

Firmenauto des Jahres 2018

Die besten Geschäftswagen aller Klassen

SUV-Vergleichstest
BMW X2
Mercedes GLA
Volvo XC40



Urlaubsfahrt mit Dienstwagen
Der Überlassungsvertrag regelt,
was erlaubt ist und was nicht

Reisespesen
So holen Sie mehr Geld
aus Ihren Dienstreisen

Folierung von Firmenwagen
Wie Spie-SAG 1.800 Autos im
laufenden Betrieb beklebt

Herausforderung Rebranding

Nach einer Unternehmensübernahme steht oft ein neuer Name ins Haus. Das betrifft auch den Fuhrpark, wenn die **Autos mit Firmenlogos** foliert sind. Wir zeigen, wie Spie-SAG das Problem gelöst hat.

Immanuel Schneeberger
ims@firmenauto.de



Vor über einem Jahr übernahm der technische Dienstleister Spie das auf Wartung von Energieübertragungs- und Verteilernetze spezialisierte Unternehmen SAG. An der Tätigkeit der Montage-mitarbeiter änderte das wenig. Sie machen den gleichen Job und sind mit den gleichen Autos unterwegs. Und doch wirkt sich die Übernahme auf den Unternehmensfuhrpark aus, denn die Fahrzeuge sind mit dem Firmenlogo beklebt.

Dass ein Rebranding für den Fuhrparkleiter besonders herausfordernd ist, weiß Juan Vera zu berichten. Als strategischer Einkäufer ist er bei Spie-SAG für Fahrzeuge und Geräte zuständig. Er verantwortet die gut 2.200 Autos mit Unternehmenslogo auf Motorhaube und den Seiten.

Nun einfach den Telefonhörer in die Hand nehmen, den Werbemittelfachmann anrufen und einen Großauftrag vergeben, geht aber nicht. »Wir haben im Fuhrpark ja nicht den typischen, sauberen Dienstwagen, sondern überwiegend Transporter im Baustellenbetrieb«, sagt Vera. Außerdem sind die Autos auf über 100 Standorte in ganz Deutschland verteilt, um bei Störungen am Stromnetz direkt vor Ort sein zu können. Zudem sollte die neue Folie im laufenden Betrieb während des dritten und vierten Quartals aufgebracht werden. Das bringt das Ende der Urlaubssaison der Mitarbeiter und die Hauptsaison in der Baubranche zusammen. Viele Auftraggeber stecken ihr Jahresrestbudget dann noch in Bauprojekte.

1.800 Autos bekamen neue Folie

Im ersten Schritt wurde der Fuhrpark gemeinsam mit dem Flottenbeschrifter Signal Design analysiert. Im Ergebnis konnte einigen Fahrzeugen die neue Schrift erspart bleiben, weil sie kurz vor der Ausmusterung standen. Übrig blieben aber immer noch 1.800 Autos, die es neu zu bekleben galt.

Der Job verlangte einen ausgeklügelten Plan, um die Ausfallzeiten der Fahrzeuge kurz zu halten. Und das geht nur, wenn die Folie direkt am jeweiligen Standort angebracht wird. Für die Klebeprofis von Signal Design ist das Routine. Obwohl rund 60 verschiedene Modelle zum SAG-Fuhrpark gehören, die alle einen zur Karosserie passenden Firmenschriftzug brauchen. Schließlich müssen Schriftgröße und

Position des Logos zum Fahrzeugdesign passen. Auch die Lackfarbe ist wesentlich für die richtige Folie. »Wir haben eine gut gepflegte Fahrzeugdatenbank, aber dort war leider nicht die Autofarbe hinterlegt«, so Juan Vera.

Die meisten Autos im Fuhrpark sind weiß, doch einige blaue und rote Fahrzeuge machen die Flotte bunt. Signal Design fragte deshalb die Farben an jedem Standort ab. »Daraus haben wir gelernt. Inzwischen sind die Farben aller Autos Teil unserer Datenbasis«, sagt Vera.

Ein einfacher Blick in die Fahrzeugpapiere war in dem Fall ebenso wenig möglich, da die Firmenwagen auf die Standorte zugelassen sind. Das erhöht den Aufwand auch an anderer Stelle. Denn ein neuer Unternehmensname bedingt je nach Landkreis überdies, dass die Autos auf den neuen Firmennamen zugelassen werden müssen. Auch für die Kfz-Steuer ist die neue Firmenschrift relevant.

Mit der passenden Folie allein ist es aber noch lange nicht getan. Der Ablauf des Rebrandingprozesses muss geplant, die betroffenen Mitarbeiter informiert werden.

Während der Flottenbeschrifter die Planung übernahm, muss der Fuhrparkleiter die Rückfragen der betroffenen Personen beantworten. »Viele Mitarbeiter verstehen nicht, warum sie nur wegen einer Beklebung ihren Dienstwagen knapp einen Tag entbehren müssen«, erzählt Vera. >



Juan Vera ist als strategischer Einkäufer für Fahrzeuge und Geräte bei Spie-SAG zuständig. Er verantwortet die über 2.200 Autos des Unternehmensfuhrparks.

Außerdem kommt ein neuer Unternehmensname bei der Belegschaft nicht immer gut an. Der Flottenmanager muss damit rechnen, Anrufe zu bekommen, in denen ihm Mitarbeiter ihren Unmut über den neuen Firmenauftritt kundtun. Daher ist es bei einem Rebrandingprozess wichtig, dies durch die interne Kommunikation und das Marketing vorzubereiten.

Doch selbst der beste Plan verhindert unvorhersehbare Zwischenfälle nicht. Auf manchen Transportern von SAG klebte die alte Folie schon seit zehn Jahren und wollte sich partout nicht so einfach abziehen lassen.

So kam es immer wieder zu kleineren Wartezeiten für die Fahrzeugverantwortlichen an den Standorten. »Bei solchen Problemen half es, den Betroffenen die Gesamtsituation zu erklären. Wenn der Mitarbeiter erfährt, dass sein Auto nur eins von 1.800 ist, steigt das Verständnis«, rät Vera allen Kollegen in ähnlicher Situation.

Natürlich kann der zentrale Fuhrparkverantwortliche nicht alle derartige Anfragen bearbeiten, weswegen bei Spie-SAG Umsetzungsverantwortliche an den Standorten bestimmt wurden. Sie waren Ansprechpartner für Signal Design und den strategischen Einkauf, wenn es um die Termine vor Ort ging. Zu Beginn gab es wöchentliche Rücksprachetermine zur Projektverfolgung.

Für das Reporting übernahm Signal Design auch die genaue Dokumentation der Arbeiten: Für jedes zu bearbeitende Auto legten die Folierer einen Datensatz mit Bildern von allen Seiten an. Diese Dokumentation half bei der Rechnungsstellung und machte die Qualität der Arbeit direkt überprüfbar. Insgesamt zeigt sich Juan Vera über den Projektausgang sehr zufrieden. Nach knapp einem halben Jahr waren sämtliche Autos mit neuer Spie-SAG-Beklebung ausgerüstet. ■



Dank mobiler Teams arbeitet Signal Design bundesweit auch fernab der Zentrale in Schwäbisch Hall. Die meisten Firmenwagen bekleben die Spezialisten vor der Auslieferung im Autohaus. Dort haben sie Platz und es fallen keine zusätzlichen Transport- und Standzeiten an. Neben der Gestaltung und Folierung übernimmt der Flottenbeschrifteter auch die gesamte Auftragsplanung und -koordination, selbst für große Fuhrparks.

So kommt die Folie aufs Auto



Zuerst muss die alte Folie vom Lack. Dazu wird sie mit einem Heißluftföhn angewärmt. Das macht den Kleber flüssig. Dann lässt sich die Folie im besten Fall einfach abziehen.



Klebereste und Schmutz müssen runter vom Lack. Der Untergrund sollte sehr sauber und möglichst staubfrei sein, damit die neue Folie gut haftet.



Es gehört viel Können dazu, die Folie ohne Lufteinschlüsse aufzubringen. Kleinere Luftblasen streicht der Folierer sorgfältig raus.