

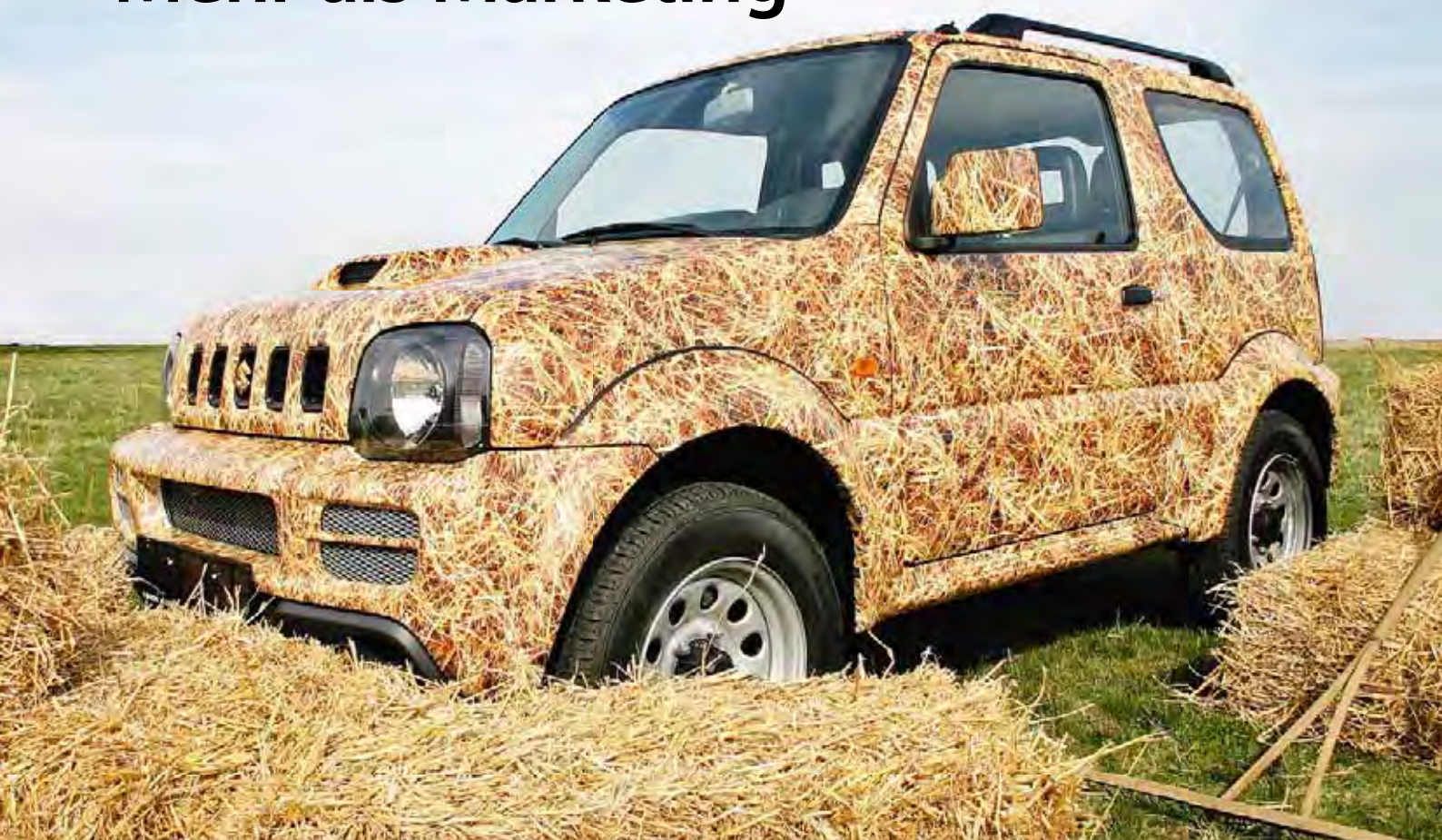
# Autoflotte

Das Magazin für den Fuhrpark

[www.autoflotte.de](http://www.autoflotte.de)

09 | 2014

## Fahrzeugfolierung | Mehr als Marketing



### Flottencheck

Testen Sie den  
Citroën C4 Cactus!

### Brennpunkt Flotte

Leasingvertrag  
passend gemacht

### BGH-Urteil: Nutzungsausfall

Entschädigung trotz  
privatem Leihauto?

# Vom Glätten einer Partnerschaft

**Praxisbeispiel** | Der weltweite Torehersteller wollte seinen Transportern ein neues Design verpassen. Zusammen mit dem Folierer Signal Reklame machte man sich an die Arbeit. Beide Parteien lernten ständig dazu.



Foto: Autoflotte

**Gleiche Unikate** | Trotz unterschiedlicher Transporter-Modelle in der Flotte (u. a. VW, Mercedes) ist das Corporate Design der beklebten Fahrzeuge das gleiche

— Diese zwei verstehen sich. Martin Kaus, Fuhrparkleiter des weltweiten Industrietoreherstellers Efaflex aus Bruckberg nahe München, und Sebastian Kreuzer, Vertriebsleiter des Flottenbeschrifters Signal Reklame aus Schwäbisch Hall, haben gemeinsam viele Kämpfe ausgefochten. Denn wenn es um die Beschriftung von dutzenden Firmenwagen (zumeist Transportern) geht, spannt sich ein Bogen, der von passgenauer Millimeterarbeit bis zu unerwünschten Farbeffekten

reicht – ein großes Spannungsfeld, das beweist: „Richtig folieren können nur wenige.“ Die Einschätzung von Kaus unterstreicht der Vertriebsprofi Kreuzer gern – wohl wissend, dass diese Erkenntnis einem Lernprozess für beide Parteien vorausging.

Bei diesem musste Kaus mehrmals seinen Folier-Partner gegenüber seiner Geschäftsleitung verteidigen. Zu nervenaufreibend war das Herantasten vom Entwurf für das Fahrzeugdesign, der der damals neuen Corporate Identity folgte, hin zur Transporterflotte von gut 100 Fahrzeugen, die nun mit der identischen zweiten Fahrzeughaut Imageträger und Erkennungsmittel für die Niederbayern sind.

**Partnerwahl** | Den Unternehmergeist, den so ein Projekt von Kaus und Kreuzer erfordert, lebt bei Signal Reklame der Firmengründer Markus Schäffler vor. Der Manager verließ 1998 seinen Posten beim Schrauben-Imperium Würth, vom Willen beseelt, sich in

der Werbetechnik neue Sporen zu verdienen. Mittlerweile verzieren die 65 Mitarbeiter nicht nur Außenfassaden mit Werbebotschaften, sondern packen auch Pkw und Transporter akkurat in Folien. Die Süddeutschen gehören zu den großen Anbietern im

**Erkenntnis nach dem Projekt:**  
„Richtig folieren können nur sehr wenige.“

vielerorts kleinteiligen Markt der Folierer (siehe Übersicht S. 20). Aber Größe schützt in dieser Branche nicht davor, bei einem Projekt kein Lehrgeld mehr zahlen zu müssen.

Es beginnt mit der Wahl von Fahrzeug und Druckfarbe. Zunächst bestellte Flottenchef Kaus die Transporter in Weiß. Die Folie des Efaflex-Motivs ist indes silbern. Das Transporterdach kann man zwar grundsätzlich technisch folieren und es sieht danach

## Efaflex | In Kürze

Bei der Firmengründung 1974 war Efaflex der Erste weltweit, der sich ausschließlich mit schnellaufenden Toren beschäftigte. Heute arbeiten mehr als 800 Mitarbeiter weltweit für das Unternehmen, dessen Hauptsitz im bayerischen Bruckberg liegt. Es gibt Tochtergesellschaften u. a. in Österreich, der Schweiz, Großbritannien, Tschechien, Polen und Russland.





- 1** Auftragen | Luftteinschlüsse sind tabu
- 2** Abziehen | Das Efaflex-Logo erscheint
- 3** Profi | Mitarbeiter bei Signal Reklame

auch makellos aus. Dies ist aber sehr aufwendig und dadurch ein Kostentreiber, den viele Kunden bewusst zur Einsparung auslassen. So auch in dem Fall. Das weiße Dach blieb damit ein Makel, den man zwar nur aus der Vogelperspektive sehen konnte, der aber dennoch bestehen blieb. Also bestellt Kaus fortan alle Neuzugänge in Silbermetallic.

Auch hier wurde schnell ein weiteres Problem sichtbar. Generell sorgt der Digital-

druck für die Farbechtheit der einzelnen Folien. Manche Farben, wie etwa Grau, sind aber selbst für die Profis nur schwer einheitlich darstellbar. So lieferten bei Signal Reklame die eingesetzten Digitaldrucker anfangs nicht immer das exakte Farbbild und Kaus fuhr öfters die 260 Kilometer nach Schwäbisch Hall zur Kontrolle. Ein aufwendiger Abstimmungsprozess begann, in dem der Folierer die Prozesse optimierte und Kaus in-

tensive Gespräche mit der Efaflex-Unternehmensführung führte. Selbst einen lokalen Anbieter testete man nun. „Es zeigte sich aber bereits sehr schnell, dass dies nicht funktioniert“, blickt Kaus zurück. Man hielt also an der Partnerschaft fest.

**Sensible Profile** | „Wir haben auch dazu gelernt“, gesteht Kreuzer. Da die Druckerprofile sehr sensibel sind, wird jetzt nur noch ein Gerät für alle Efaflex-Aufträge verwendet.

Zudem gibt es einen Zeitpuffer. „Da die neuen Bestellungen frühzeitig erfolgen, können wir entsprechend früh mit den Vorbereitungen beginnen“, erklärt Kreuzer. Vier Tage plant der Fuhrparkchef Kaus extra ein, wenn die Fahrzeuge vom Ausbauer (Aluca-Leichtbau) kommen und in Schwäbisch Hall ihre werbewirksame neue Hülle erhalten.

**Frage des Standards** | Ein eingespieltes Team will man meinen. Aber nochmal der Blick zurück. „Das definieren unserer Standards war eine der größten Herausforderungen anfangs“, erzählt der Bayer Kaus. Sicken, die an jedem Transporter die Arbeit erschwe-

**„Nur miteinander und ohne Schuldzuweisungen kann das Projekt ein Erfolg werden.“**

ren, sollen stets voll verklebt sein. Zudem sind Lufteinschlüsse nicht erlaubt. Was schriftlich fixiert und anfänglich persönlich durch Kaus Fahrzeug für Fahrzeug in Augenschein genommen wurde, läuft nun von allein. Bestellung. Folierung. Fertig.

Diese Akribie sowie das genügend große Zeitpolster für das Foliererteam, das stets das gleiche ist und das Efaflex-Design sowie die schwierigen Fahrzeugkanten der meisten Transporter (Mercedes-Benz Sprinter und Vito, VW T5 und Crafter) bestens kennen, garantiert ein stressfreies Ende der Folie, wenn diese nach durchschnittlich drei Jahren vom Leasingfahrzeug weichen muss.

**Leasingrückgabe** | „Am Ende sieht der Lack wirklich aus wie neu“, schwärmt Kaus und scheut deshalb nie das finale Gespräch mit dem Leasinggeber, wenn die Fahrzeuge unbeklebt zurückgehen.

Und auch bei einem weiteren Szenario ist der Efaflex-Flottenverantwortliche mittlerweile entspannt. Bei Fahrzeugschäden nach Unfällen. „Neulich hatten wir einen Schaden an einem Transporter in Berlin. Also rückte ein Team von Signal Reklame aus und beklebte vor Ort die reparierten Stellen“, berichtet Kaus. Alles, was es für die sachgerechte Reparatur der Fahrzeughaut braucht, ist eine staubfreie Halle mit Wasser- und Stromanschluss sowie einer Temperatur von mindestens 15 Grad Celsius. Dann kann das Team aus Schwäbisch Hall loslegen und auf dem Transporter wieder den Geparden, das Maskottchen des Herstellers der schnelllaufenden Tore, in Position bringen.

Statt Schnellschüsse sind in dieser Partnerschaft Ausdauer und Kontinuität gefragt. Denn Kaus, der derzeit 209 Fahrzeuge, davon 113 Transporter, unter seiner Regie hat,



steuert die nahezu reine Leasingflotte (ausgenommen sind einige Transporter mit geringer Laufleistung, die selbst gekauft werden) mit Hilfe von zahlreichen Dienstleistern. Das Netzwerk reicht von den Reifen (Euromaster) über Autoglas (Junited Autoglas) und Schadenservice (Auto Fleet Control) bis hin zu den Tankkarten (UTA) sowie den Fahrtenbüchern (Vispiron). Alles, was mit der Beklebung der Flotte zu tun hat, übernimmt Signal Reklame. Und Kaus vertraut dem Team in Süddeutschland.

**Gemeinsame Basis** | „Zwischenmenschlich passt es halt“, sagen Kaus und Kreuzer unisono. Folierer und ihre Kunden sollten manchmal über einen gleichmäßig langen Atem verfügen. Nur miteinander und ohne Schuldzuweisungen, wenn etwas schief läuft, kann man so ein Projekt wie hier in Bruckberg erfolgreich durchziehen, laut dem Credo der zwei, die sich mittlerweile wirklich verstehen. | Rocco Swantusch

- 1 Partner** | Sebastian Kreuzer (Leiter Vertrieb/Signal Reklame, I.) und Martin Kaus (Efaflex)
- 2 Hinweis** | Frisch folierte Fahrzeuge erhalten ein Hinweisschild mit Infos zur Pflege
- 3 Siegel** | Jeder Wagen, der das Werk in Schwäbisch Hall verlässt, erhält eine Qualitätsmarke

**Fuhrpark | Auf einen Blick**

- ▶ 209 Fahrzeuge, davon 96 Pkw und 113 Transporter, Anhänger und Gabelstapler
- ▶ Marken: deutsche Hersteller und deren Tochtergesellschaften (Skoda, Seat), vorwiegend VW, Audi und Mercedes-Benz
- ▶ in der Regel Leasing; Laufzeit/-leistung: 36 Monate bei individueller Laufleistung
- ▶ Car Policy: Pkw: dienstwagenberechtigte Mitarbeiter mit Privatnutzung; Transporter: rein dienstliche Nutzung
- ▶ Dienstleister: Reifen (Euromaster), Autoglas (Junited Autoglas), Schadenservice (Auto Fleet Control), Tankkarte (UTA), Fahrtenbücher für Poolfahrzeuge (Vispiron)

Fotos: Autoflotte