



Auffälliger Auftritt: In der Nahrungsmittelindustrie sind Fahrzeuge im Unternehmensdesign häufig im Einsatz. Für Ausbau und Beklebung sorgte die Rainbow Promotion Werbeservice GmbH in Bielefeld.

Visitenkarte fürs Unternehmen

Firmenfahrzeuge werden häufig als Werbefläche genutzt. Spezialdienstleister, sogenannte Folierer, erschaffen auf Wunsch wahre Kunstwerke, oder sorgen wenigstens für zusätzlichen Lackschutz. Der Markt und seine Möglichkeiten.

Ob Hersteller wie Henglein oder Händler – wer seine Fahrzeugflotte als Werbefläche nutzt, wählt oftmals auch die Vollverklebung im typischen Corporate Design des Unternehmens. Lackieren war gestern. Mittels einer selbstklebenden Autofolie verwandeln die Fachleute, sogenannte Folierer, heutzutage Fahrzeuge in rollende Visitenkarten, oder auf Wunsch sogar in wahre Kunstwerke.

Die Lackschützer

Doch solcherlei mobiles Design findet sich in gewerblichen Flotten eher selten. Für Fuhrparkmanager ist vor allem der Lackschutz zur Steigerung des Wiederverkaufswerts ein wichtiges Argument. Dabei gilt es abzuwägen, ob sich die Kosten für die Verklebung am Ende rechnen. Zwar kann man in eine Voll-

verklebung an die 1.000 Euro investieren, doch dafür muss man dann auch den Werbeeffect berücksichtigen. Deshalb zählen viele Fahrzeugbekleber auch solche Flotten zu ihren Kunden, die ausschließlich die neuralgischen Fahrzeugteile, wie Haube, Kotflügel und Stoßstange mit einer transparenten Lackschutzfolie bekleben lassen, um diese vor Steinschlagschäden oder Kratzern an Ladekanten und Türgriffen zu schützen. „Leider ist diese Maßnahme zur Steigerung des Restwerts von Flottenfahrzeugen noch viel zu wenig im Bewusstsein der Fuhrparkmanager“, konstatiert Stefan Ude, Geschäftsführer des Folierungsspezialisten Ude. „Der Lackschutz mittels einer transparenten Folie ist erheblich günstiger als die Beseitigung von Steinschlägen und Kratzern am Ende der Nutzungsdauer der

Fahrzeuge.“ So kostet zum Beispiel das Aufbringen einer Folie an den besonders gefährdeten Karosserieteilen eines BMW 5er rund 400 Euro netto. Für die Reparatur eines Steinschlagschadens in diesem Fahrzeugbereich müsste man mit rund 1.200 Euro netto rechnen. Bei einem Opel Corsa kostet die Folierung rund 280 Euro, die Steinschlagreparatur hingegen käme auf rund 700 Euro. „Beklebt man nur die Ladekanten, so kommt man je nach Fahrzeugmodell mit 30 bis 80 Euro davon. Für diesen Preis kann man keine Lackierungsarbeiten durchführen“, betont Ude.

Die Künstler

Stärker auf den kreativen Part konzentriert sich die Signal Reklame in Schwäbisch Hall, bei der der Geschäftsbereich „Flottenbeschrifteter“ rund 60 Prozent

Fotos: Rainbow Promotion; Fotofolia/ikonoklast; ihr; Signal Reklame



Mut zur Farbe: Kunden können in der Regel aus einer breiten Palette wählen.

Selbst Tanklastzüge für Lebensmitteltransporte lassen sich ansprechend gestalten.



Vorteile der Fahrzeugbeklebung

- Beklebte Fahrzeuge haben einen hohen Wiedererkennungswert und dienen als mobile Litfaßsäule.
- Die Verklebung ist preislich günstiger als eine aufwendige Lackierung mit Motiven und Firmenlogo.
- Die Verklebung lässt sich einfach und rückstandslos wieder entfernen.
- Die Verklebung bietet Schutz vor Gebrauchsspuren, wie zum Beispiel Steinschlag, und sorgt so für hohe Wiederverkaufswerte der Fahrzeuge.

des gesamten Geschäftsvolumens ausmacht. „Bei der marketingstützenden Gestaltung von Fahrzeugen sprengen wir die üblichen Gestaltungsmöglichkeiten und setzen Designs auch mal in noch nicht da gewesenen Optiken um“, erläutert Geschäftsführer Markus Schäffler die Unternehmensstrategie. Dennoch ist der Dienstleister vom kreativen Chaos weit entfernt. Schlanke und klar definierte Prozesse gehören zum Kundenservice für Flottenbetreiber, Autohandel und Leasinggesellschaften. Der Vorlauf zur Produktion beträgt je nach Umfang drei bis sieben Werktage. Bei der Annahme werden die Fahrzeuge zunächst auf Schäden geprüft und anschließend, falls erforderlich, Anbauteile demontiert. Die Vollverklebung eines Fahrzeuges dauert dann zwei bis drei Tage, wobei Demontage- und Montage-

zeiten sowie die vorgegebenen Zeiten zur Erreichung der nötigen Klebekraft der Hochleistungsfolien eingerechnet sind.

Für einige Kunden agiert der Anbieter inzwischen auch als Auslieferungszentrum. Auf dem eigenen Firmengelände nimmt er Fahrzeuge direkt vom Hersteller in Empfang und koordiniert die Ein- und Umbauten. Das Fahrzeug wird beklebt und die Fahrzeuginrichter installieren die zusätzliche Interieurausstattung. Schließlich werden sogar Freisprecheinrichtungen und Navigationssysteme nachgerüstet. Für den Kunden werden so alle Leistungen an einem Standort gebündelt und er kann das Fahrzeug startklar in Empfang nehmen.

Die Prozessoptimierer

Ähnlich kunden- und prozessorientiert arbeitet auch die Wezet-Beschriftungs-

fabrik in der Nähe von Stuttgart. Bei Bedarf kann das Unternehmen mit mehr als 65-jähriger Erfahrung auf bis zu 300 bundesweit agierende Monteure zurückgreifen. Spezialisiert hat sich der Dienstleister auf Carbrandings mit gestanzten Folienschriftzügen. Diese Alternative zum klassischen Plottverfahren lohnt sich ab einer Auflage von 30 Stück. In der Ausführung sind die Beschriftungen gleich wie die geplottete Version, wie Wezet-Geschäftsführer Peter Zeug betont. Allerdings produziere man mit einem Stanzwerkzeug deutlich schneller und das schlage sich eindeutig im Preis nieder.

Die Beklebungspioniere

Die im bergischen Remscheid ansässige Allfolia GmbH hat bereits vor 25 Jahren Standards gesetzt. „1989 haben wir die

Maßarbeit: Die gelernten Werbetechniker bei Signal Reklame richten die Folie im vorgegebenen Farbton aus.



In der Regel bieten die Dienstleister für die Beklebung von Fahrzeugen die gesamte Farbskala an.

Fahrzeugfolie richtig pflegen

Eine Folie mag noch so hochwertig sein, wenn sie nicht pfleglich behandelt wird, kann auch der kundenfreundlichste Dienstleister keine Garantie geben. Daher gelten bei vielen Folierungsspezialisten klare Spielregeln für den Umgang mit dem Material:

- Das neubeschichtete Fahrzeug mit flüssigem Hartwachs behandeln. Dadurch bekommt die Folie eine glatte Oberfläche und nimmt weniger Schmutz auf.
- Kleine Luftbläschen am frisch folierten Fahrzeug sind unvermeidbar. Sie ziehen sich von alleine zurück.
- Das Fahrzeug regelmäßig mit Seifenlauge oder in der Waschanlage (Normalwäsche) waschen. Keine Behandlung mit Heißwachs vornehmen.
- Verschmutzungen, die sich damit nicht entfernen lassen, mit Brennspiritus reinigen.
- Alle drei Monate die Oberfläche mit flüssigem Hartwachs behandeln.
- Nie die Oberfläche mit ätzenden Mitteln, wie beispielsweise Verdüner oder Benzin, behandeln.

sogenannte Premium-Folienbeschichtung entwickelt. Bei dieser Technologie wird die Folie an allen Fahrzeugteilen um die Kanten herum gelegt, sodass keinerlei Nähte oder Stöße sichtbar sind. Das Fahrzeug sieht aus wie lackiert“, beschreibt Geschäftsführer Werner Fink die Verfahrensweise, die bis heute fast alle Fahrzeugbeschriftungen adaptiert haben.

„Immer wieder kommt es vor, dass im Rahmen einer Überarbeitung der Car Policy ein Fuhrpark mit Fahrzeugen verschiedener Farben und unterschiedlichen Alters vereinheitlicht werden soll. Dann können wir mit einer Vollverklebung aller Fahrzeuge kostengünstig und schnell ein identisches Erscheinungsbild herstellen“, erklärt der Spezialist, der zu seinem Kundenkreis die Lieken AG mit der kompletten Promotions-

Flotte ebenso zählt wie den Partyservice um die Ecke mit nur zwei Kleintransportern.

Die Berater

Sie heißen „Folienstar“, „Folien-Manufaktur“ oder „Die Folierer“. Inzwischen findet sich in fast jedem Gewerbegebiet einer größeren oder mittleren Stadt ein Fahrzeugbekleber. Nicht selten handelt es sich dabei um inhabergeführte Einzelunternehmen mit einfacher Ausstattung. Bevor man sich aber von deren vergleichsweise günstigen Konditionen leiten lässt, sollte man einen genauen Blick auf dieses spezielle Marktsegment werfen.

Thomas Brux, Vertriebsleiter des fränkischen Anbieters für Fahrzeugfolierung Bruxsafol, gibt einige Tipps, die man bei der Auswahl seines Dienst-

leisters beachten sollte: „Die langjährige Erfahrung eines Fahrzeugfolierers ist ein wesentlicher Aspekt und durch nichts zu ersetzen. Auch versteht sich ein Profi auf die fachgerechte Demontage von Fahrzeuganbauteilen. Nicht zuletzt sollte die Montagehalle, in der die Folierung stattfindet, eine Hebebühne bieten, die für saubere Folienkanten und Schnitte besonders wichtig ist.“

Neben dem Handwerk spielt auch die Qualität des eingesetzten Materials eine wichtige Rolle. Car Wrapping-Folien sind dicker als normale Werbefolien, damit sie bei der Montage von komplexen Fahrzeugteilen, wie zum Beispiel Stoßstangen, die die Folie stark dehnen, nicht reißen. Auch besitzen die Überzüge spezielle Farbpigmente, damit im Zuge der Dehnung die Farbtiefe nicht verloren geht.

Sabine Brockmann

Fotos: Signal Reklame; Fotolia (2); Audi

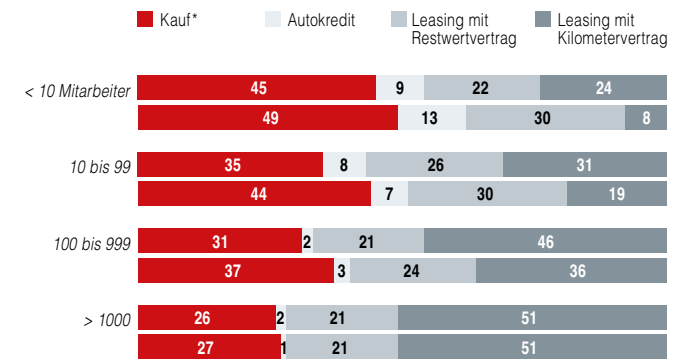
Trend zu Leasing mit Kilometervertrag hält an

Leasing und Kauf – das sind nach wie vor die zwei vorherrschenden Finanzierungsmethoden im Fuhrparkmanagement. Eine langfristige Verschiebung zeigt sich jedoch bei den unterschiedlichen Leasing-Vertragsformen: Leasing mit Kilometervertrag und Serviceleistungen ist über alle Unternehmensgrößen hinweg auf dem Vormarsch – zulasten des Restwertvertrags. Diesen Trend bestätigt das CVO Fuhrpark-Barometer 2014. Im Auftrag des Full-Service-Leasinganbieters Arval wurden 3.634 Fuhrparkentscheider in zwölf europäischen Ländern, davon 301 in Deutschland, zu Trends im Flottenmanagement befragt. Zum ersten Mal hat dieses Jahr mehr als jedes zweite Unternehmen (51 Prozent) mit mehr als 1.000 Mitarbeitern Leasing mit Kilometervertrag und Serviceleistungen als Finanzierungsmethode gewählt (siehe Grafik).

CVO Fuhrpark-Barometer 2014

Wie finanzieren Sie Ihren Fuhrpark hauptsächlich?

Angaben in Prozent, ohne „Weiß nicht“ und „Sonstiges“



*Kauf = Barkauf + Kredit (anderer als Autokredit)

Daten wurden konsolidiert: Drei-Jahres-Durchschnitt für Frankreich, Deutschland, Italien, Portugal, Schweiz, Polen, Belgien, Tschechische Republik, Spanien, UK und Niederlande. Zwei Jahre nur für Luxemburg.

Basis: Unternehmen mit Firmenfahrzeugen = 100% Quelle: CVO Fuhrpark-Barometer 2014.

Onlinekurs für Flottenverantwortliche



Egal ob es um das Arbeitsschutzgesetz, die Unfallverhütungsvorschriften oder andere Vorgaben geht: Fuhrparkverantwortliche müssen Mitarbeiter und Fahrer jährlich unterweisen und für die Einhaltung und Umsetzung von sozialrechtlichen Vorschriften und Verordnungen sorgen. Der Bundesverband Fuhrparkmanagement (BVF) hat hierzu einen kompakten Onlinekurs erstellt. Der kann in die betrieblichen Anforderungen und Maßnahmen zur Unterwei-

sung integriert werden. In Lernlektionen werden die wichtigsten Themen zur Frage der Fahrzeugnutzung in kurzer Form dargestellt: Von der vorgeschriebenen Sicherheitsausstattung, Hinweisen zum „Fahren mit Anhänger“ bis zum Verhalten bei Unfällen und vielem mehr. Darüber hinaus sind Checklisten und ein Abschlusstest zur Verifizierung des vermittelten Wissens Pflichtbestandteile. Weitere Informationen unter www.fleetinstruct.de

Poolfahrzeuge für Privatfahrten

„Teilen“ und „Nutzen“ statt „Besitzen“ wird auch in den Unternehmensfuhrparks immer mehr zum gefragten Slogan. Audi stellt sich auf diesen Trend mit einer neuen Mobilitätslösung ein. Mit „Audi shared fleet“ können die Mitarbeiter die geleasteten Poolfahrzeuge der Ingolstädter Volkswagen-Tochter über ein bereitgestelltes Onlineportal für private Fahrten buchen und beteiligen sich so an den Leasingkosten. „Damit können Unternehmen die Auslastung ihres Fuhrparks optimieren und die Standzeiten der Automobile auf ein Minimum senken“, erklärt Bettina Bernhardt, Leiterin von Audi Mobility. Um das Tanken, die Reinigung und den Service des Fuhrparks kümmert sich der Hersteller auf Wunsch. Statt fester monatlicher Leasingraten können Firmen mit dem sogenannten „Pay-per-use“-Angebot

zudem ein flexibles Abrechnungsmodell wählen, bei dem dienstlich oder privat, nur die reine Nutzungszeit und die tatsächlich gefahrenen Kilometer bezahlt werden.

