

Flotten management

SPECIAL:
Fahrzeug-
individualisierung



EXKLUSIV-INTERVIEW:
HHL Hamburg Leasing

MANAGEMENT:
Ausblick 2017

FLOTTEN-STRATEGIEN:
Mercedes-Benz & smart

KOSTENVERGLEICH:
Kleinstwagen

Telemark in Schwäbisch Hall



Besucherrekord beim 4. Signal Reklame Flottentag

Mitte Oktober war es so weit - der 4. SIGNAL Reklame Flottentag stand an. SIGNAL-Reklame-Geschäftsführer Markus Schäffler und seine Mannschaft hatten dafür einmal mehr keine Kosten und Mühen gescheut und mit dem ehemaligen Vierschanzentournee-Sieger und Rennfahrer Sven Hannawald erneut auch einen prominenten Gast vor Ort.

Im SIGNAL-Reklame-Werk im Hohenlohekreis konnte Markus Schäffler mit seinem Team rund 220 Fuhrpark-Netzwerker aus ganz Deutschland begrüßen. Diese erwartete ein Programm aus Fachvorträgen, Podiumsdiskussionen, 1:1-Talks und genügend Zeit zum Netzwerken, dem Kernelement der Veranstaltung. Neu war die Kooperation mit dem Firmenauto TESTdrive, bei dem die Teilnehmer am Tag vor beziehungsweise nach dem Flottentag die neuesten Fahrzeugmodelle vieler Hersteller für ihren Fuhrpark testfahren konnten.

Nach einleitenden Worten von Markus Schäffler und der Vorstellung der verschiedenen Aussteller (Mitsubishi Motors, Jaguar Land Rover, SIXT Leasing, bott, Hahn Automobile, Audatex-AUTOonline, ARI Fleet, Euromaster, TCS Technology Content Services, Auto Fleet Control, Wollnikom, DEKRA, Schwabengarage, ETL Kanzlei Voigt) lag der Fokus beim ersten Vortrag auf der Ladungssicherung. Mit anschaulichen Beispielen und einer Erläuterung der Vorschriften (unter anderem: Was ist mit der Anwendung der anerkannten Regeln der Technik gemeint?) brachte Frank Pohlmann (bott) den rund 150 Fuhrparkentscheidern das häufig zu wenig beachtete Thema näher. Im Anschluss referierte Dirk Braun (BridgingIT) über den Stand des autonomen Fahrens. Der Experte für Flottenelektrifizierung ging auf die bereits verschiedenen verfügbaren (teil-)autonomen Techniken im Tesla und die Nutzung dieser in der firmeneigenen Flotte ein.

Die folgende Diskussion zum autonomen Fahren „Was ist bereits möglich?“, moderierte Firmenauto-Chefredakteur Hanno Boblenz. Neben Dirk Braun gesellte sich Milutin Zmijanjac (Kanzlei

Voigt) zur Runde. Der Fachanwalt für Verkehrsrecht konnte Licht in so manches Dunkel bringen (inwieweit darf man bereits teilautonom unterwegs sein?). Allerdings seien auch ihm in vielerlei Hinsicht noch die Hände gebunden, da der Gesetzgeber beim autonomen Fahren noch nicht ins Detail gegangen ist.

Nach einer Pause, die zum Netzwerken und zur mittäglichen Stärkung genutzt wurde, folgte der mit Spannung erwartete 1:1-Talk mit Moderator Jens Zimmermann und Stargast Sven Hannawald. Neben sportlichen Höhepunkten, wie seinen zahlreichen Skisprungerfolgen und Rennerfahrungen bei den ADAC GT Masters (unter anderem mit dem ehemaligen Formel-1-Vizeweltmeister Heinz-Harald Frentzen), ging es auch um seine Burn-out-Erkrankung im Jahre 2004. Dabei gab er wertvolle Tipps zur Stressbewältigung und unterstrich die Wichtigkeit, die eigene Belastungsgrenze nicht dauerhaft zu überschreiten.

Die Folgezeit stand ganz im Rahmen des „Networkings“, ehe der Tag mit der After-Work-„Aperol-Party“ von SIXT Leasing und der Mitsubishi-Menü-Abendveranstaltung „Wein&Schwein“ im Sternerestaurant Reber's Pflug seinen Ausklang fand.

Am Ende des 4. Flottentags konnten alle Beteiligten ein positives Fazit ziehen. Das Event bietet neben seiner angenehmen, familiären Atmosphäre viel Raum zum Netzwerken, interessante Aussteller und ein vielfältiges Rahmenprogramm. Fuhrparkentscheider sollten sich daher schon einmal den 19. Oktober 2017 vormerken. Dann geht der SIGNAL Reklame Flottentag bereits in seine fünfte Runde.



Prominenz in Schwäbisch Hall - mit Sven Hannawald (re.) war ein ehemaliger Weltklasse-Skispringer und noch aktiver Rennfahrer vor Ort

Aileen Jungbluth (Wollnikom, re.) berichtet Sebastian Heuft (Flottenmanagement, li.) von ihren Eindrücken vom Flottentag



Dirk Zieschang (InNuce Solutions, re.) im Gespräch mit Sebastian Heuft (Flottenmanagement) (u.)



„Das Netzwerken bleibt immer im Mittelpunkt“

Am Rande des 4. SIGNAL Reklame Flottentags hatten wir die Möglichkeit, mit Markus Schäffler (CEO SIGNAL Reklame) zu sprechen. Wie er auf die Idee kam, das Event auszurichten und wie es sich im Laufe der Jahre entwickelt hat, beantwortet er in unserem Kurzinterview.

Flottenmanagement: Wie kommt ein Werbefachmann dazu, einen Flottentag zu veranstalten?

Markus Schäffler: Dafür gab es mehrere Gründe. Zum einen haben wir in Süddeutschland keine Messen oder etwas Vergleichbares für den Fuhrparkbereich. Da wir auch von einigen unserer Kunden immer wieder Interesse an einer solchen Veranstaltung hier im Süden vernahmen, lag es nahe, so etwas ins Leben zu rufen. Zum anderen ist es ja so, dass der Austausch unter den Fuhrparkleitern auf großen Messen häufig zu kurz kommt, da man meist den ganzen Tag Termine hat. Daher wollten wir ein Event etablieren, das dem Flottenmanager genau diese Zeit zum Netzwerken bietet. Und ich glaube, dies ist uns auch gelungen.

Flottenmanagement: Der SIGNAL Reklame Flottentag findet nun zum vierten Mal statt. Wie hat er sich seit dem Veranstaltungsauftritt entwickelt?

Markus Schäffler: Wenn man die Aussteller- und Besucherzahlen betrachtet, sieht man schon die tolle Entwicklung. 2013, bei unserem ersten Flottentag waren es noch fünf Aussteller und etwa 30 Besucher. Mittlerweile stehen wir bei 20 Ausstellern und 220 Besuchern.

In diesem Jahr mussten wir im Vorfeld sogar einigen Dienstleistern und Fuhrparkleitern absagen, da wir jetzt den Punkt erreicht sehen, an dem ein weiteres Wachsen nicht mehr sinnvoll ist. Wir wollen eine hohe Qualität bei den Ausstellern und Fachbesuchern sicherstellen und der Kontakt untereinander soll im Vordergrund bleiben. Dafür ist diese Personenzahl ideal. Daher wollen wir uns auch bei den nächsten Flottentagen auf einem ähnlichen Niveau bewegen.



Markus Schäffler (SIGNAL Reklame, li.) erklärt Simon Pfost (Flottenmanagement, re.), was den Flottentag ausmacht

Flottenmanagement: Der Motor-Talk ist ein echtes Highlight des SIGNAL Reklame Flottentages. Wie ist die Idee zu dieser Diskussionsrunde entstanden? Nach welchen Kriterien wählen Sie die Referenten/Gäste aus?

Markus Schäffler: Mit dem Motor-Talk wollten wir einen unterhaltsamen Gegenpol zu den vielleicht eher sachlichen Themen der Fachvorträge integrieren. Dabei ist uns wichtig, Persönlichkeiten zu gewinnen, die etwas zu Teamgeist, Auto und Motivation erzählen können und den Fuhrparkleiter interessieren. Norbert Haug im letzten und Sven Hannawald in diesem Jahr haben diese Voraussetzungen perfekt erfüllt.

Flottenmanagement: Wodurch grenzen Sie sich von anderen Flotten-events ab?

Markus Schäffler: Wir sind klein, aber fein. Bei uns steht das Netzwerken immer im Mittelpunkt, daneben bieten wir attraktive, kurze Vorträge zur Weiterbildung. Die „überschaubare“ Anzahl der Besucher ist uns wichtig und wird auch so bleiben. Unsere Veranstaltung ist keine Profit-Veranstaltung, die Kosten werden durch die Aussteller umgelegt. Fahrevents oder große Messen können andere besser und das ist auch gut so, wir sehen uns als Ergänzung.

Kraftvolle Vermarktung Ihrer Gebrauchten

Ihr Auktionspartner für's Remarketing



Fahrzeugbestände clever aussteuern – mit Autobid.de

Sie wollen Ihre Gebrauchten, z.B. aus dem Kauf-Fuhrpark, schnell und sicher vermarkten? Dabei revisions-sicher und zum tagesaktuellen Bestpreis? Dann kommen Sie dahin, wo Fakten überzeugen: 25.000 registrierte Käufer, über 110.000 verkaufte Fahrzeuge pro Jahr, Verkauf in 40 Länder, Begutachtungen in ganz Europa, acht eigene Auktionszentren und über 25 Jahre Auktionserfahrung.

Stark ist auch unser Full-Service-Paket: Beratung, Fahrzeugaufnahme, Komplett-Inkasso, Logistik und vieles mehr – denn Partner kümmern sich!

Wann sprechen wir über Ihre Gebrauchten? Erstkontakt über: +49 (0)611 44796-55 oder autobid@auktion-markt.de

Autobid.de ist eine Marke der Auktion & Markt AG

