatz = Anzahl Sommerreifen unlimitierter Ersatz</p> <p>Winter-Reifenersatz mit Alu oder Stahl-Felgen/Radzierdeckel = Anzahl Winterreifen</p> <p>Reifeneinlagerung/Montage/Wucht- und sonstige Nebenkosten Vorgabe von Reifenherstellern?</p> <p>Wann darf der Reifenersatz vorgenommen werden? (Wechsel Sommer auf Winter und wenn die gesetzl. Mindestprofiltiefe unterschritten wird.)</p> <p>Müssen Winterreifen am Leasingende an den Leasinggeber zurückgegeben werden? (Kommt vor, muss dann in der Praxis beachtet werden)</p>
--	---

	<p>Wenn Werkstattaufenthalte auch mal im Ausland notwendig sind, werden die Kosten vom Leasinggeber in voller Höhe übernommen? (Üblich ist, dass nur die Kosten übernommen werden, die für die Reparatur in Deutschland angefallen wären)</p> <p>Ab welcher Reparaturkostenhöhe muss der Leasingnehmer eine Zustimmung des Leasinggebers einholen, bevor die Reparatur in Auftrag gegeben werden darf? (Wichtig für Handling in der Praxis, dieser Punkt sollte auch auf den Service-Schecks der Leasinggesellschaft ausgewiesen sein)</p> <p>Sollen Reifen offen oder geschlossen ausgeschrieben werden? (Sofern separate Administration-Fees von den Leasinggesellschaften verlangt werden, müssen diese in der Angebotsmatrix offen gelegt werden)</p> <p>Welchen Umfang soll der Reifenservice/-ersatz haben? (Hier müssen genaue Vorgaben gemacht werden, da sonst jede Leasinggesellschaft anders kalkuliert, die Anzahl der Reifen dann häufig nicht ausreichen und die Angebote nicht vergleichbar sind. Die Leasinggesellschaften orientieren sich i.d.R. an den von den Herstellern gemachten Vorgaben zur Standardbereifung. Winterreifen werden i.d.R. mit Stahlfelgen kalkuliert.)</p> <p>Bsp. Sommer-Reifenersatz limitierter Ersatz = Anzahl Sommerreifen unlimitierter Ersatz</p> <p>Winter-Reifenersatz mit Alu oder Stahl-Felgen/Radzierdeckel = Anzahl Winterreifen</p> <p>Reifeneinlagerung/Montage/Wucht- und sonstige Nebenkosten Vorgabe von Reifenherstellern?</p> <p>Wann darf der Reifenersatz vorgenommen werden? (Wechsel Sommer auf Winter und wenn die gesetzl. Mindestprofiltiefe unterschritten wird.)</p> <p>Müssen Winterreifen am Leasingende an den Leasinggeber zurückgegeben werden? (Kommt vor, muss dann in der Praxis beachtet werden)</p>
--	---

--

<p>Wird die Vertragsanpassung (z.B. bei Km-Ausreißern) rückwirkend auf Basis der Angebotsmatrix zum Zeitpunkt der Bestellung vorgenommen? (Sofern die Leasinggesellschaften Verträge bei Anpassungen mit aktuellen Restwerten kalkulieren, kann dies teuer werden)</p>
<p>Erfolgt eine Vertragsanpassung ohne Berechnung von Bearbeitungsgebühren?</p>
<p>Kann die Vertragsanpassung bis zum Vertragsende vorgenommen werden? (Häufig werden zur Laufzeitmitte die Vertragsdaten geprüft, evtl. angepasst. Sollte dies verpasst werden, könnte das Unternehmen zur Vermeidung hoher Mehr-Km Nachzahlungen bis zum Vertragsende anpassen lassen, was häufig günstiger ist)</p>
<p>Ist eine einvernehmliche Verlängerung des Vertrages bei Weiterzahlung der bisherigen Leasingraten bis zu 6 Monaten möglich? (Dies ist wichtig zur Überbrückung von Lieferverzögerungen. Ein Mietfahrzeug wäre als Interimslösung i.d.R. teurer)</p>
<p>Wird nach der Vertragsverlängerung zur Endabrechnung der Mehr-/Minder-Kilometer die ursprüngliche Gesamtleistung um 1/360 der jährlichen Soll-Leistung zur Errechnung der Mehr-/Minder-Km erhöht? (Wichtig, denn wenn keine Anpassung erfolgt, fallen Mehr-Km, die durch die längere Nutzung zwangsläufig entstehen, viel zu hoch aus)</p>
<p>In welchen Fällen kann das Unternehmen eine vorzeitige Vertragsauflösung wünschen? (Leasingvertrag eigentlich unkündbar. Auflösung bei Totalschäden/Diebstahl und auch auf Wunsch des Leasingnehmers üblich)</p>
<p>Wie kann der Vertrag vorzeitig gekündigt werden? (Bsp. Totalschäden bis zu 3 Wochen nach Kenntnis des Sachverhaltes zum Monatsende, auf Wunsch allerdings frühestens nach 12 Monaten oder 50% Vertragslaufzeit)</p>

Einkauf der Fahrzeuge
Versicherung und Schadensabwicklung

<p>Welche Kosten fallen bei einer vorzeitigen Vertragsauflösung an? Detaillierte Berechnungsmethodik erfragen! (Das Rechenprozedere zur Ermittlung des Ablösewertes ist zwar bei allen Leasinggesellschaften ähnlich, aber versteckte Kosten, wie Bearbeitungsgebühren können diesen nachteilig erhöhen)</p> <p>Bsp. Ablösewert = Summe der offenen Leasingraten + kalkulierter Restwert abgezinst auf den Zeitpunkt der Vertragsauflösung zzgl. Vermarktungskosten/Bearbeitungsgebühren abzgl. Vermarktungserlös/Gebrauchtwagenschätzung</p> <p>Wie werden bei einer vorgezogenen Auflösung die Service-Komponenten abgerechnet? Die Leasinggesellschaften bieten verschiedene Methoden an.</p> <p>Gibt es aktuelle Vereinbarungen, dass Leasingnehmer ein bestimmtes Kontingent von vorz. Auflösungen kostenfrei zurückgeben kann?</p> <p>Kann der Leasingnehmer einen Dritten als Käufer des Fahrzeuges benennen, damit der Ablösewert in diesen Fällen reduziert werden kann?</p>
<p>Soll der Leasinggeber/Fuhrparkmanager die Versicherungseindeckung und das Schadenmanagement übernehmen? (Sofern separate Administration-Fees von den Leasinggesellschaften verlangt werden, müssen diese in der Angebotsmatrix offen gelegt werden)</p> <p>Sofern der Leasingnehmer dies in Eigenregie durch eine interne Fachabteilung oder einen Dritten (z.B Makler, Fuhrparkmanager) durchführen lässt, ist der Leasinggeber damit einverstanden? (Einige Leasinggeber behalten sich vor, für die Leasingfahrzeuge auch das Schadenmanagement durchzuführen)</p> <p>Ab welcher Schadenhöhe muss die Leasinggesellschaft informiert bzw. muss eine Reparaturfreigabe eingeholt werden? (hier werden feste EUR Grenzen definiert, um zu verhindern, dass wirtschaftl. Totalschäden repariert werden)</p>

Rückgabe und Rückholung der Fahrzeuge

<p>Dürfen Unfallreparaturen durch den Leasinggeber in Notfällen auch in Nicht-Herstellerwerkstätten durchgeführt werden? (Dies sollte erlaubt sein, denn nicht immer ist einer Hersteller-Werkstatt direkt vor Ort zu finden!)</p>
<p>Verlangt der Leasinggeber eine merkantile Wertminderung bei selbstverschuldeten Unfällen (Kasko)? (meist 10% vom Reparaturbetrag, da unterstellt wird, dass sich der kalkulierte Restwert durch den Unfall verschlechtert hat)</p>
<p>Wünscht der Leasingnehmer für die Fahrzeuge eine GAP Versicherung? Wenn ja, was kostet dies? (Diese deckt die Differenz zwischen den offenen Forderungen des Leasinggebers und der häufig niedrigeren Versicherungsleistung ab)</p>
<p>Kann der Leasinggeber ein Benchmark der Versicherungsprämie durchführen?</p>
<p>Wo werden die Fahrzeuge von den Mitarbeitern zurückzugeben bzw. ausgetauscht? (z.B. liefernder Händler, Sitz der Leasinggesellschaft, Firmensitz Unternehmen).</p>
<p>Welche Kosten für die Rückholung des Fahrzeuges verlangt die Leasinggesellschaft? (Es ist zu beachten, dass die meisten Leasinggesellschaften Rückholkosten für die Fahrzeuge zum Sitz der Leasinggesellschaft oder zu einem Vermarktungsplatz verlangen. Diese fallen auch an, wenn das Fahrzeug beim ausliefernden Händler zurückgegeben wird.)</p>
<p>Wird bei Rückgabe ein unabhängiges Sachverständigengutachten (TÜV, DEKRA, SGS) oder ein einfaches Rücknahmeprotokoll (z.B durch den Beauftragen der Leasinggesellschaft, Händler) erstellt? (Die Begutachtung und Festlegung von Minderwerten, d.h. Schäden, die nicht dem Alter und der Laufleistung des Fahrzeuges entsprechen ist ein wichtiger Kostenfaktor im Rahmen der Endabrechnung. Die Kosten sollte der Leasinggeber tragen)</p>
<p>Welche Kosten fallen für das unabhängige Sachverständigengutachten an? (Das erste Rücknahmeprotokoll sollte kostenlos sein)</p>
<p>Wann endet der Leasingvertrag? (wichtig, damit die Leasingratenzahlung pünktlich eingestellt wird. Üblich ist Tag der Rückgabe)</p>

--

Gibt es einen Katalog mit der Definition von Rückgabeschäden?
(Wichtig, damit die bei der Rückgabe festgestellten Mängel am Fahrzeug, die der Leasinggeber akzeptieren bzw. nicht akzeptieren muss genau nachvollzogen werden können. Üblich ist mittlerweile ein Katalog mit Bildern, die die Mängel besser darstellen)

Wird bei der Bewertung der Rückgabeschäden die Zeitwert/Minderwertmethode bzw. die "faire Fahrzeugbewertung" angewandt?
(Wichtig ist, dass die Kosten für Mängel an einem Fahrzeug, nicht wie bei einem Neufahrzeug bzw. als komplette Reparatur, z.B. Austausch einer Seitentür bei Kratzern, vom Leasinggeber definiert werden. Zwar mindern Kratzer, etc. den Restwert des Fahrzeuges, dennoch ist i.d.R. eine komplette Reparatur nicht notwendig.) Der Leasingnehmer sollte auf die "Faire Fahrzeugbewertung" bestehen.

Wer trägt die Kosten für ein Gegengutachten, sofern keine Einigung über den Minderwert erzielt werden kann?
(Üblich ist eine Kostenteilung)

Gibt es eine Freigrenze (z.B. EUR 50,00) für Bagatellschäden für die keine Minderwerte berechnet werden?

Wie erfolgt die Berechnung/Vergütung von Mehr-/Minder-Kilometern?
(Beim Full-Service-Leasing teilt sich dieser Satz in Finanz- und Servicepart. Beim Finanzpart ist ein prozentualer Satz vom Anschaffungspreis, z.B. 0,00025 üblich. Der Servicepart richtet sich nach dem Umfang der vereinbarten Servicemodule)

Wird der Berechnungssatz einheitlich für Mehr-/Minder-Kilometer angesetzt? Gilt dies für alle Vertragsarten?

Erfolgt die Abrechnung je 1km oder je angefangene 1.000km?

Welche Freigrenze wird bei der Berechnung/Vergütung von Mehr-/Minder-Kilometern in Abzug gebracht?
(Üblich sind mind. 2.500km)

--	--

Nachlässe / liefernde Händler / Aktionsprämien der Hersteller

Zur Kalkulation berücksichtigen Sie bitte ausschließlich die vom Leasingnehmer vorgegebenen **Großabnehmer**rabatte.

Die Fahrzeuge werden bei den vom Leasingnehmer **vorgegebenen Händlern** beschafft (siehe Mappe "Händler").

Sofern Sie über **eigene Händlerverbindungen** bessere Angebote unterbreiten können, tragen Sie diese bitte in eine gesonderte Ausschreibungsmatrix ein. Kopieren Sie hierzu die Mappe "Ausschreibungsmatrix" und geben Sie neben Ihren Leasingangeboten auch die Nebenkosten der Anschaffung (z.B. Fracht, Überführung, etc.), die bei Ihren Händlern entstehen an. Befristet gültige **Aktionsprämien** der Hersteller kalkulieren Sie bitte nicht mit ein. Diese werden erst bei Bestellung/Vertragsabschluss berücksichtigt, indem die Leasingrate neu kalkuliert wird oder die Aktionsprämie direkt ausgeschüttet wird.

Ihre Angebote tragen Sie bitte in die Angebotsmatrix (siehe Mappe "**Ausschreibungsmatrix**") ein. Sollten Sie separate Management und/oder Administration Fees berechnen, dann weisen Sie hier unbedingt darauf hin.

Fahrzeugausstattung/-außenfarbe/Dieselpartikelfilter

Alle Fahrzeuge werden, sofern vom Hersteller erhältlich mit einem Dieselpartikelfilter ausgestattet. Es sollte keine einheitliche Lackierung wie z.B. weiße oder rote Außenfarbe gewählt werden, sonst gibt es keine Vorgaben zur Fahrzeugaußenfarbe. Bitte geben Sie bei der Anfrage auch die Getriebeart an, da z.B. Oberklassenfahrzeuge oftmals mit Automatikgetriebe besser zu vermarkten sind.

Weitere Hinweise zur Standard-Fahrzeugausstattung/-außenfarbe entnehmen Sie bitte der Mappe „Fahrzeugausstattung“. Diese dienen zur Orientierung und können in der Praxis selbstverständlich abweichen.

--

Fahrzeugausstattungslinien
 Bitte geben Sie bei Ihrer Anfrage die genauen Ausstattungslinien der von Ihnen angefragten Fahrzeugmodelle (z.B. Mercedes Classic, Elegance oder VW Trendline, Comfortline, etc.) an.

Auslieferung / Rückholung
 Wer liefert die Fahrzeuge zu welchen Kosten bundesweit aus? Wie hoch sind die Rücknahmekosten?

Versicherung/Schadenhandling
Schadenhandling
 Der Leasingnehmer behält sich vor, Versicherungsschäden in Eigenregie bzw. über einen Dritten mit den Versicherern abzuwickeln und abzurechnen. Schäden können auch noch zum Vertragsende abgerechnet werden. Die Leasinggesellschaft wird über Schäden am Fahrzeug spätestens bei Fahrzeugrückgabe umfassend informiert.

Vertragsanpassungen
Vertragsanpassungen
 Der Leasingnehmer bemüht sich, die Fahrleistungen bei Vertragsabschluss des Einzel-Leasingvertrages möglichst genau einzuschätzen. Sofern die tatsächliche Fahrleistung während der Vertragsdauer von der vereinbarten Fahrleistung abweicht, kann der Leasingnehmer bis zum Vertragsende die rückwirkende Umstellung des Einzel-Leasingvertrages verlangen. Grundlage für die Umstellung sind die zum Zeitpunkt des ursprünglichen Vertragsbeginns gültigen Kalkulationsparameter.
 Die vertragliche Umstellung ist für den Leasingnehmer nicht mit zusätzlichen Bearbeitungsgebühren verbunden .

Stillschweigende Vertragsverlängerung
 Der Leasingnehmer hat die Möglichkeit, Fahrzeuge bis zu 6 Monate nach Vertragsende weiter zu nutzen. Im Gegenzug zahlt der Leasingnehmer die vereinbarten Leasingraten weiter.
 Zur Abrechnung der Mehr-/Minder-Kilometer wird die ursprünglich vereinbarte Gesamtkilometerleistung linear im Verhältnis zur tatsächlichen Vertragsdauer hochgerechnet.

--	--

--

--	--

	<p>Technik-Service geschlossene Abrechnung Der Technik-Service umfasst alle nach dem Kundendienstcheckheft vorgeschriebenen Wartungsarbeiten einschließlich der dazu erforderlichen Löhne/Materialien. Kosten für Kraftstoff und für das eventuell zwischen den Ölwechseln nachzufüllende Motoröl sowie für Waschen, Reinigen, Polieren des Fahrzeugs, etc. trägt der Leasingnehmer. Weiterhin enthalten ist die Beseitigung verschleißbedingter Schäden (ausgenommen sind Kosten für Instandsetzungsmaßnahmen und Reparaturen an Aufbauten, Sonderzubehör und Sonderausstattungen, die nicht Vertragsbestandteil sind). Sind auch die Gebühren für die Hauptuntersuchung, Abgasuntersuchung, Bremsensonderuntersuchung enthalten?</p>
	<p>Reifen geschlossene Abrechnung Das Modul Reifen beinhaltet A. Den Ersatz von 4 Stück Sommerreifen sobald diese bis auf das gesetzliche Mindestmaß abgefahren sind. Die Sommerreifen entsprechen in Art und Größe den Reifen der Erstmontage. B. Den Ersatz von 4 Stück Winterreifen, die Kosten für saisonales Umrüsten der Winter- und Sommerräder, alle Montage-, Wucht- und sonstigen Nebenkosten sowie Einlagerung des nicht benötigten Reifensatzes. Die Winterreifen entsprechen in Art und Größe der Standardbereifung des jeweiligen Fahrzeuges gemäß Fahrzeugschein. Die Winterreifen enthalten einen zusätzlichen Satz Stahlfelgen. Die Anzahl der Reifen muß entsprechend der Gesamtlauflistung angepasst werden. Als Richtgröße kann man von ca. 25.000 km je Reifenpaar ausgehen!</p>
	<p>Weiterbelastungen geschlossene Abrechnung Der Leasinggeber verauslagt sämtliche in Anspruch genommenen Reparaturen/Dienstleistungen, die über den Technik-Reifen-Service-Umfang hinausgehen und rechnet diese mit dem Leasingnehmer ab.</p>
	<p>GEZ Das Modul GEZ beinhaltet die Gebühren für Radio- und Fernsehanlagen ausschließlich für die Vertragsdauer des Einzeleasingvertrages. Das Risiko der Rückerstattung für überzahlte Gebühren trägt der Leasinggeber.</p>

--

Service-Module offene Abrechnung (Zurzeit stehen Überlegungen an, entweder die geschlossene oder die offene Abrechnung zu nutzen)
Endabrechnung Service-Module offene Abrechnung Nach Vertragsbeendigung erfolgt eine zeitnahe Schlussabrechnung mit einer Gegenüberstellung der aufgewendeten Reifen-/Reparaturkosten und der vom Leasingnehmer gezahlten Service-Pauschalen. Der Saldo wird dem Leasingnehmer gutgeschrieben bzw. vom Leasingnehmer ausgeglichen.
Weiterbelastungen offene Abrechnung Der Leasinggeber verauslagt sämtliche in Anspruch genommenen Reparaturen/Dienstleistungen, die über den Technik-Reifen-Service-Umfang hinausgehen und rechnet diese im Rahmen der Endabrechnung mit dem Leasingnehmer ab.
Gebühren/ Fees Sofern Sie für die Abwicklung der offenen Abrechnung Gebühren bzw. Fees berechnen, kalkulieren Sie diese bitte nicht in die Rate ein, sondern weisen Sie diese bitte gesondert aus (siehe "Ausschreibungsmatrix").
Sonstiges
Sonstige Kosten Sofern mit dem Leasingvertrag Kosten anfallen, die in der Ausschreibungsmatrix nicht abgefragt wurden, beziffern Sie diese bitte. Von Ihnen in dieser Ausschreibungsmatrix nicht angegebene Kosten sind ausdrücklich nicht Bestandteil der später geschlossenen Einzelleasingverträge.
Teil B Die folgenden Parameter sind <u>keine</u> Vorgaben zur Angebotskalkulation. Nehmen Sie aber bitte zu den Parametern in der Spalte "Anmerkungen" Stellung und benennen Sie ggfs. anfallende Kosten! Ihre Antworten fließen in die Gesamteinschätzung Ihrer Angebote ein.
Verauslagte Kosten Sofern der Leasinggeber in Ausnahmefällen Kosten für den Leasingnehmer verauslagt, wie hoch ist die Bearbeitungspauschale?
Servicekarte / Service-Schecks Die Fahrer sollen mit einer Servicekarte und/oder Service-Schecks ausgerüstet werden.

--

Mahngebühren
 Der Leasingnehmer wird Zahlungsverpflichtungen pünktlich nachkommen. Welche Mahngebühren berechnen Sie im "Fall der Fälle"?

Tochtergesellschaften
 Können die mit dem Leasingnehmer vereinbarten Konditionen und Vertragsbedingungen auch von den dem Leasingnehmer angeschlossenen Unternehmen (Beteiligungen) genutzt werden? Wie hoch müssen die Beteiligungsverhältnisse sein, um eine Einbindung vornehmen zu können?

Module
 Der Leasingnehmer wird in der Regel die bei der Ausschreibung angefragten Dienstleistungskomponenten in Anspruch nehmen. In Ausnahmefällen behält er sich eine Anpassung des Dienstleistungsumfangs vor.

Quantitativer Teil
 - Erstellung und Versand eines Request for Quotation (RFQ)

Erstellung einer Ausschreibungsmatrix
 - siehe 9 Anhang: Ausschreibungsmatrix

--	--

--

Beschaffungsstrategie
 Festlegung der Vertragspartner
 Rahmenabkommen

Implementierungsplan
 Festlegung der Verantwortlichkeiten
 Zeitplan
 Design des Reportings
 Prozessfestlegung der Zusammenarbeit
 Identifizierung von Einsparungspotentialen
 Service Level Agreements
 Definition der individuellen Abwicklungsrichtlinien
 Road Show

Zu den Besten zählen!

BME-Benchmark-Services:

Der BME als neutrale Plattform bietet Unternehmen die Möglichkeit, sich anonym mit Anderen zu vergleichen. Die Benchmark-Services des Verbandes sind objektive Instrumente zur Bestimmung und Entscheidungsfindung. Die umfangreiche Datenbank des BME bietet eine schnelle Ermittlung aussagefähiger Kennzahlen und zeigt den einzelnen Teilnehmern auf, wo sie sich im Preisranking befinden.



Erfolg messen • Mehrwert schaffen • Kosten optimieren

- Logistik (Frachtkosten)
- C-Teile (Materialpreise)
- Flottenmanagement
- Travelmanagement
- Stahlpreise
- Energiepreise
- Effizienz im Einkauf

**Nutzen Sie Ihre
Einsparpotenziale.**

**Beteiligen Sie sich an den
BME-Benchmark-Services!**

Ihr Ansprechpartner:

Volkmar Klein
Projektmanager
Tel.: 069 / 30838-571
volkmar.klein@bme.de

Bundesverband e. V.
Bolongarostraße 82
65929 Frankfurt/Main
Tel.: 069 / 30838-0
Fax: 069 / 30838-199
info@bme.de
www.bme.de

Leistungsübersicht Teilnehmer

Firmen	Travel										Flotte										Seite							
	Autovermietung	Carsharing/Business Carsharing	Chauffeurservice	Event- und Veranstaltungsorganisation	Flugreisen	Geschäftsreise Büro	Geschäftsreisemanagement	Geschäftsreiseversicherung	Hotel	Hotelreservierung	Internet Dienstleistung	Kreditkarten	Mobilitäts-/Transportmanagement	Möblierte Appartements	Online-Hotelpreisvergleich	Reisekostenmanagement	Software	Fahrzeugrücknahme und -Verwertung	Flottenmanagement	Fuhrparkmanagement		Händler	Leasinggesellschaft	Mobilitäts-/Transportmanagement	Reparatur- und Wartungsservice	Schadensmanagement	Tankkarten	Versicherung
ALD AutoLeasing D GmbH																			X			X	X	X	X	X	X	142
Arval Deutschland GmbH																		X	X	X		X		X	X	X	X	144
Car Professional Fuhrparkmanagement und Beratungsges. mbH & Co. KG	X												X			X	X		X	X		X	X	X	X	X	X	146
DB Rent GmbH	X	X	X										X				X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	148
DERTOUR GmbH & Co. KG						X		X	X							X												150
Europäische Reiseversicherung AG							X																					154
HRG Germany	X			X	X	X	X	X	X		X	X			X	X												156
IG Immobilien						X		X					X															160
LeasePlan Deutschland GmbH																				X		X						162
trivago GmbH									X	X				X	X													164
Volkswagen Leasing GmbH																		X	X	X		X	X	X	X	X	X	166

Kategorien

- Fuhrparkmanagement
- Leasinggesellschaft
- Mobilitäts- / Transportmanagement
- Reparatur- und Wartungsservice
- Schadensmanagement
- Tankkarten
- Versicherung

Firmendaten

ALD AutoLeasing D GmbH
Nedderfeld 95
22529 Hamburg
Deutschland
Telefon: +49 (0)40 47104-0
Fax: +49 (0)40 4807940
E-Mail: info@ald-automotive.com
Homepage: www.ald-automotive.de
Firmentyp: GmbH

Kontakt

Ansprechpartner: Angela Zimmer
Position: Marketing
Telefon: +49 (0)40 47104-1116
Fax: +49 (0)40 47104-1199
E-Mail: angela.zimmer@aldautomotive.com

Hauptgeschäftsfelder

Die ALD Automotive ist spezialisiert auf das herstellerunabhängige Leasing und Fuhrparkmanagement für gewerbliche Flotten ab einer Größe von 20 Fahrzeugen.

Firmenprofil

Die ALD Automotive zählt mit einem Bestand von über 100.000 Fahrzeugen zu den führenden Anbietern für markenunabhängiges Leasing und Fuhrparkmanagement. Das Unternehmen bietet seinen Flottenkunden ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis, hochwertige Lösungen für den Fuhrpark und bestmögliche Kundennähe.

Branchenfokus

Das Angebot der ALD Automotive richtet sich branchenübergreifend an alle Unternehmen mit einem Fuhrparkpotenzial von mindestens 20 Fahrzeugen. Mehr als 1.300 Kunden – vom Mittelständler bis zum Konzern – aus den unterschiedlichsten Branchen vertrauen auf die Leistungen der ALD Automotive.

Weitere Firmenangaben

Geschäftsführer/Vorstand:	Karsten Rösel
Einkaufsleiter:	Jan Dommermuth
Verkaufsleiter:	André M. Koslowski
Umsatz letztes Geschäftsjahr:	153 Mio.
Anzahl der Beschäftigten:	384
Ust-IdNr.:	DE 118528033
Gründungsjahr:	1968
Geschäftsstellen Niederlassungen:	Region Nord: Rainer Schulz-Leiske, Tel.: 05163 290080, Region Mitte: Judit Kracke, Tel.: 09152 928529, Region Süd: Peter Sonntag, Tel.: 07478 913688, Region West: Michael Anton, Tel.: 02182 8338320, Key-/International Accounts: Jörg Ebert, Tel.: 069 68091968
Zertifizierung des Unternehmens:	DIN EN ISO 9001:2000 (Car Professional Management)

Flottenmanagement

Alles aus einer Hand

Das Angebotsspektrum der ALD Automotive deckt vom reinen Finance- über Full-Service-Leasing bis hin zum kompletten Fuhrpark-Outsourcing alle Bereiche des Flottengeschäfts ab. Das jeweilige Vertragsmodell (Kilometer-/Restwertvertrag, Sale and lease back) wird exakt auf die individuellen Kundenbedürfnisse zugeschnitten.

Die ALD Automotive bietet Ihnen frei wählbare Leistungs-Module samt professioneller Online-Abwicklung. Egal ob Werkstatt-, Versicherungs-, Tank-, Reifen- oder Mietwagen-Service – Sie erhalten die ganze Bandbreite der Leasing-Dienstleistungen.

Ökoeffizienz

Die ALD Automotive leistet kompetente Beratung hinsichtlich der Reduzierung des CO₂-Ausstoßes Ihrer Flotte und lässt dabei auch die Wirtschaftlichkeitsbetrachtung nicht außer Acht. Maßnahmen sind unter anderem speziell geschulte Kundenbetreuer und Außendienstmitarbeiter, Beratungen zu alternativen Antriebsarten und Eco-Fahrtrainings. Außerdem erstellt das Unternehmen Leasing-Preislisten, die den CO₂-Ausstoß jedes einzelnen Fahrzeuges beziffern, CO₂-Reportings für Ihren Fuhrpark sowie attraktive Leasingangebote für Fahrzeuge mit alternativen Antrieben.

Online-CarConfigurator

Mit dem Online-Tool „ARMADA B2B“ ist der Weg zum individuellen Firmenwagen für Flottenkunden der ALD Automotive nur ein paar Klicks entfernt. Als Fuhrparkleiter und Fahrer können Sie selbst Ihr Wunschfahrzeug gemäß der geltenden Car Policy im Internet kalkulieren und konfigurieren. Dadurch entfallen zahlreiche Abstimmungsprozesse im Zusammenhang mit der Fahrzeugbestellung. Das entlastet die Fuhrparkmanager in ihrem Tagesgeschäft. Die ALD Automotive hat darüber hinaus eine frei zugängliche Version des CarConfigurators auf der Firmenhomepage www.ald-automotive.de eingerichtet.

Internet-Reporting

Die ALD Automotive hat als einer der ersten Leasinggeber ihr Reporting vollständig auf das Internet umgestellt. Seit mehreren Jahren bietet das Unternehmen ein web-basiertes Tool, das Flottenkunden noch flexibler macht. Mit „Fleet Information Online“ (FIO) lassen sich alle relevanten Fuhrparkdaten jederzeit bequem im Internet abrufen. FIO bietet umfangreiche Reports, die sich individuell filtern, herunterladen und nach Excel oder CSV exportieren lassen. Die Daten können in allen gängigen Buchhaltungssystemen verarbeitet werden. Sie erhalten die volle Transparenz und sparen kostbare Zeit im Flottenalltag.



Resümee

Flottenlösungen ohne Grenzen

Die ALD Automotive unterstützt Sie als Flottenkunden nicht nur mit maßgeschneiderten Produkten und IT-Lösungen, sondern steht Ihnen außerdem jederzeit als beratender Mobilitätspartner zur Seite. Dabei profitieren Sie von der 40-jährigen Leasing-Erfahrung. Die Fuhrpark-Analysen der ALD Automotive helfen Ihnen dabei, Ihre Flotte jederzeit optimal zu steuern. Gemeinsam mit Ihnen entwickeln die Leasingexperten individuelle Dienstwagenrichtlinien oder neue Konzepte für die Mitarbeitermotivation. Auch der Fuhrpark eines international expandierenden Unternehmens ist bei der ALD Automotive in besten Händen. Der führende Anbieter für grenzübergreifendes Flottenleasing bietet Ihnen persönliche Ansprechpartner in 39 Ländern auf vier Kontinenten und entwickelt für Sie internationale Fuhrparkkonzepte für alle Regionen dieser Welt.

Kategorien

- Fahrzeugrücknahme und -Verwertung
- Flottenmanagement
- Fuhrparkmanagement
- Leasinggesellschaft
- Reparatur- und Wartungsservice
- Schadensmanagement
- Tankkarten
- Versicherung

Firmendaten

ARVAL Deutschland GmbH
 Ammerthalstraße 7
 85551 Kirchheim
 Deutschland
 Telefon: +49 (0)800 0840402
 Fax: +49 (0)89 90477-210
 E-Mail: kontakt@arval.de
 Homepage: www.arval.de
 Firmentyp: GmbH

Kontakt

Ansprechpartner: Herr Reinhard Happel
 Position: Ressortleiter Vertrieb
 Telefon: +49 (0)89 90477-251
 Fax: +49 (0)89 90477-210
 E-Mail: reinhard.happel@arval.de

Hauptgeschäftsfelder

Als Full-Service-Dienstleister kann ARVAL alle Aufgaben rund um die Fahrzeugflotte übernehmen: Die optionalen Servicemodule im Rahmen des Full-Service-Leasing reichen von der Fuhrparkanalyse und -beratung über Logistik, Instandhaltung, Reifen, Versicherungen und Kraftstoffmanagement bis hin zum Schadensmanagement und einem Online-Reporting aller Kosten und Fuhrparkdaten.

Firmenprofil

ARVAL Deutschland gehört mit einem Fahrzeugbestand von rund 36.000 Fahrzeugen zu den führenden herstellerunabhängigen Spezialisten für Full-Service-Leasing.

Die weltweit agierende ARVAL Gruppe ist eine Tochter der französischen Bank BNP Paribas SA und betreut über 625.000 Fahrzeuge in 22 Ländern.

Branchenfokus

ARVAL bietet branchenübergreifende Lösungen im nationalen und internationalen Fuhrparkmanagement und Leasing.

Weitere Firmenangaben

Geschäftsführer/Vorstand:	Lionel Wolff
Einkaufsleiter:	Peter Stadtherr
Verkaufsleiter:	Reinhard Happel
Umsatz letztes Geschäftsjahr:	323,7 Mio. €
Anzahl der Beschäftigten:	220
Ust-IdNr.:	DE 813222479
Gründungsjahr:	1987
Geschäftsstellen Niederlassungen:	1
Zertifizierung des Unternehmens:	ARVAL ist für den Rücknahmeprozess nach DIN EN ISO 9001 zertifiziert

Full-Service-Leasing

Die ARVAL Deutschland GmbH ist mit einem Fahrzeugbestand von rund 36.000 Fahrzeugen einer der führenden herstellerunabhängigen Anbieter von Full-Service-Leasing in Deutschland.

ARVAL macht Firmenwagen produktiv

Unsere Zielgruppe sind Unternehmen jeder Größe, die einen Fuhrpark von mehr als zehn Pkw oder leichten Nutzfahrzeugen betreiben. Diese Flotten stellen große Gemeinkostenblöcke dar, die immer mehr an strategischer Bedeutung gewinnen. Unsere Aufgabe ist deshalb die Entlastung des Kunden von der Fuhrparkverwaltung, die Kontrolle seiner Kosten und finanziellen Risiken sowie die Beratung des Kunden bei der Optimierung seiner Prozesse und seiner Fuhrparkpolitik.

Als herstellerunabhängiger Anbieter können wir flexibel auf die Bedürfnisse des Kunden reagieren.

Leistungsübersicht

Entdecken Sie unsere Produkte!

Unsere innovativen Produkte machen das Fuhrparkmanagement nicht nur erheblich einfacher und transparenter, sondern auch wirtschaftlicher. Mit individuell kombinierten Full-Service-Bausteinen bieten wir Ihnen nicht nur Dienstleistungen ganz nach Bedarf, sondern auch alle Freiräume für Ihr eigentliches Kerngeschäft.

Wirtschaftliche und professionelle Lösungen in allen Servicebereichen rund um Ihren Fuhrpark senken die Kosten, vereinfachen die Prozesse und garantieren besten Service durch kosten- und dienstleistungsorientierte Partner.

Warum Full-Service-Leasing

Viele Wege - eine Ideallinie

Im Full-Service-Leasing liegt die Zukunft des Unternehmensfuhrparks. Es kombiniert die Vorteile des Finanzleasings - klare Kalkulierbarkeit der Kosten, Bilanz- und Liquiditätsvorteile - mit den bekannten Vorteilen von Outsourcing-Maßnahmen wie Kosteneindämmung und Konzentration auf das Kerngeschäft.

Beim Kauf von Firmenfahrzeugen trägt das Unternehmen das volle Risiko für Bereitstellung, Instandhaltung und Vermarktung des Fahrzeuges und ist mit der gesamten Verwaltung selbst befasst. Beim Finanzierungsleasing entfällt das Vermarktungs- bzw. Wertverlustrisiko, aber der Verwaltungsaufwand bleibt.

Beim Full-Service-Leasing hingegen wird das Unternehmen weitgehend entlastet; Risiken werden minimiert. Feste Betriebskosten-Pauschalen sorgen dabei für eine klare Kalkulationsgrundlage, sie ermöglichen Transparenz und eine effektive Kosten-Kontrolle.



Mitglied des



– dem Kompetenzzentrum
für Fuhrparkmanagement.

Wir setzen Fuhrparkstandards.

Kategorien

- Autovermietung
- Fuhrparkmanagement
- Reparatur- und
- Software
- Fahrzeugrücknahme
- Händler
- Wartungsservice
- Tankkarten
- und -Verwertung
- Mobilitäts-/Transport-
- Schadensmanagement
- Versicherung
- management

Firmendaten

Car Professional Fuhrparkmanagement und
Beratungsgesellschaft GmbH & Co. KG
Flughafenstraße 54, Haus A
22335 Hamburg
Deutschland
Telefon: +49 (0)40 53105-0
Fax: +49 (0)40 53105-8479
E-Mail: info@carprofessional.de
Homepage: www.carprofessional.de
Firmentyp: GmbH & Co. KG

Kontakt

Ansprechpartner: Oliver Dehne
Position: Leiter Consulting
Telefon: +49 (0)40 53105-8600
Fax: +49 (0)40 53105-8479
E-Mail: oliver.dehne@carprofessional.de

Hauptgeschäftsfelder

Car Professional Management, kurz CPM, hat sich auf das herstellerunabhängige Management großer Fahrzeugflotten spezialisiert. Ziel der CPM-Dienstleistung ist – unter Maßgabe der Neutralität und Unabhängigkeit – eine effektive Kostensenkung und Optimierung der Fuhrparkverwaltung.

Firmenprofil

CPM übernimmt als klassischer Outsourcing-Dienstleister sämtliche fuhrparkbezogenen Tätigkeiten. Mit der bundesweiten Verwaltung von über 43.600 Fahrzeugen von mehr als 100 renommierten Kunden ist CPM eines der marktführenden Fuhrparkmanagement-Unternehmen in Deutschland. CPM gehört als Member of ALD Automotive zur Société Générale Group.

Branchenfokus

Die Dienstleistung der CPM richtet sich an alle Unternehmen, unabhängig von der Branche, mit einer Fuhrparkgröße ab zirka 50 Fahrzeugen.

Weitere Firmenangaben

Geschäftsführer/Vorstand:	Raiko Chabrowski
Leiter Market, Analysis und Product Development:	Philipp N. Berg
Leiter Kundenbetreuung:	Christoph Wibbeke
Umsatz letztes Geschäftsjahr:	k.A.
Anzahl der Beschäftigten:	118
Ust-IdNr.:	DE 198 314 614
Gründungsjahr:	1992
Geschäftsstellen Niederlassungen:	2
Zertifizierung des Unternehmens:	Verfahrens- und Prozesssicherheit durch DIN EN ISO 9001:2000

Business Process Outsourcing, Management/SCM, Flottenmanagement

CPM: Freiheit für den Fuhrpark

Car Professional Management, kurz CPM, ist ein auf Fuhrparkmanagement spezialisiertes Dienstleistungsunternehmen mit Hauptsitz in Hamburg. CPM ist auf das herstellerunabhängige Management großer Fahrzeugflotten ausgerichtet. Bundesweit verwaltet CPM über 43.600 Fahrzeuge von mehr als 100 renommierten Kunden. Car Professional Management gehört als Member of ALD Automotive zur Société Générale Group.

Produktpalette und Leistungen

CPM übernimmt als klassischer Outsourcing-Dienstleister sämtliche fuhrparkbezogenen Tätigkeiten. Ziel dieser Leistungen ist – unter der Maßgabe der Neutralität und Unabhängigkeit – eine effektive Kostensenkung und Optimierung der Fuhrparkverwaltung. Zudem berät Sie die CPM umfassend in den Umweltbelangen Ihres Fuhrparks. Die wirtschaftliche Sicherheit des Unternehmens wird durch den namhaften Bankenhintergrund sowie durch die Verfahrens- und Prozesssicherheit der Zertifizierung DIN EN ISO 9001 : 2000 garantiert.

Consulting

Neue Geschäftsbeziehungen starten mit umfangreichen Bedarfs- und Prozesskostenanalysen, Leasingausschreibungen zur optimalen Partnerwahl, Fuhrpark-Benchmark, der Erstellung von Car Policies etc. Unabhängig vom aktiven Fuhrparkmanagement stellt Ihnen die CPM auch auf Basis eines Beratervertrages ihr Know-how zur Verfügung.

Management

Die Fuhrparkspezialisten der CPM bieten Ihnen eine professionelle, kostengünstige Fuhrparkverwaltung und effiziente Fuhrparksteuerung aus einer Hand – unabhängig von der Finanzierungsart sowie der Struktur Ihres Fuhrparks. Von der Fahrzeugauswahl im Rahmen Ihrer Car Policy über die laufende Betreuung während des Betriebes bis zur Vermarktung optimiert das Unternehmen Ihren Fuhrpark und seine Kosten.

Order & Sale

Car Professional Management entlastet Sie von allen Prozessen in der Fahrzeugbeschaffung. Bei der Vermarktung ist CPM ebenso auf die Vermarktung von Pkw spezialisiert wie auf die von Transportern, Lkw und Sonderfahrzeugen. Durch das Internetsystem „Best Buyer Scan“ werden im Bieterverfahren bestmögliche Erlöse gewährleistet.



Leasinggesellschaften

Sie entscheiden, welche Leasinggesellschaft am besten zu Ihrer Unternehmens- und Flottenstruktur passt. Hierbei unterstützt die CPM Sie gern. Das Unternehmen ist in der Lage, mehrere Leasinggesellschaften mit unterschiedlichen Vertragsgestaltungen für Ihren Fuhrpark zu managen.

Reporting

Profitieren Sie von der detaillierten Transparenz über Ihren Fuhrpark und die entstandenen Kosten. Von der Gesamtbetrachtung bis hin zum optisch archivierten Einzelbeleg.

Resümee

Vom ersten Tag an profitieren die Kunden vom Service der CPM. Durch moderne, klare Strukturen wird die Fuhrparkverwaltung optimiert und eine effektive Kostensenkung erzielt.

Kategorien

- Autovermietung
- Chauffeurservice
- Carsharing / Business Carsharing
- Fahrzeugrücknahme und -Verwertung
- Fuhrparkmanagement
- Händler
- Leasinggesellschaft
- Mobilitäts-/ Transportmanagement
- Reparatur- und Wartungsservice
- Schadensmanagement
- Tankkarten
- Versicherung

Firmendaten

DB Rent GmbH
 Kölner Str. 4
 60327 Frankfurt am Main
 Deutschland
 Telefon: +49 (0)69 265-40500
 Fax: +49 (0)69 265-40501
 E-Mail: mail@dbfuhrpark.de
 Homepage: www.dbrent.de
 Firmentyp: GmbH

Kontakt

Ansprechpartner: Claus Tillmann Heller
 Position: Vertriebskoordination
 Telefon: +49 (0)69 427274-581
 Fax: +49 (0)69 427274-580
 E-Mail: claus.heller@dbrent.de

Hauptgeschäftsfelder

Kfz-Miete, Leasing, Carsharing, Fahrradvermietung

Firmenprofil

Die Fuhrpark Gruppe besteht aus den Firmen DB FuhrparkService GmbH sowie der DB Rent GmbH, diese sind 100%ige Töchter der DB AG. Hinzu kommen die Firmen BwFuhrparkService GmbH sowie die schweizerische Mobility Solutions AG, an diesen Unternehmen ist die DB AG beteiligt. Die internationale Fuhrparkgruppe verfügt zusammen über rund 80.000 Fahrzeuge.

Die DB Rent GmbH ist der Mobilitätsdienstleister für den externen Markt. Sie bietet maßgeschneiderte intelligente, Kosten sparende und umweltfreundliche Mobilitätskonzepte für Unternehmen an. Durch die sinnvolle Verknüpfung von Schiene und Strasse sorgt DB Rent für individuelle Mobilität. Das Portfolio umfasst folgende Produkte: Leasing, Full-Service-Leasing, Fuhrparkberatung, Chauffeurservice, Lang- und Kurzzeitmiete, Carsharing, Business Carsharing, Neu- und Gebrauchtwagenverkauf sowie das innovative Fahrradmietsystem Call a Bike.

Branchenfokus

Fuhrpark- und Flottenmanagement, Leasing, Autovermietung, Autoverkauf

Weitere Firmenangaben

Geschäftsführer/Vorstand:	Rolf Lübke, Klaus Müller
Einkaufsleiter:	Gerhard Dech
Verkaufsleiter:	Uwe Lotz
Umsatz letztes Geschäftsjahr:	-
Anzahl der Beschäftigten:	ca. 300
Ust-IdNr.:	DE 123456789
Gründungsjahr:	2001
Geschäftsstellen Niederlassungen:	12
Zertifizierung des Unternehmens:	DIN ISO 9001

Fuhrparkmanagement

Sie möchten für Ihr Unternehmen Fahrzeuge mieten oder leasen? Sie benötigen ein maßgeschneidertes Fuhrparkkonzept nach den Bedürfnissen Ihres Unternehmens oder einen kompletten Full-Service? Dann sollten Sie unsere Mobilitätsmodule beachten.

Analyse & Beratung

Wir erarbeiten für Sie ein individuelles, maßgeschneidertes Konzept nach den Bedürfnissen Ihres Unternehmens, wobei Sie flexibel entscheiden können, welche Module Sie nutzen möchten. Sie werden erkennen, wie Sie mit einem Maximum an Transparenz das Beste aus Ihrem Fuhrpark herausholen und welche erheblichen Einsparpotenziale in Ihrem Fuhrpark schlummern. Ausgangspunkt ist eine intensive Analyse der vorhandenen Strukturen, die alle Komponenten eines modernen Fuhrparkmanagements untersucht und mehr Wirtschaftlichkeit durch intelligentes Outsourcing darlegt.

Leasing, Kauf, Miete

Im Rahmen der Fuhrparkberatung werden Ihre individuellen Bedürfnisse anhand der Abläufe in Ihrem Unternehmen auf Wirtschaftlichkeit, Sicherheit und Qualität ermittelt. Je nach Einsatzzweck und Nutzungsdauer eines Fahrzeugs lohnt sich eher Leasing oder Miete. Aus unserem Fuhrpark wählen Sie die Fahrzeuge nach Ihren Erfordernissen aus. Ob Pkw, Transporter oder Sonderfahrzeug wir stellen Ihnen die Fahrzeuge je nach Einsatzzweck und Nutzungsdauer bereit.

Anschlussmobilität

Carsharing, Call a Bike und Chauffeurservice

Gemeinsam mit anderen Bahnangeboten tragen Carsharing, Call a Bike und unser Chauffeurservice dazu bei, Mobilität von Tür zu Tür sicher zustellen. Die Bahn bietet nicht nur die Zugfahrt sondern die komplette Reisekette.



Resümee

Das Portfolio umfasst folgende Produkte: Leasing, Full-Service-Leasing, Fuhrparkberatung, Chauffeurservice, Lang- und Kurzzeitmiete, Carsharing, Business Carsharing, Neu- und Gebrauchtwagenverkauf sowie das innovative Fahrradmietsystem Call a Bike.

Kategorien

- Geschäftsreisemanagement
- Hotel
- Hotelreservierung
- Software

Firmendaten

DERTOUR GmbH & Co. KG
DERhotel.com / TRADEFAIRS.com
Emil-von-Behring-Straße 6
60439 Frankfurt
Homepage: www.derhotel.com
www.tradefairs.com
Firmentyp: GmbH & Co. KG

Kontakt

DERhotel.com
Ansprechpartner: Jochen Rathei
Position: Abteilungsleiter Corporate Programme
Telefon: +49 (0)69 9588-3424
Fax: +49 (0)69 9588-1299
E-Mail: jochen.rathei@dertour.de

TRADEFAIRS.com

Ansprechpartner: Oliver Bransch
Position: Abteilungsleiter MICE/Messen
Telefon: +49 (0)69 9588-3344
Fax: +49 (0)69 9588-1913
E-Mail: oliver.bransch@dertour.de

Firmenprofil

Hinter den Produkten DERhotel.com und TRADEFAIRS.com steht der renommierte deutsche Reiseveranstalter DERTOUR, der zur Unternehmensgruppe Deutsches Reisebüro (DER) gehört, eines der größten deutschen Touristikunternehmen.

Das Hotelportal DERhotel.com und das Onlineportal TRADEFAIRS.com für die Buchung von Hotels zu Messen zählen zu den DER Corporate Services Partnern. Unter diesem Namen bietet die DER Unternehmensgruppe ihre Leistungen für Firmenkunden aus einer Hand an. Jeder der selbstständig agierenden DER Corporate Services Partner ist ein Spezialist in seinem Bereich. Weitere Partner sind der Geschäftsreiseexperte FCM DER Travel Solutions und ratefinding.com – die Plattform für den Online-Hoteleinkauf. Des Weiteren wird der Bereich Tagungen, Kongresse und Events von dem Full-Service-Dienstleister DERCONGRESS abgedeckt.

Weitere Firmenangaben

Geschäftsführer/Vorstand:
Gesellschafter:

Norbert Fiebig (Sprecher), Michael Frese, Ralph Oskan
persönlich haftende Gesellschafterin:
DERTOUR Geschäftsführungs GmbH, Frankfurt am Main
Kommanditistin: REWE-ZENTRALFINANZ eG, Köln

Verkaufsleiter:
Umsatz letztes Geschäftsjahr:
Anzahl der Beschäftigten:
Ust-IdNr.:
Gründungsjahr:

-
DER Unternehmensgruppe – EUR 3.119,6 Mio.
DER Unternehmensgruppe – 5.093 Mitarbeiter
-
Das Deutsche Reisebüro wurde 1917 in Berlin gegründet.
Die DERTOUR GmbH & Co. KG entstand 1995. Seit dem
1.1.2000 ist die DER Unternehmensgruppe eine 100
prozentige Tochter der REWE Group.

Geschäftsstellen Niederlassungen:
Zertifizierung des Unternehmens:

-
-

Erfahrung buchen - beruhigt schlafen

DERhotel.com bietet Firmenkunden und Urlaubsreisenden seit September 2004 weltweit über 70.000 Hotels aller Kategorien. Das Hotelportfolio enthält sowohl Kettenhotels als auch unabhängige Privathotels.



Alles auf einen Blick

Das umfangreiche Hotelangebot und die transparente Preisdarstellung sind die Stärken von DERhotel.com. Es werden nur verfügbare Hotels zum jeweils günstigsten Preis angezeigt. Für Firmenkunden werden dabei individuell verhandelte Firmennettoraten der günstigsten Marktrate gegenübergestellt, so dass Preise schnell und bequem verglichen werden können. Unternehmen ohne eigene Firmenraten profitieren von den besonders attraktiven Konditionen von DERhotel.com.

Die Vorteile im Überblick:

- Best-Buy-Garantie
- Minutenaktuelle Preise
- Darstellung des günstigsten Marktpreises
- Berücksichtigung firmenspezifischer Nettoraten
- Kostenlose Buchung

Direkt auf den Punkt, schneller ans Ziel

Die innovative Technologie und das anwenderfreundliche Design von DERhotel.com machen die Hotelbuchung besonders einfach und die Reiseplanung rundum komfortabel. Die adressgenaue Hotel- und Umkreissuche vereinfacht die Wahl des passenden

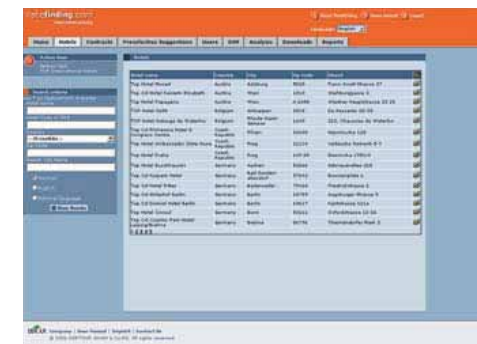
Hotels. Wichtige Distanzen wie die Entfernung zu Messen, Flughäfen, Bahnhöfen der ausgewählten Sehenswürdigkeiten können dabei genauso berücksichtigt werden wie Firmenstandorte und andere individuelle Wegpunkte.

Hoteleinkauf so effizient wie nie zuvor

Zusätzlich zur Nutzung des Hotelportals DERhotel.com können Unternehmen ihr Reisemanagement weiter optimieren und ihren kompletten Hoteleinkauf über die Einkaufsplattform ratefinding.com abwickeln. Eine umfangreiche Hoteldatenbank, standardisierte Kommunikationswege zu Hotelpartnern sowie eine anwenderfreundliche Systemführung sorgen für einen schlanken und zeitlich effizienten Einkaufsprozess. Firmen profitieren von der schnelleren Bereitstellung der Hotelraten und einer direkten Verfügbarkeit verhandelter, einheitlicher Firmennettoraten in den nachgelagerten Reservierungssystemen.

Die Vorteile im Überblick:

- schlanker Einkaufsprozess
- Transparenz über ausgehandelte Konditionen
- Preisvorteile durch Volumenbündelung



Transparenz macht den Unterschied

Über die zentrale Einkaufsplattform werden dezentral geschlossene Preise dem gesamten Unternehmen zur Verfügung gestellt. Das Portal bietet Travel Managern zudem verschiedene Auswertungsmöglichkeiten und verschafft ihnen somit eine optimale Ausgangsposition für zukünftige Preisverhandlungen.

Online-Portal für Hotelbuchungen zu Messezeiten weltweit: TradeFairs.com

Firmenkunden, die für ihren Messebesuch Hotelzimmer benötigen, finden auf TRADEFAIRS.com das passende Angebot. Sowohl Aussteller als auch Besucher können aus Hotelangeboten für über 100 nationale und internationale Messen bis zum Jahr 2010 auswählen und Zimmerkontingente zu attraktiven Raten buchen.



Die Vorteile auf einen Blick:

- Online-Einkaufsplattform mit großer Hotelauswahl, besten Raten und attraktiven Angeboten zu Messen
- umfangreiche Messedatenbank
- web-basierte Kontingentverwaltung inklusive Reportings und Teilnehmer-Management
- zusätzliche Full-Service-Leistungen wie Buchungsservice, Anreiselogistik und Reiseleitung vor Ort

Professionelles Buchungsmanagement mit Weitblick

TRADEFAIRS.com wurde als Online-Portal für die Buchung von Hotelzimmern entwickelt und ermöglicht den individuellen Einkauf von Zimmern zu Messeterminen einschließlich Auf-/Abbauphase sowie die Verwaltung von Hotelkontingenten. Ob kleiner oder großer Zimmerbedarf, TRADEFAIRS.com hält Kontingente für eine schnelle und unkomplizierte Buchung, online und in Echtzeit, bereit. Das Angebot von TRADEFAIRS.com umfasst die wichtigsten Leitmesen im In- und Ausland Jahre im Voraus.

Messehotels ganz einfach buchen

Die Suche nach Hotelzimmern bei TRADEFAIRS.com ist einfach und übersichtlich. Nach der Eingabe des gewünschten Buchungszeitraums sind die Hotels in der Übersichtsliste im Ampelsystem gekennzeichnet: „Grün“ steht für verfügbare Hotels, „Gelb“ bedeutet, dass nicht der gesamte Zeitraum verfügbar ist. Einzelne ausgebuchte Nächte können angefragt werden. Bei „Rot“ sind über TRADEFAIRS.com keine Zimmer mehr vorhanden. Allerdings hat der Nutzer dann die Möglichkeit über das Schwesterportal DERhotel.com nach Verfügbarkeiten zu suchen. Zusätzlich können Veranstaltungsorganisatoren individuell benötigte Zimmerkontingente bequem über TRADEFAIRS.com anfragen.



Mehr als nur Hotelmanagement zu Messezeiten

In Kooperation mit DERCONGRESS, dem Veranstaltungsspezialisten können weitere Dienstleistungen wie Meetings, Corporate Events, Rahmenprogramme oder Vor-Ort-Service wie Hostess-, Dolmetscher-Service oder VIP-Betreuung abgewickelt werden. Somit präsentiert sich das Unternehmen als umfassender Dienstleister im Bereich Messorganisation.

Hoteleinkauf im Internet: Prozesse optimieren, Kosten senken, Volumen bündeln

Von den Vorteilen des Online-Hoteleinkaufs für Geschäftsreisen und Messen profitieren bereits namhafte Kunden.

Messe München International

Seit dem 1. Januar 2008 ist TRADEFAIRS.com der neue Partner der Messe München im Bereich Hotelvermittlung. Insbesondere Aussteller profitieren von dem flexiblen Buchungssystem: Sie können auch große Zimmerkontingente selbstständig und unabhängig in direkter Kooperation mit TRADEFAIRS.com reservieren.

„TRADEFAIRS.com kann eine hohe Kompetenz in den Bereichen Kongresse und Messe, beispielsweise als Partner der Messe ‚Expopharm‘, des bauma-Ausstellers Wirtgen oder des Drinktec-Ausstellers Krones vorweisen“, sagt Norbert Bargmann, Geschäftsführer der Messe München GmbH. „Mit solch einem erfahrenen und international akzeptierten Partner wird München als Messe- und Wirtschaftsstandort weiter gestärkt.“

Dank einer modernen Buchungstechnik, die speziell für das Online-Handling von Gruppenkontingenten zu Messen entwickelt wurde, können Ausstellerkunden wie beispielsweise die Firma ZF Friedrichshafen AG Aufgaben wie die Zimmerverwaltung oder die Auslastungssteuerung der Hotelkontingente online über das Portal abwickeln. Über einen separaten Auswertungsbereich stehen zudem alle buchungsbezogenen Daten im Rahmen eines differenzierten Reportings zur weiteren Nutzung zur Verfügung. Darüber hinaus ermöglicht die Software auch ein web-basiertes Teilnehmer-Management. Insbesondere international agierenden Unternehmen, die ihre Messeplanungen konsolidiert ausführen wollen, bietet TRADEFAIRS.com einen innovativen Lösungsansatz – eine enorme Erleichterung bei der Planung der verschiedenen Messeaktivitäten.

Deutsche Bahn

Die Deutsche Bahn vergibt pro Jahr ein Hotelvolumen von rund 40 Millionen Euro, dahinter stehen über 600.000 Übernachtungen jährlich. Seit 2005 wickelt die Deutsche Bahn den Hoteleinkauf für Geschäftsreisen über das Einkaufsportale ratefinding.com ab. Im Herbst 2007 wurde der Einkauf um die Hotels für das fahrende Personal erweitert. Aktuell arbeiten die Programmierer von ratefinding.com an einer maßgeschneiderten Version des Portals, um auch den Einkauf der Tagungshotels für die Veranstaltungen der Bahn online abwickeln zu können.

Der Einkauf über ratefinding.com gleicht dem Prinzip einer Online-Verhandlung: Der Kunde wählt aus, welcher Hotelpartner ein Angebot abgeben darf. Die ausgewählten Hotels stellen danach ihre Vertragsangebote online. Nach der Auswertung durch den Kunden werden Hotels akzeptiert, abgelehnt oder Raten nachverhandelt. Vor allem die Möglichkeit der Online-Nachverhandlung in Echtzeit sichert schlanke Prozesse, gute Preise und Top-Konditionen. Weitere Vorteile des Systems sind detaillierte Analysemöglichkeiten wie z.B. Ratenvergleiche in der Jahresentwicklung oder die Entwicklung des Preisniveaus bei einer Hotelkette. Nach Auswahl der Vertragspartner prüfen die Mitarbeiter von ratefinding.com schließlich die korrekte Ratenladung, bevor die Hotels zur Buchung über das Reservierungssystem DERhotel.com freigeschaltet werden.

„Wir haben uns für ratefinding.com entschieden, damit unsere differenzierten Anforderungen abgebildet, unsere Prozesse optimiert werden und die Top-Konditionen für den DB Konzern langfristig erhalten bleiben. Zum einen benötigen wir internationale Hotelpartner, um den weltweiten Bedarf für den DB Konzern abdecken zu können, zum anderen brauchen wir für das Übernachtungsprogramm des fahrenden Personals Unterkünfte an deutschen und europäischen Bahnhöfen“, erklärt Saskia Wieser, verantwortlich für den Hoteleinkauf des DB Konzerns.

Kategorien

- Geschäftsreiseversicherung

Firmendaten

Europäische Reiseversicherung AG
 Vogelweidestraße 5
 81677 München
 Deutschland
 Telefon: +49 (0)89 4166-1102
 Fax: +49 (0)89 4166-2717
 E-Mail: info@erv.de
 Homepage: www.reiseversicherung.de
 Firmentyp: AG

Kontakt

Ansprechpartner: Herr Florian Jandrey
 Position: Key Account Manager
 Telefon: +49 (0)89 4166-1243
 Fax: +49 (0)89 4166-2243
 E-Mail: florian.jandrey@erv.de

Hauptgeschäftsfelder

Versicherungskonzepte für Privat- und Geschäftsreisen

Firmenprofil

Die EUROPÄISCHE versteht sich als international aufgestellter, innovativer Reiseversicherer. Sie schreibt seit über 100 Jahren Reiseschutz-Geschichte und ist Marktführer unter den Reiseversicherern. Mit dem globalen Assistance-Netzwerk sorgt sie dafür, dass Kunden vor, während und nach ihrer Reise optimal betreut werden.

Branchenfokus

Reiseversicherungen

Weitere Firmenangaben

Geschäftsführer/Vorstand:
 Einkaufsleiter:
 Vertriebsleiter:
 Umsatz letztes Geschäftsjahr:
 Anzahl der Beschäftigten:
 Ust-IdNr.:
 Gründungsjahr:
 Geschäftsstellen Niederlassungen:

Wolfgang Diels, Richard Bader
 Evi Baumert-Saxer
 Thomas Bartels
 237,6 Mio. Euro
 ca. 300
 129274536
 1907
 Die ERV Group ist in ganz Europa präsent - mit einem Netz von Tochtergesellschaften, Beteiligungen und Niederlassungen in Dänemark, Frankreich, Großbritannien, Italien, Österreich, Polen, Portugal, Russland, Schweden, Spanien, der Tschechischen Republik, der Türkei, der Ukraine und Ungarn.
 keine Angabe

Zertifizierung des Unternehmens:

Die EUROPÄISCHE - Reiseschutz vom Marktführer

Schon seit über 100 Jahren bietet die Europäische Reiseversicherung AG Versicherungs-Produkte rund ums Reisen an und ist heute Marktführer unter den Reiseversicherern. In den letzten Jahrzehnten hat sich das Unternehmen zu einem modernen und internationalen Unternehmen entwickelt. Für die ständigen Innovationen im Reisemarkt und die laufende Optimierung der bestehenden Strukturen, nach außen wie nach innen, setzen sich die über 700 Mitarbeiter in 23 Ländern mit einem Höchstmaß an Kundenorientierung und Flexibilität ein. Die EUROPÄISCHE hat sich die Qualitäts- und Innovationsführerschaft auf ihre Fahnen geschrieben und steht in allen Bereichen für den nachhaltigen Ausbau von Kooperationen und internationaler Präsenz beim Thema Sicherheit auf Reisen. Die ERV Group ist in ganz Europa präsent – mit einem Netz von Tochtergesellschaften, Beteiligungen und Niederlassungen in Dänemark, Frankreich, Großbritannien, Italien, Österreich, Polen, Portugal, Russland, Schweden, Spanien, der Tschechischen Republik, der Türkei, der Ukraine und Ungarn.

Schutz und Hilfe weltweit bietet das globale Assistance-Netzwerk:

Bereits 1998 hat die EUROPÄISCHE damit die Grundlage für schnelle und umfassende Notfall-Hilfe geschaffen, egal wo man sich gerade befindet. Weltweit sind über 1.000 Mitarbeiter und Korrespondenten im Einsatz, um Reisenden direkt vor Ort zu helfen. Koordiniert wird die Hilfe von der Notrufzentrale in München: Hier kümmern sich mehrsprachige Ärzte und Mitarbeiter 24 Stunden am Tag um medizinische Notfälle, beantworten Fragen, informieren Angehörige und organisieren notwendige Medikamente und Krankenrücktransporte.

Resümee

Die EUROPÄISCHE bietet ihren Kunden Schutz, Sicherheit und Hilfe vor, während und nach der Reise. Produkt- und Service-Innovationen helfen Millionen von Privat- und Geschäftsreisenden, ihre Reisen rundum sorglos zu gestalten.

Kategorien

- Autovermietung
- Event- und Veranstaltungorganisation
- Flugreisen
- Geschäftsreise Büro
- Geschäftsreisemanagement
- Hotel
- Hotelreservierung
- Kreditkarten
- Mobilitäts-/Transportmanagement
- Reisekostenmanagement
- Software

Firmendaten

HRG Germany
 Hogg Robinson Germany GmbH & Co. KG
 Neumarkt 35-37
 50667 Köln
 Deutschland
 Telefon: +49 (0)221 2028-0
 Fax: +49 (0)221 2028-133
 E-Mail: info.de@hrgworldwide.com
 Homepage: www.hrgworldwide.com
 Firmentyp: GmbH & Co. KG

Kontakt

Ansprechpartner: Thomas Oppermann
 Position: Director Sales Germany
 Telefon: +49 (0)69 668021-187
 Fax: +49 (0)69 668021-94
 E-Mail: info.de@hrgworldwide.com

Hauptgeschäftsfelder

Ganz auf den Kundenbedarf ausgerichtet, bietet die Hogg Robinson Group (HRG) ein breites Serviceportfolio für die Optimierung der Geschäftsreiseausgaben seiner Kunden. Als regional aufgestelltes Unternehmen agiert HRG in fünf auf die Logistik und Kostenkontrolle von Geschäftsreisen spezialisierten Geschäftsfeldern. Zum Umfang des Service-Portfolios gehören Corporate Travel Management, Consulting, Events & Meetings Management und Sports sowie Expense Management durch die Beteiligung an Spendvision.

Firmenprofil

HRG ist ein preisgekrönter, internationaler Geschäftsreisedienstleister. Das Unternehmen wurde 1845 gegründet und weist über 60 Jahre Erfahrung im Geschäftsreise-Management auf. HRG besitzt eigene Unternehmen oder hält Mehrheitsbeteiligungen an Geschäftsreiseagenturen in 25 wichtigen Schlüssel- und Wachstumsmärkten im asiatisch-pazifischen Raum, in Europa und in Nordamerika. Mit seinem weltweiten Partnernetzwerk ist HRG in über 100 Ländern präsent.

Branchenfokus

Zum umfangreichen Kundenstamm von HRG zählen ca. 30 % FTSE-100-Unternehmen sowie zahlreiche Fortune-500-Unternehmen aus vielfältigen Branchen. Neben großen nationalen und internationalen Unternehmen betreut HRG ebenso kleine und mittelständische Betriebe, Unternehmen der öffentlichen Hand sowie bedeutende Sportvereine und -verbände.

Weitere Firmenangaben

Geschäftsführer/Vorstand:	Dr. Mathias Warns
Einkaufsleiter:	-
Verkaufsleiter:	Thomas Oppermann
Umsatz letztes Geschäftsjahr:	Hogg Robinson Group plc: 6,5 Milliarden \$
Anzahl der Beschäftigten:	ca. 12.000 im weltweiten Netzwerk inkl. Vertragspartner
Ust-IdNr.:	DE 814 676 484
Gründungsjahr:	1845
Geschäftsstellen Niederlassungen:	Rund 100 Standorte in Deutschland
Zertifizierung des Unternehmens:	DIN EN ISO 9001:2000 / Umweltzertifikat ISO 14001:2004

Corporate Travel Management



Die Fähigkeiten von HRG Corporate Travel Management gehen weit über das klassische Travel Management hinaus und sind darauf ausgerichtet, die Belange von Entscheidungsträgern im Unternehmen und ihren Reisenden gleichermaßen zu erfüllen. Neben der Durchführung von einfachen oder komplexeren Reisebuchungen – sowohl online als auch über erfahrene Reiseberater – bietet HRG Corporate Travel Management Service- und Beratungsdienstleistungen an, um Sie bei Entscheidungen für das Travel Management und bei Ihren Einkaufsverhandlungen zu unterstützen.

Events & Meetings Management



HRG Events & Meetings Management ist auf die Erarbeitung und Realisierung von Meetings, Tagungen, Kongressen, Incentive-Reisen und kreativen Events spezialisiert. Mit unserer Einbindung in das internationale Netzwerk von HRG, einem großen Einkaufsvolumen und kreativem Know-how sorgen wir dafür, dass Ihre Ansprüche in höchstem Maß erfüllt werden. Optimale Sicherheit in jeder Phase, hohe Transparenz und Beratung zur Senkung Ihrer Kosten gehören selbstverständlich dazu.

Consulting



HRG Consulting ist eine unabhängige Abteilung von HRG und steht für umfangreiche, neutrale sowie projektbasierte Beratungsdienstleistungen für Lieferantenprogramme, die Einführung und Verwaltung von Reiserichtlinien sowie Kosten- und Prozessmanagement. HRG Consulting kann Ihnen dank seiner langjährigen Branchenkenntnis einen Service anbieten, um Ihr Travel Management Programm zu optimieren sowie Reisekosten zu kontrollieren und nachhaltig zu senken.

Sports



HRG Sports wickelt Reisearrangements für namhafte Clubs, Vereine, Verbände und Fans ab. HRG Sports war z.B. im Rahmen der FIFA-Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland im Auftrag des nationalen Organisationskomitees für die Unterkunftsorganisation, die gesamte Transportlogistik sowie die Planung und Durchführung von begleitenden Events verantwortlich.

Expense Management



Durch die Mehrheitsbeteiligung an Spendvision, einem der weltweit führenden Anbieter für automatisiertes Reisekosten-Management, bietet HRG Expense Management eine webbasierte, in allen gängigen Sprachen und Währungen arbeitende Reisekostenmanagement-Lösung inklusive Datenreporting und Datenkonsolidierung, die eine umfassende Kontrolle über Reisekosten ermöglicht.

Resümee

HRG bietet seinen Kunden eine große Auswahl an innovativen und auf den individuellen Kundenbedarf zugeschnittenen Lösungen und Dienstleistungen. Alles – unsere Mitarbeiter, Technologien, Prozesse und Verfahren richten sich nach den Bedürfnissen und Erwartungen unserer Kunden. Wir nutzen unsere Einkaufsmacht und unsere Prozess- und Analysekenntnisse, um Reisekosten zu reduzieren und gleichzeitig die Servicequalität und Sicherheit für unsere Kunden und ihre Reisenden zu erhöhen.

Wachsende Bedeutung des Beschaffungswesens im Travel Management

Die Geschäftsreisebranche durchlief in den letzten Jahren zahlreiche Veränderungen. Geschäftsreisedienstleister wie z.B. die Hogg Robinson Group (HRG) sind nicht länger einfach nur reine Geschäftsreiseabwickler, sondern wandeln sich verstärkt zu Anbietern proaktiver Beratungsservices, die ihren Kunden maßgeschneiderte Mehrwertlösungen bereitstellen. In diesem Sinn übernehmen sie die Rolle von Managementberatern, die ein umfassendes Verständnis für die Unternehmenskultur und das geschäftliche Umfeld der Kunden aufbringen und auf diese Weise eine maximale Rendite für Geschäftsreise bezogene Investitionen realisieren.

Viele der evolutionären Entwicklungen in der Geschäftsreisebranche wirken sich auch unmittelbar auf die Tätigkeiten im Beschaffungsmanagement aus. So wurde von kommissionsabhängigen Vergütungsmodellen auf transaktionsbasierte Vergütungsmodelle umgestellt, es wurden so genannte Open-Book-Vereinbarungen getroffen und man hat auf dem Gebiet der Ausschreibungsprozesse neue, innovative Wege beschritten.

Da die Reisekosten mittlerweile zu den größten Kostenfaktoren eines Unternehmens zählen können, verwundert es nicht, dass zu den wesentlichen Änderungen die größere Bedeutung der Beschaffungsfunktionen und deren wachsender Einfluss auf das Travel Management in Unternehmen zählen. Denn während in den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts nur 15% der mit dem Einkauf von Reiseleistungen beauftragten Personen Finanz- oder Beschaffungsspezialisten waren, liegt dieser Anteil in Europa bei über 80% und in den USA sogar noch darüber.

Im Allgemeinen wird davon ausgegangen, dass die Beschaffungsfunktionen den Unternehmen durch harte Verhandlungen Einsparungen erzielen. Aber die Beschaffung hat im Grunde dann den größten Nutzen, wenn sich im Hinblick auf die Ziele des betreffenden Unternehmens der Preis und der erhaltene

Gegenwert bzw. die erbrachten Dienstleistungen sowie der Mehrwert die Waage halten.

Die Aufgabe der Geschäftsreisedienstleister besteht darin, sicherzustellen, dass jeder am Reiseeinkaufsprozess beteiligte Mitarbeiter den wahren Wert der Leistungen versteht, den sie erbringen.

Unabhängig davon, ob der letztendliche Entscheider nun ein Travel- oder Beschaffungsmanager oder der Finanzdirektor eines Unternehmens ist, sollte immer die ganze Bandbreite der Lösungen präsentiert werden, die Anbieter wie z.B. HRG Kunden zur Erreichung ihrer unternehmerischen Ziele anbieten können.

Denn insgesamt betrachtet ist der Reiseservice nicht einfach eine Handelsware, sondern eine vielschichtige Dienstleistung zur Befriedigung der Bedürfnisse ganz unterschiedlicher Menschen auf ganz unterschiedliche Weise und zu ganz unterschiedlichen Zeiten.

Ansprechpartner für Geschäftsreisedienstleister heute sind mit hoher Wahrscheinlichkeit die Mitglieder eines Entscheiderteams, dem zwar häufig ein Beschaffungsmanager vorsteht, das aber ansonsten auch aus Travel Managementfunktionen und Interessensvertretern besteht. Das Verständnis der einzelnen Abteilungen in Bezug auf die wesentlichen Unternehmensziele in Kombination mit dem Expertenwissen und Fähigkeiten des Entscheiderteams stellt eine professionelle Grundlage und Struktur dar für die Entwicklung von Reisebeschaffungsprozessen und Reiserichtlinien.

Referenzkunden

HRG betreut ca. 30 % der FTSE 100 und einen großen Anteil der Fortune 500 Unternehmen. Über 250 Kunden nutzen HRG in mehr als einem Land. Über 100 von diesen betreuen wir in mehr als 5 Ländern. Auszug unserer Referenzkunden: Barclays Bank, BMW, Deutsche Fußball Liga (DFL), Diageo, GlaxoSmithKline, HSBC, Merrill Lynch, Ministry of Defence (UK), NBA, Pfizer, PricewaterhouseCoopers, Procter & Gamble, GTZ (Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit)

Auch in den kommenden Jahren wird es Veränderungen in der Geschäftsreiseindustrie geben. Dann wird diese neue Landschaft von noch mehr Vertriebskanälen, noch mehr Anbietern und noch größerer Komplexität gekennzeichnet sein. Dabei werden auch die Online-Auktionen und elektronischen Ausschreibungsprozesse weiter an Bedeutung gewinnen.

Im Interesse aller im Geschäftsreise-Beschaffungsprozess beteiligten Parteien bleibt der wesentliche Punkt die fortgesetzte partnerschaftliche Zusammenarbeit des hausinternen Beschaffungsteams mit dem externen Berater, dem Geschäftsreisedienstleister. Nur mithilfe einer solchen Partnerschaft lässt sich eine echte „Win-Win-Situation“ und damit eine optimale Rendite herbeiführen.



Autor: Dr. Mathias Warns
Managing Director Germany
HRG Germany
Hogg Robinson Germany GmbH & Co. KG
Neumarkt 35-37
50667 Köln
Telefon: +49 (0)221 2028-201
E-Mail: info.de@hrgworldwide.com
www.hrgworldwide.com

Kategorien

- Geschäftsreise Büro
- Hotel
- möblierte Appartements

Firmendaten

Boarding House OrchideenPark - Ein Projekt der IG Immobilien Unternehmensgruppe
Service Center
Püchlgasse 1A-1D
1190 Wien
Österreich
Telefon: +43 (0)1 29 88 502
Fax: +43 (0)1 29 88 501
E-Mail: concierge@orchideenpark.at
Homepage: www.orchideenpark.at/boardinghouse
Firmentyp: GmbH

Kontakt

Ansprechpartner: Frau Nicole Falmbigl
Position: PR & Marketing
Telefon: +43 (0)1 532 02 40-247
Fax: +43 (0)1 532 02 42
E-Mail: nicole.falmbigl@ig-immobilien.com

Hauptgeschäftsfelder

Full-Service Dienstleister für Immobilien: Projektentwicklung und -umsetzung, Facility Management und Immobilienverwaltung im gehobenen Segment

Firmenprofil

Boarding House OrchideenPark – Arbeiten und Wohnen auf Zeit
Das „Boarding House“ – eine Mischung aus Hotel und Wohnhaus, ist vor allem für jene gedacht, die aus beruflichen Gründen für einige Zeit in eine fremde Stadt ziehen müssen. Die Vorteile einer eigenen Wohnung werden mit den Annehmlichkeiten eines Hotels kombiniert. Exklusive Appartements dienen als Kurzzeit-Zuhause für Gäste wie z.B. Geschäftsleute, Künstler oder Projektmitarbeiter. Alle Appartements sind zudem mit High-Tech Geräten und Internet-Anschluss ausgestattet. Egal ob kurzfristig einzuberufendes Meeting oder wichtiges Fax – im hauseigenen Business Corner gibt es für alle Probleme des Arbeitsalltags die passende Lösung. Ab einer Aufenthaltsdauer von einem Monat genießen Sie die Privatsphäre einer Wohnung und das umfangreiche Service des Concierge-Teams sowie viele weitere Business- und Wohnhighlights. Arbeiten und Wohnen – in perfekter Symbiose. www.orchideenpark.at/boardinghouse

Branchenfokus

- kundenorientierte Einkaufszentren mit Beitrag zur Stadtentwicklung
- Boarding House Lösungen im Geschäfts-Segment

Weitere Firmenangaben

Geschäftsführer/Vorstand:	Herr Dir. Ing. Hermann Klein
Einkaufsleiter:	Frau Sabine Zwierschitz
Verkaufsleiter:	Herr Ing. Michael Finding
Umsatz letztes Geschäftsjahr:	30 Mio. Euro
Anzahl der Beschäftigten:	ca. 70
Ust-IdNr.:	ATU43095002
Gründungsjahr:	1990
Geschäftsstellen Niederlassungen:	1
Zertifizierung des Unternehmens:	DIN ISO 9001

Boarding House OrchideenPark - Wohnen auf Zeit 




... eine besonders interessante Alternative zu einem Hotelaufenthalt

- Exklusive möblierte Appartements mit Concierge Service in 1190 Wien
- Fünf-Sterne-GePühl mit persönlichem Flair zu einem bestechenden Preis
- Nicht daheim und doch zu Hause: Fitness Center, Wellness-Bereich



Boarding House OrchideenPark
Püchlgasse 1A-1D, 1190 Wien, Österreich, Tel. +43/1/29 88 502
concierge@orchideenpark.at, www.orchideenpark.at/boardinghouse

Ein Projekt der  **IG Immobilien Unternehmensgruppe**

Kategorien

- Fuhrparkmanagement
- Leasinggesellschaft

Firmendaten

LeasePlan Deutschland GmbH
 Hellersbergstr. 10b
 41460 Neuss
 Deutschland
 Telefon: +49 (0)2131 132-200
 Fax: +49 (0)2131 132688-200
 E-Mail: marketing@leaseplan.de
 Homepage: www.leaseplan.de
 Firmentyp: GmbH

Kontakt

Ansprechpartner: Frau Sylvia Lier
 Position: Geschäftsleitung Vertrieb
 Telefon: +49 (0)2131 132-170
 Fax: +49 (0)2131 132688-170
 E-Mail: sylvia.lier@leaseplan.de

Hauptgeschäftsfelder

Fuhrparkmanagement und Fahrzeugleasing

Firmenprofil

Die LeasePlan Deutschland GmbH wurde 1973 in Düsseldorf gegründet. In der Hauptverwaltung in Neuss sowie in den Niederlassungen in Neuss, Hamburg, Frankfurt, Stuttgart und München sind insgesamt 320 Mitarbeiter beschäftigt. Mitte 2008 wurden in Deutschland 82.000 Pkw, Transporter und Nutzfahrzeuge betreut. Weltweit hat LeasePlan über 1,3 Millionen Fahrzeuge unter Vertrag. Die LeasePlan-Gruppe ist weltweit mit Niederlassungen in 23 europäischen Staaten sowie in den USA, Brasilien, Indien, Australien, Neuseeland und den Vereinigten Arabischen Emiraten vertreten. LeasePlan bietet für Unternehmen, Freiberufler und Gewerbetreibende bereits ab einem Fahrzeug für alle Marken und Modelle Autoleasing und die komplette Fuhrparkverwaltung inklusive einer umfassenden Optimierungsberatung.

Branchenfokus

Branchenunabhängig

Weitere Firmenangaben

Geschäftsführer/Vorstand:	Johan Friman, Roelof Hansman
Einkaufsleiter:	Elmo Geißler
Verkaufsleiter:	Sylvia Lier
Umsatz letztes Geschäftsjahr:	836.000 TEUR
Anzahl der Beschäftigten:	320
Ust-IdNr.:	DE 120693885
Gründungsjahr:	1973
Geschäftsstellen Niederlassungen:	5
Zertifizierung des Unternehmens:	DIN ISO 9001:2000

Unsere Leistungen

LeasePlan bietet Ihnen folgende Vertragsarten an:

- Management & Controlling
- Sale and Lease Back
- Geschlossene Kalkulation
- Nutzfahrzeugkalkulation

Für Unternehmen mit einem Fuhrpark ab 20 Fahrzeugen zusätzlich:

- Offene Kalkulation

Die Dienstleistungspalette umfasst folgende Leistungen:

- Finanzierung
- Fahrzeugbeschaffung
- Instandhaltung / Instandsetzung
- Reifen
- Tankkartenservices
- Unfallmanagement
- Schadenservices
- Versicherungsservices
- Mietwagenservices
- Steuern/GEZ/Maut
- nationales und internationales Reporting
- Online-Fahrzeug-Konfigurator und -Kalkulator für Fuhrparkverantwortliche und Dienstwagennutzer
- Beratungsleistungen
 - Strategieentwicklung
 - Prozessberatung
 - Optimierungs- und Wirtschaftlichkeitsberatung
 - Dienstwagenordnung
 - Informationsdienste
- Umweltinitiativen
- Gebrauchtfahrzeugvermarktung
- Nutzfahrzeugkompetenzen
- Internationale Flottenlösungen



Resümee

LeasePlan entwickelt mit Leidenschaft innovative Produkte, die Ihr Fuhrparkmanagement nicht nur erheblich vereinfachen, sondern es außerdem messbar wirtschaftlicher machen. LeasePlan liefert Ihnen individuelle Lösungen und geht flexibel auf Ihre Unternehmenssituation ein. Erwarten Sie also überraschend gute Ideen für Ihren Fuhrpark und stellen auch Sie fest: It's easier to leaseplan.

Referenzkunden

Eine aktuelle Liste unserer namhaften Referenzkunden senden wir Ihnen auf Wunsch gern zu.

Kategorien

- Hotelreservierung
- Internet Dienstleistung
- Online-Hotel-preisvergleich
- Reisekostenmanagement

Firmendaten

trivago GmbH
Ronsdorfer Str. 77
40233 Düsseldorf
Deutschland
Telefon: +49 (0)211 7584869-0
Fax: +49 (0)211 7584869-9
E-Mail: info@trivago.com
Homepage: www.trivago.de
Firmentyp: GmbH

Kontakt

Ansprechpartner: Malte Siewert
Position: Geschäftsführer
Telefon: +49 (0)211 7584869-3
Fax: +49 (0)211 7584869-9
E-Mail: malte.siewert@trivago.com

Hauptgeschäftsfelder

- Kostenloser Internetdienstleister für Geschäfts- und Privatreisende: Vergleich der Raten von 37 Vertriebsportalen zu 300.000 Hotels weltweit
- KMUs nutzen die trivago Hotellsuche, um die direkten Reisekosten zu senken

Firmenprofil

- gegründet im April 2005
- beschäftigt 27 Mitarbeiter aus 12 Nationen
- Hauptsitz in Düsseldorf, Niederlassungen in Paris, London, Madrid, Mailand
- 10 Länderseiten in Europa
- 3 Mio. Besucher pro Monat
- 80.000 aktive Mitglieder
- 300.000 Hotels mit Unique Content in eigener Datenbank
- 3 Mio. Hotelbewertungen (187.000 eigene)
- Investoren: EFF, HOWZAT Media u.a.
- Preise: RedHerring Gewinner, travolution Award, fww Testsieger

Branchenfokus

Hotelübernachtungen

Weitere Firmenangaben

Geschäftsführer/Vorstand:	Malte Siewert
Einkaufsleiter:	
Verkaufsleiter:	Ulrike Pithan
Umsatz letztes Geschäftsjahr:	11 Mio. Euro
Anzahl der Beschäftigten:	ca. 27
Ust-IdNr.:	DE 814 414 038
Gründungsjahr:	2005
Geschäftsstellen Niederlassungen:	4
Zertifizierung des Unternehmens:	keine Angabe

Alle Hotels – alle Anbieter - alle Preise

trivago bietet eine umfangreiche Online Suche für Hotels und Übernachtungspreise. Die trivago Hotellsuche vergleicht die Preise von 37 Vertriebsportalen wie HRS, Expedia und hotel.de zu 300.000 Hotels weltweit. Die Buchung erfolgt dabei nie auf trivago. Der Kunde wird immer zum Reisebüro seiner Wahl weitergeleitet. Der Vergleich lohnt sich, da der Preis für eine Übernachtung von Anbieter zu Anbieter stark schwankt. Im Schnitt sparen Reisende mit trivago 32 Prozent bei jeder Buchung. trivago vergleicht neben den großen Online Reisebüros auch viele regionale Spezialisten. Dadurch findet der Reisende häufig günstigere Angebote als bei den bekannten Reiseseiten. Gerade zu Messezeiten finden Geschäftsreisende kurzfristig noch verfügbare Zimmer auf trivago.de. Mit Hilfe der Umkreissuche findet der Reisende ein Zimmer im Umkreis von 20km zum Zielort.



Alle Details zur Buchung

Die Ergebnisse der trivago Hotellsuche zeigen nicht nur den günstigsten Anbieter, sondern geben auch Auskunft darüber, ob ein Frühstück enthalten ist, ob eine Kreditkarte erforderlich und die Buchung stornierbar ist. Egal wonach gesucht wird, z.B. Mallorca, Schwarzwald, Stockholm oder Adlon Berlin, trivago findet schnell alle verfügbaren Angebote zu dem jeweiligen Ziel. Der Reisende kann gezielt nach Hotels in nächster Nähe seines Reiseziels suchen. Hierbei helfen die Kartenansicht und die Suche über Eingabe der Adresse. 150 Filterkriterien helfen dem

Referenzkunden

KMUs nutzen die trivago Hotellsuche, um die direkten Reisekosten zu senken. trivagos größter Kunde ist der Kosmetikanbieter L'Oréal, der die trivago Suchtechnologie gerade in sein bestehendes Buchungssystem integriert hat. Die Kamps AG und die Boehringer Ingelheim Pharma GmbH nutzen trivago für ihre Hotelbuchungen.

Reisenden, das für ihn optimal ausgestattete und gelegene Hotel zu finden. Egal ob W-Lan im Zimmer, ein Golfplatz in der Nähe oder ein Tagungsraum erwünscht ist, trivago findet das ideale Hotel. 3 Millionen Hotelbewertungen informieren zusätzlich über die Leistung vor Ort und erleichtern die Wahl.



Resümee

Die trivago Hotellsuche verschafft Reisenden einen schnellen Überblick über die aktuell verfügbaren Hotelangebote. Geschäftsreisende und Travel Manager sparen Zeit und Geld und müssen nie mehr zu viel für eine Übernachtung zahlen. Zusätzlich informiert trivago über alle für die Reiseplanung nötigen Details.



Kategorien

- Fahrzeugrücknahme und- Verwertung
- Fuhrparkmanagement
- Leasinggesellschaft
- Reparatur- und Wartungsservice
- Schadensmanagement
- Tankkarten
- Versicherung

Firmendaten

Volkswagen Leasing GmbH
Geschäftsbereich Großkunden
Gifhorner Straße 57
38112 Braunschweig
Deutschland
Telefon: +49 (0)531 212-3443
Fax: +49 (0)531 212-3876
E-Mail: großkunden@vwfs.com
Homepage: www.vw-leasing-fleet.de
Firmentyp: GmbH

Kontakt

Ansprechpartner: Uwe Scholz
Position: Leitung Vertrieb Großkunden 2
Telefon: +49 (0)531 212-3222
Fax: +49 (0)531 212-73222
E-Mail: uwe.scholz@vwfs.com

Ansprechpartner: Jens Legenbauer
Position: Leitung Vertrieb Großkunden 1
Telefon: +49 (0)531 212-3283
Fax: +49 (0)531 212-73283
E-Mail: jens.legenbauer@vwfs.com

Ansprechpartner: Thomas Rennebaum
Position: Leitung Marketing und Produktentwicklung
Telefon: +49 (0)531 212-3685
Fax: +49 (0)531 212-73685
E-Mail: thomas.rennebaum@vwfs.com

Hauptgeschäftsfelder

Fahrzeugleasing, Fahrzeugrücknahme und -Verwertung, Fuhrparkmanagement, Reparatur- und Wartungsservice, Schadensmanagement, Versicherungen

Firmenprofil

Volkswagen Leasing: das bedeutet hochwertige Produkte, zuverlässiger und kompetenter Service, sowie kosteneffiziente und individuelle Lösungen für alle Fuhrparkgrößen. Unseren Kunden steht mit über 3.000 Markenwerkstätten das dichteste Kundendienstnetz Deutschlands zur Verfügung. Mit über 500.000 Verträgen im Management alleine im Geschäftsbereich Großkunden (per Oktober 2008) ist die Volkswagen Leasing Marktführer unter den automobilen Leasinggesellschaften in Deutschland.

Branchenfokus

Großkunden aller Branchen

Weitere Firmenangaben

Geschäftsführer/Vorstand:	Lars Henner Santelmann, Sprecher der Geschäftsführung, Dirk H. Pinkvos, Geschäftsführer
Umsatz letztes Geschäftsjahr:	6.563 Mio
Anzahl der Beschäftigten:	über 300 (allein im Geschäftsbereich Großkunden)
Ust-IdNr.:	811.115.317
Gründungsjahr:	1966
Geschäftsstellen Niederlassungen:	11 europaweit
Zertifizierung des Unternehmens:	keine Angaben

Volkswagen Leasing

Die Volkswagen Leasing bietet ihren Kunden hochwertige Produkte, zuverlässigen und kompetenten Service sowie individuelle Fuhrparkbetreuung. Im Rahmen individueller Flottenlösungen für Großkunden entlastet die Volkswagen Leasing den Flottenbetreiber von Verwaltungs- und Serviceaufgaben für seinen Fuhrpark, was zu einer Reduktion seines Personalaufwandes sowie der hiermit verbundenen Kosten führt.

Auf der Basis eines modular aufgebauten Produkt- und Serviceportfolios bietet die Volkswagen Leasing ihren Kunden kosteneffiziente und individuelle Flottenlösungen. Bei unseren Kerndienstleistungen handelt es sich um:

- Wartung- und Verschleißreparaturen
- Reifenersatz
- Versicherungsleistungen
- Online-Reporting (fleetCARS)
- Services wie Tankkarten, GEZ, Kfz-Steuer, Mietwagen

Die einzelnen Dienstleistungen und Services können separat ausgewählt oder nach individuellem Bedarf zu einer umfassenden Mobilitätslösung kombiniert werden.

Des Weiteren bieten wir spezielle Dienstleistungspakete an, welche das Fahrzeugleasing mit mehreren Kerndienstleistungen zu interessanten Paketlösungen (dem ServicePaket sowie dem ComfortPaket) verbinden.

Diese Pakete ermöglichen unseren Kunden eine einfache und kostengünstige Fuhrparkverwaltung und bieten darüber hinaus einen attraktiven Preisvorteil. Mit der Europa Tank und Service Karte Bonus können zudem alle Dienstleistungen bargeldlos in Anspruch genommen werden.

Durch die enge Zusammenarbeit mit den Marken Volkswagen, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi, Skoda und Seat sind ganzheitliche Fuhrparklösungen für alle Fahrzeugklassen vom Kleinwagen bis zur Oberklasse, sowie für leichte Nutzfahrzeuge möglich.

Im Juli 2007 startete die Volkswagen Leasing im Rahmen ihrer Dienstleistungsoffensive den äußerst erfolgreichen Aktionstarif „Wartung und Verschleiß 50“. Im Rahmen dieser Aktion erhalten die Kunden einen Preisnachlass von bis zu 50% – in Kombination mit einem Finanz-Leasingvertrag – auf die Dienstleistung Wartung und Verschleiß. Aufgrund der positiven Entwicklung dieser Maßnahme wurde der Aktionstarif mittlerweile auf alle Kern-Marken des Volkswagen-Konzerns (VW PKW, VW Nutzfahrzeuge, Audi, Seat, Skoda) ausgeweitet.

Ausgezeichnet:

Zum dritten Mal in Folge verlieh das Fachmagazin „Autoflotte“ der Volkswagen Leasing im Jahr 2008 den begehrten Autoflotten-Award für die beste Leasing- und Flottenmanagement-Gesellschaft. Des Weiteren erhielten die Braunschweiger von der Fachzeitschrift Firmenauto erneut den ersten Platz in der Kategorie „Leasing & Fuhrparkmanagement“.



Unsere Dienstleistungen

Unter dem Namen „Fleet Competence“ bringt die Volkswagen Leasing ab Herbst 2008 eine Flottenlösung für alle Flottengrößen auf den Markt. Diese besteht aus drei hochinteressanten Dienstleistungs-Modulen: der Europa Tank & Service Karte „Bonus“ oder „Individual“, der elektronischen Führerscheinkontrolle und dem Reporting Tool „Fleet Cars“.

Die Europa Tank & Service Karte „Individual“ zielt auf die Betreiber großer Flotten ab. Neu ist die Europa Tank & Service Karte „Bonus“ für kleine und mittlere Unternehmen, die in Verbindung mit einem Finanzleasingvertrag kostenlos ist.

Europa Tank & Service Karte Bonus

Grundsätzlich erhalten die Kunden ein Tankkarten-Doppel, bestehend aus einer Tankkarte der Firma Shell, sowie einer weiteren Tankkarte der Firma Agip. Diese können europaweit an über 19.000 Akzeptanzstellen der oben genannten Gesellschaften eingesetzt werden. Inbegriffen ist zudem ein Dieselrabatt bei Shell und bei Agip bzw. dem Routex-Verbund in Höhe von einem Cent (brutto) je Liter sowie ein Startguthaben von 500 Clubsmartpunkten bei Shell. Des Weiteren gibt es bei Agip im Inland zehn Prozent Nachlass auf die Wagenwäsche.

Elektronische Führerscheinkontrolle

Zweiter Servicebaustein von Fleet Competence ist die elektronische Führerscheinkontrolle. Dafür rüstete Volkswagen Leasing einen Teil der VW-Vertrags Händler mit dem Kontrollsystem von Lap ID aus. Zusätzlich können die Führerscheine bei einer Vielzahl der Shell-Stationen sowie der Dekra-Niederlassungen kontrolliert werden. Insgesamt stehen den Kunden bundesweit über 1.100 Prüfstationen zur Verfügung. Die „Siegelung“ (Aufbringung des Prüfsiegels) muss einmalig vom jeweiligen Fuhrparkverantwortlichen vorgenommen werden. Das Ergebnis der Prüfung wird online in das Reporting-System „Fleet Cars“ übertragen und ist somit für den Fuhrparkverantwortlichen jederzeit einsehbar. Eine erneute manuelle Prüfung der Führerscheine ist dadurch nicht erforderlich.

fleetCARS

Mit dem Reporting-Tool fleetCARS rundet die Volkswagen Leasing ihre Flottenlösung ab. Hier laufen die Daten, die über die Tankkarte generiert sowie im Rahmen der Führerscheinkontrolle erhoben werden

mit allen relevanten Stamm- und Bewegungsdaten der Fahrzeuge, die über die Volkswagen Leasing geleast sind bzw. gemanagt werden, zusammen. Somit ist der Fuhrparkmanager in der Lage jegliche Fuhrparkdaten zu jeder Zeit und von jedem beliebigen Ort gezielt, schnell und einfach zu analysieren und zu bearbeiten.

Für Unternehmen, die nicht die Komplettlösung wünschen oder bereits Teilbausteine aus Fleet Competence nutzen, sind alle drei Module selbstverständlich auch einzeln zu haben.

Online-Services

Unter www.vw-leasing-fleet.de, dem Online-Portal der Volkswagen Leasing GmbH, stehen den Großkunden neben fleetCARS online eine Vielzahl weiterer interaktiver Leistungen zur Verfügung, die für ein Höchstmaß an Transparenz und Komfort im Fuhrparkmanagement sorgen.

So bieten wir unseren Kunden mit der Anwendung WebQuotation die Möglichkeit Fahrzeug-Online-Konfigurationen sowie Kalkulationen vorzunehmen. Weiterhin bietet die Volkswagen Leasing den Fahrern eines Dienstwagens die Fahredirektkommunikation sowie einen online Gehaltsrechner an.

Ausblicke

Im Rahmen des Fuhrparkmanagements rückt die Aktuelle Klimasituation immer stärker in den Fokus der verantwortlichen Manager. Die Volkswagen Leasing hat bereits auf die aktuelle Klimasituation reagiert und arbeitet derzeit an einem CO₂-Leasingmodell. Der Ansatz des CO₂-Modells der Volkswagen Leasing besteht darin, ein mehrstufiges Modell zu entwickeln, das dem Kunden einen langfristigen Nutzen aufzeigt. Abgerundet wird das Modell durch ein Spritspar- oder Öko-Fahrertraining, um auch bei den Dienstwagenutzern das Bewusstsein für eine Umweltschonende Fahrweise zu schaffen und so eine weitere Verringerung des CO₂-Ausstoßes zu bewirken.

Ein gutes Gefühl: über 3.000 Partner in Ihrer Nähe



Was ist das Beste für einen gut funktionierenden Fuhrpark? Ganz einfach: eine ausgezeichnete Leasinggesellschaft mit einem hervorragenden Vertriebs- und Servicenetz. Mit über 3.000 Handelspartnern der Volkswagen Konzern-Organisation und unserer direkten Betreuung haben Sie immer Kontakt zu allen wichtigen Ansprechpartnern. Überzeugen Sie sich.



– Zeitschrift Autoflotte: „Beste Leasinggesellschaft“ – 2006, 2007 und 2008
– Zeitschrift Firmenauto: „Beste Marke, Leasinganbieter“ – 2007 und 2008
– Zeitschrift Flottenmanagement: „Erfolgreichster Leasinganbieter“

VOLKSWAGEN LEASING

GMBH

Stichwortverzeichnis

Sie finden im Verzeichnis neben Stichwörtern aus den Firmenprofilen weitere ergänzende Stichwörter, die von den Unternehmen abgedeckt werden, aber in den Profilen wegen der notwendigen Reduzierung auf das Wesentliche nicht explizit aufgeführt sind.

Analyse	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; HRG 156-159 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Anschlussmobilität	ALD 142,143 ; DB Rent 148,149 ; Volkswagen Leasing 166-169
Autoverkauf	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; Volkswagen Leasing 166-169
Autovermietung	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; Volkswagen Leasing 166-169
Bedarfs- und Prozesskostenanalysen	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; HRG 156-159 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Beratung	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; HRG 156-159 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Beratung alternative Antriebsarten	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; Volkswagen Leasing 166-169
Beratung Travelmanagement	HRG 156-159
Business Travel Agentur	HRG 156-159
Car Policy	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
CarConfigurators	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Carsharing	ALD 142,143 ; DB Rent 148,149
Chauffeurservice	DB Rent 148,149
CO2-Leasingmodell	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Eco-Fahrtrainings	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Einsparungspotenziale	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; HRG 156-159 ; trivago 164,165 ; Volkswagen Leasing 166-169
Exklusive Appartements	IG Immobilien 160,161
Fahrradvermietung	DB Rent 148,149
Fahrzeugbeschaffung	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169

Fahrzeuge mit alternativen Antrieben	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Fahrzeugflotten	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Fahrzeugleasing	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Fahrzeug-Online-Kalkulation	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Fahrzeug-Online-Konfiguration	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Fahrzeugrücknahme	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Fahrzeugverwertung	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Finanzierung	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Fleet Cars	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Fleet Competence	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Fuhrparkanalyse	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Fuhrpark-Benchmarks	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163
Fuhrparkberatung	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Fuhrparkkonzept	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Fuhrparkmanagement	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Fuhrparkverwaltung	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Full-Service-Leasing	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Ganzheitliche Fuhrparklösungen	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Gebrauchtfahrzeugvermarktung	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Hotelbewertungen	trivago 164,165
Incentive-Reisen	DERTOUR 150-153 ; HRG 156-159

Individuelle Lösungen	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 DB Rent 148,149 ; HRG 156-159 ; Volkswagen Leasing 166-169
Instandhaltung / Instandsetzung	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; DB Rent 148,149
Internationale Flottenlösungen	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Kosten- und Prozessmanagement	ALD 142,143 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; HRG 156-159
Kostenanalyse	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 DB Rent 148,149 ; HRG 156-159 ; Volkswagen Leasing 166-169
Kostensenkung	ALD 142,143 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; HRG 156-159 ; trivago 164,165 ; Volkswagen Leasing 166-169
Kostensenkungsberatung	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 DB Rent 148,149 ; HRG 156-159 ; Volkswagen Leasing 166-169
Kraftstoffmanagement	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Krankenrücktransporte	Volkswagen Leasing 166-169
Lang- und Kurzzeitmiete	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 DB Rent 148,149 ; IG Immobilien 160,161
Leasing	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Leasingausschreibungen	ALD 142,143 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 Volkswagen Leasing 166-169
Leasinggesellschaft	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Management & Controlling	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Meetings, Tagungen, Kongresse	DERTOUR 150-153 ; HRG 156-159
Mobilitäts- & Transportmanagement	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,14 ; DB Rent 148,149
Mobilitätsdienstleister	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; HRG 156-159 ; Volkswagen Leasing 166-169
Mobilitätskonzepte	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; Volkswagen Leasing 166-169
Mobilitätslösungen	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; Volkswagen Leasing 166-169
Notfall-Hilfe	Car Professional Management 146,147 ; Europäische Reiseversicherung 154,155 ; Volkswagen Leasing 166-169
Nutzfahrzeugkalkulation	ALD 142,143 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169

Nutzfahrzeugkompetenzen	ALD 142,143 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Öko-Fahrertraining	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; LeasePlan 162,163
Online Suche	Car Professional Management 146,147 ; trivago 164,165
Online-Services	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DERTOUR 150-153 ; HRG 156-159 ; trivago 164,165 ; Volkswagen Leasing 166-169
Optimale Sicherheit	ALD 142,143 ; Car Professional Management 146,147 ; HRG 156-159
Optimierung Travel Management	HRG 156-159
Optimierungs- und Wirtschaftlichkeitsberatung	ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; Volkswagen Leasing 166-169
Outsourcing	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; HRG 156-159 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Paketlösungen	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; HRG 156-159 ; Volkswagen Leasing 166-169
Preisvergleiche	ALD 142,143 ; Car Professional Management 146,147 ; trivago 164,165 ; Volkswagen Leasing 166-169
Privat- und Geschäftsreisen- versicherungen	Europäische Reiseversicherung 154,155
Prozessberatung	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; HRG 156-159 ; Volkswagen Leasing 166-169
Prüfsiegelservice	Car Professional Management 146,147 ; Volkswagen Leasing 166-169
Reduzierung CO2-Ausstoß	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; Volkswagen Leasing 166-169
Reifen	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; LeasePlan 162,163 ; Volkswagen Leasing 166-169
Reisebürovertrieb	HRG 156-159
Reisegesamtorganisation	DERTOUR 150-153 ; HRG 156-159
Reisekostenkontrolle	HRG 156-159
Reisekostenmanagement	HRG 156-159
Reisekostensenkung	HRG 156-159 ; trivago 164,165
Reiseveranstalter	DERTOUR 150-153
Reiseversicherer	Europäische Reiseversicherung 154,155
Reisezielsuche	trivago 164,165
Reparaturservice	ALD 142,143 ; ARVAL 144,145 ; Car Professional Management 146,147 ; DB Rent 148,149 ; Volkswagen Leasing 166-169

Reporting-System	ALD 142,143; ARVAL 144,145; Car Professional Management 146,147; HRG 156-159; Volkswagen Leasing 166-169
Schadensmanagement	ALD 142,143; ARVAL 144,145; Car Professional Management 146,147; DB Rent 148,149; LeasePlan 162,163; Volkswagen Leasing 166-169
Software	ALD 142,143; Car Professional Management 146,147; DB Rent 148,149; DERTOUR 150-153; Volkswagen Leasing 166-169
Spritspar-Fahrertraining	ALD 142,143; ARVAL 144,145; Car Professional Management 146,147; LeasePlan 162,163; Volkswagen Leasing 166-169
Strategieentwicklung	ALD 142,143; ARVAL 144,145; Car Professional Management 146,147; LeasePlan 162,163; Volkswagen Leasing 166-169
Tankkarten	ALD 142,143; ARVAL 144,145; Car Professional Management 146,147; DB Rent 148,149; LeasePlan 162,163; Volkswagen Leasing 166-169
Tankkartenservices	ALD 142,143; ARVAL 144,145; Car Professional Management 146,147; DB Rent 148,149; LeasePlan 162,163; Volkswagen Leasing 166-169
Travelmanagement	DB Rent 148,149; DERTOUR 150-153; HRG 156-159; trivago 164,165
Umweltberatung	ALD 142,143; ARVAL 144,145; Car Professional Management 146,147
Umweltinitiativen	ALD 142,143; Volkswagen Leasing 166-169
Unfallmanagement	ALD 142,143; ARVAL 144,145; Car Professional Management 146,147; LeasePlan 162,163; Volkswagen Leasing 166-169
Unterkunftsorganisation	DERTOUR 150-153; HRG 156-159; Volkswagen Leasing 166-169
Verfahrens- und Prozesssicherheit	ALD 142,143; Car Professional Management 146,147; Volkswagen Leasing 166-169
Verschleißreparaturen	ALD 142,143; ARVAL 144,145; Car Professional Management 146,147; DB Rent 148,149; LeasePlan 162,163; Volkswagen Leasing 166-169
Versicherung	ALD 142,143; ARVAL 144,145; Car Professional Management 146,147; DB Rent 148,149; Europäische Reiseversicherung 154,155; Volkswagen Leasing 166-169
Versicherungsleistungen	ALD 142,143; ARVAL 144,145; Car Professional Management 146,147; DB Rent 148,149; Europäische Reiseversicherung 154,155; HRG 156-159; Volkswagen Leasing 166-169
Versicherungsservices	ALD 142,143; ARVAL 144,145; Car Professional Management 146,147; DB Rent 148,149; Europäische Reiseversicherung 154,155; HRG 156-159; LeasePlan 162,163; Volkswagen Leasing 166-169
Wartungsreparaturen	ALD 142,143; ARVAL 144,145; Car Professional Management 146,147; DB Rent 148,149; Volkswagen Leasing 166-169
Wartungsservice	ALD 142,143; ARVAL 144,145; Car Professional Management 146,147; DB Rent 148,149; Volkswagen Leasing 166-169
Webbasiertes Reisekostenmanagement	HRG 156-159
Wirtschaftlichkeitsbetrachtung	ALD 142,143; ARVAL 144,145; Car Professional Management 146,147; Volkswagen Leasing 166-169

Branchenfokus Teilnehmer Guide Mobilität 2008/2009

Firmen	Branchenübergreifende Fokussierung	Banken, Versicherungen	Chemie, Pharma	Dienstleister bei Gebäuden u. techn. Anlage	Elektro, Elektronik	Energie-, Gas-, Wasserversorgung	Fahrzeugbau u. Zulieferer	Feinmechanik u. optische Erzeugnisse, Bxromas.	Gesundheitseinrichtungen	Handel	Hoch- u. Tiefbau	Holz- u. Kunststoffverarbeitung	Informations- u. Kommunikationssysteme, EDV	Kunstst., Glas, Keramik u. Gummi	Maschinenbau, Anlagenbau, Stahlverf., Gießerei	Mineralöl, Bergbau, Eisen u. Stahl	Nahrungs- u. Genussmittel	Öffentliche Verwaltungen, Behörden	Recycling, Entsorgung	Schiffs- u. Flugzeugbau	Textil, Leder, Papier	Seite
ALD AutoLeasing D GmbH	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	142
Arval Deutschland GmbH	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	144
Car Professional Fuhrparkmanagement und Beratungsges. mbH & Co. KG	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	146
DB Rent GmbH	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	148
DERTOUR GmbH & Co. KG	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	150
Europäische Reiseversicherung AG		X																				154
HRG Germany	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	156
IG Immobilien				X																		160
LeasePlan Deutschland GmbH	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	162
trivago GmbH	X											X										164
Volkswagen Leasing GmbH	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	166



Impressum

Herausgeber

BME e.V.

BMEe.V.

Bolongarostraße 82

D-65929 Frankfurt/Main

Tel. +49 (0)69 30838-100

info@bme.de

www.bme.de



BME net GmbH

BME net GmbH

Bolongarostraße 82

D-65929 Frankfurt/Main

Tel. +49 (0)69 30838-340

info@bmenet.de

www.bmenet.de

Redaktion



Andreas Richter

Der Dipl. Betriebswirt (FH) betreut für die BME net GmbH die BME net Guides, das Benchmark „Effizienz im Einkauf“, die BME net-Marktübersicht Beschaffung und den regelmäßig erscheinenden BME net-Fachnewsletter. Zuvor war er als Produktmanager bei einem Unternehmen der bäurer AG für die Entwicklung von branchenspezifischen eBusiness-Lösungen sowie in leitenden Positionen in Industrie und Verwaltung tätig.

Gestaltung

Stitz+Betz GmbH, Dortmund

www.stitz-betz.de

Das einzigartige Fuhrpark-Verwöhnprogramm: die Weltmarke im Fuhrparkmanagement.

Warum Sie bei LeasePlan so gut aufgehoben sind?
Nun, weil wir alles machen, damit Sie sich wohl fühlen.
Wir erledigen ganz einfach die Aufgaben rund um Ihren
Fuhrpark, so dass Sie sich um andere wichtige Dinge
kümmern können. Lassen Sie sich doch auch mal von uns
verwöhnen – mit erstklassigen Leistungen, umfangreichen
Services und besten Konditionen.
It's easier to leaseplan.

Mehr erfahren Sie unter:
www.leaseplan.de

LeasePlan

