



Foto: Schneider

Fachgespräche unter Frauen | Austausch über die Erfahrungen im Fuhrparkmanagement

## Weibliche Akzente

**Frauen im Fuhrpark** | Miteinander oder gegeneinander? Wie Kooperation und Konkurrenz der Geschlechter im Fuhrparkmanagement funktionieren, war das zentrale Thema auf dem Event in Neuss.

— Wie stellt sich die Situation von Frauen im Fuhrparkmanagement heutzutage dar? Was treibt Flottenmanagerinnen beruflich an? Was unterscheidet deren Handeln von dem ihrer männlichen Kollegen? Und wohin geht die Reise für Mitarbeiterinnen und weibliche Führungskräfte? Mit diesen und vielen weiteren Fragen hatten sich die 34 Teilnehmerinnen und drei männliche Besucher – am 11. Dezember im Dorint Kongresshotel Düsseldorf/Neuss auf der Veranstaltung „Der kleine Unterschied – Wie groß ist er im Fuhrparkmanagement?“ beschäftigt. Gastgeber: Leaseplan Deutschland.

**Gemeinsam anders** | Schon kurz nach der Begrüßung der Runde im Tagungsraum durch Esther Breuch, Geschäftsleitung Personal und Organisation bei Leaseplan Deutschland, stellte die Moderatorin Isabella Finsterwalder fest: Frauen seien nicht besser oder schlechter, klüger oder dümmer als Männer, sondern nur anders. Finsterwalder gab jedoch zu bedenken, dass es beim

Frauenanteil noch Luft nach oben gäbe, und zwar nicht nur aus gendertechnischen Motiven. Dazu verwies sie auf verschiedene Studien und nannte Zahlen.

Ein Beispiel: Gemischte Mannschaften mit hoher Frauenquote sind demnach ungleich leistungsstärker als männerdominierte Teams und erwirtschaften im Durchschnitt 48 Prozent mehr Gewinn. Die daraus folgende logische Konsequenz: Die Geschlechter kommen nur gemeinsam vorwärts. Trotzdem bleibt die Frage: Was bedeutet dieses Anderssein und wie groß ist der kleine Unterschied tatsächlich?

**Mehr Profil zeigen** | Die erste Referentin Gunhild Posselt näherte sich diesem Thema von einem besonderen Blickwinkel her: dem Personal Branding. Als Unternehmerin, Coach und Buchautorin appelliert sie an die anwesenden Frauen, sich gezielt mit den eigenen Stärken und Qualitäten zu positionieren und diese auch klar zu artikulieren. Das führe nicht nur zu mehr Selbstbewusstsein,

sondern auch dazu, die eigenen Ziele zu erreichen. Aus ihren Beobachtungen weiß die Trainerin, dass Männer in dieser Disziplin oft viel geübter sind und dies konsequenter umsetzen. Davon sollten Frauen lernen.

Allerdings gehe es nicht darum, männliche Verhaltensweisen zu adaptieren. Vielmehr gelte es, die eigene Bestimmung zu suchen, sich als Marke zu profilieren und die eigenen Werte zu leben. Diese können dann etwa wesentliche Treiber sein, um die berufliche Karriere im Flottenmanagement voranzutreiben und auf der Karriereleiter nach oben zu klettern oder sich beispielsweise in bestimmten Fachgebieten weiter zu professionalisieren.

**Frauen bei Leaseplan** | Als Nächstes erläuterte Esther Breuch, wie es generell mit Frauen in Führungspositionen aussieht und was sich bei Lease Plan tut. Demnach bestanden 2012 weltweit durchschnittlich rund 18 Prozent der ersten und zweiten Führungsebene aus weiblichen Kräften. Der Branchendurch-

Resonanz | Stimmen zum Event



– **Anja Tiemann** | Sie managt seit etwa eineinhalb Jahren im Support Team von Teijin Aramid in Wuppertal die 18 Firmenwagen. Als Neuling im Bereich Fuhrparkmanagement hat sie deshalb die Gelegenheit genutzt, um sich weiterzubilden und das Know-how für diese Aufgabe zu vergrößern. Veranstaltungen dieser Art sind für sie generell eine Plattform jenseits von Seminaren, um neue Impulse zu bekommen und sich in diesem Fall nur mit Kolleginnen auszutauschen. Tiemann resümiert: „Dazu haben unter anderem die Datenerhebungen von Dataforce zum Bestellverhalten von Nutzern und der Startvortrag der Trainerin zum Personal Branding beigetragen.“



– **Barbara Schmidt** | Bei der Campofrio Food Group Deutschland in Ratingen arbeitet sie im Bereich Human Resources und betreut seit zweieinhalb Jahren den Fuhrpark mit 22 Einheiten. Der Besuch der Veranstaltung ist für sie so gelaufen wie erwartet: „Ich gehe auf Leaseplan-Veranstaltungen, weil sie informativ sind und ich wichtigen Input erhalte, beispielsweise was rechtliche Fragen angeht. Es ist wichtig, immer auf dem Laufenden zu bleiben.“ Und wenn dann noch der Austausch mit Kolleginnen hinzukommt, hat sich für Schmidt der Tag gelohnt.

– **Birgit Meisel** | Die Unternehmensberaterin der Facility & Fleet Management Services in Oberursel wird seit etwa drei Jahren von den unterschiedlichsten Firmen als Interim Managerin beauftragt, um deren Fuhrpark zu managen – sei es zur Überbrückung, bis ein Vollzeitmanager gefunden ist, für Projekte oder zur Beratung der Geschäftsführung rund um die Firmenwagen. Zuvor hat die Kauffrau 20 Jahre als fest angestellte

Flottenmanagerin gearbeitet. Die Beweggründe für ihre Teilnahme an der Veranstaltung: „Ich wollte Erfahrungen sammeln, wie andere Unternehmen mit Frauen im Fuhrparkmanagement umgehen und wohin die Reise in Richtung Gleichstellung geht.“ Ihre Schlussfolgerung aus den Vorträgen und den Gesprächen mit Kolleginnen: „Weibliche Führungs- und Fachkräfte sind auch in ihrem Bereich schwer im Kommen. Der daraus entstehende Schub und die Vielfalt bringen neue Ansätze, von denen auch Unternehmen profitieren“, sagt Meisel. Sie ergänzt: „Frauen haben im Fuhrparkbereich die Empathie auf die Wünsche der Kolleginnen und Kollegen einzugehen, zum Beispiel wenn ein entsprechendes Fahrzeug beziehungsweise Poolwagen für die Familie benötigt wird. Hier gilt es bei der Anschaffung oder Festlegung des Budgets, eine Balance zwischen der Kostenverantwortung gegenüber der Geschäftsleitung und den Kollegen und Kolleginnen als Mensch zu finden. Die Zufriedenheit der Mitarbeiter ist für Unternehmen aus meiner Sicht ein wichtiges Gut.“



– **Ludmila Litke** | Die Sachbearbeiterin im Fuhrparkmanagement von Goodyear Dunlop mit rund 500 Firmenwagen ist seit etwa einem Jahr mit dieser Tätigkeit betraut und hat unter anderem den Fokus auf das Reifen- und Felgenmanagement gerichtet. Für sie war es vor allem interessant zu erfahren, wie sie selbst ihr Profil schärfen kann, wie sich ihre Kolleginnen rund um die Firmenwagen positionieren und was sie möglicherweise anders machen. „Ich habe festgestellt, dass sie ebenfalls engagiert bei der Sache sind und meist auch in gemischten Teams arbeiten wie bei uns. Das macht es auch aus. Denn nur durch diese Zusammenarbeit kommt man weiter!“, sagt Ludmila Litke.



schnitt innerhalb der Finanz- und Versicherungsindustrie liege global bei durchschnittlich 30 Prozent. Und in der Geschäftsleitungsebene in Deutschland ist mit Breuch eine von fünf Führungskräften eine Frau.

Aber auch in anderen Führungsebenen sind die weiblichen Kräfte eher dünn gesät. Die Leasinggesellschaft hat daher ein weltweites Diversity-Programm gestartet, bei dem im ersten Schritt Frauen gezielt fördert werden. Zugleich betonte Breuch aber auch, dass die Frauen noch in einigen Punkten Nachholbedarf hätten. So sollten sie etwa weniger verhalten sein, bei Gegenwind durchhalten, das richtige Maß an Durchsetzungsstärke finden und sich durch gezieltes Networking selbst und auch gegenseitig stärken.

**Magere Präsenz im Flottenmanagement**

Wie sieht es nun bei der Verteilung von Männern und Frauen unter den Mitarbeitern und Führungskräften im Fuhrparkmanagement

konkret aus? Dieser Frage ist Melanie Bing von Dataforce nachgegangen. Titel zu den Ausführungen: „Frauen im Fuhrpark? Ja bitte!“. Mit den Erhebungen anlässlich einer Umfrage unter 669 Fuhrparkleitern, die sich wiederum aus 260 Ansprechpartnerinnen und 409 Ansprechpartnern rekrutiert haben, brachte die Managerin Fleetbase Operations and Productmanager mehr Licht in den Status quo hierzulande. Laut der Befragung rund um das Thema „Frauen im Fuhrpark“ beläuft sich etwa der Anteil der Flotten, die ausschließlich von Fuhrparkverwalterinnen gemanagt werden, insgesamt auf 24 Prozent. Und je größer die Flotten werden, desto geringer ist dieser Anteil (siehe Grafik rechts oben: „Frauen als Fuhrparkleiterinnen | Status quo in den Unternehmen“). Gleichzeitig steigt ihre Zahl jedoch als Teil eines Teams mit der Fuhrparkgröße. Insgesamt kommen die Frauen so auf rund 32 Prozent im Fuhrparkmanagement. Damit ist der Anteil in den vergangenen fünf bis sechs Jahren

laut Bing gestiegen. Die Stichproben damals hätten rund 20 Prozent ergeben.

Untergliedert nach Branchen zeigt sich, dass die Fuhrparkverwalterinnen vor allem in „Dienstleistung und Beratung“ (37,5 Prozent), „Erziehung und Unterricht“ (30,3 Prozent), aber auch in „Verarbeitung, Herstellung, Recycling“ (25 Prozent) ausschließlich tätig sind (siehe Grafik rechts unten „Flottenmanagerinnen“).

**Wenig Dienstwagenfahrerinnen**

| Darüber hinaus hat Dataforce nachgehakt, wie es mit der Verteilung der Geschlechter bei Dienstwagenfahrern in den Unternehmen aussieht: Fast 30 Prozent aller Befragten haben bei sich keine Frauen mit Firmenwagen. Bei Flotten ab 50 Fahrzeugen im Bestand sind es allerdings nur 18 Prozent. Insgesamt ist in dieser Gruppe mit 82 Prozent also ein größerer Anteil an Dienstwagenfahrerinnen vorhanden, der bei 60 Prozent der Befragten einen Anteil bis zu 29 Prozent ausmacht, bei 16 Prozent zwischen 30 und 49 Prozent liegt und bei sechs Prozent über 49 Prozent.

Eine Frage drehte sich auch um Besonderheiten bei der Fahrzeugkonfiguration und ob Unterschiede zwischen weiblichen und männlichen Dienstwagenfahrern wahrgenommen werden: Etwa 50 Prozent verneinten dies nach Angaben von Bing, die anderen bejahten.

Letztere wurden anschließend befragt, was sich unterscheidet: 15 gaben an, dass Frauen andere Modelle wählten. 21 Prozent meinen beobachtet zu haben, dass Frauen andere Farben bevorzugen. Sie würden eher zu bunten und Männer zu dunklen Tönen

neigen. 42 Prozent registrierten aber vor allem bei der Innenausstattung andere Bedürfnisse als bei Männern.

**Themen im Management |** Gegensätze lassen sich auch bei den Antworten auf die Frage nach Problemen im Fuhrpark erkennen. Hier sagten rund 71 Prozent der befragten Männer, dass sie keine haben. Gleiches sagten rund 81 Prozent der Frauen. Diejenigen, die Probleme sehen, tun dies vor allem bei den Nutzern (männlich: 7,4 Prozent, weiblich: 5,1 Prozent), den Kosten (männlich: 7,2 Prozent, weiblich: 4,7 Prozent) und der

Werkstatt (männlich: 8,6 Prozent, weiblich: 5,4 Prozent).

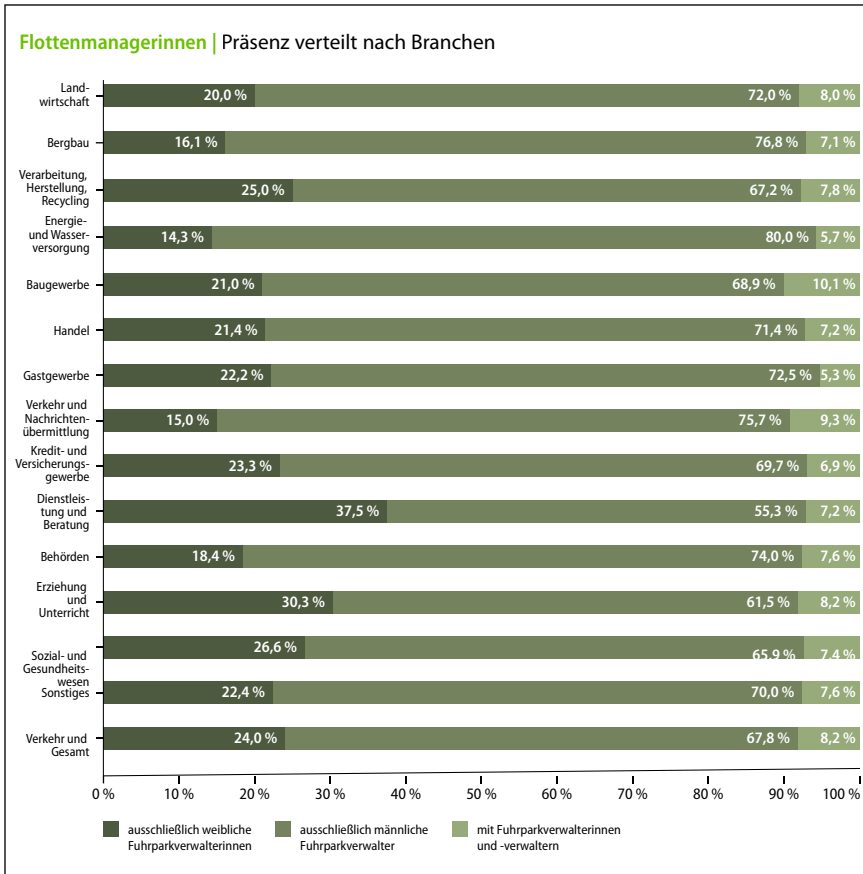
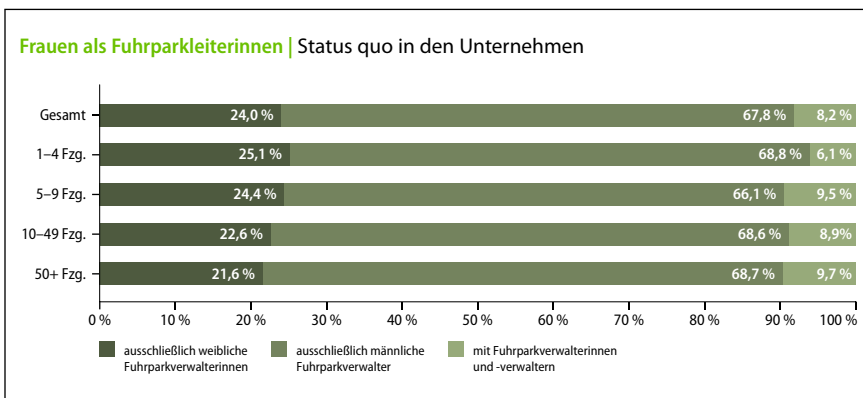
Eine weitere zentrale Frage von Dataforce generell: „Warum eigentlich Fuhrpark?“ 3,9 Prozent der Befragten nannten „Eigeninitiative“ als Grund für die Position im Fuhrparkmanagement, 60 Prozent „Gehört zur Abteilung“ und etwa elf Prozent sind durch „Zufall“ zu der Aufgabe gekommen. Dabei ist der Anteil der Fuhrparkbeauftragten, die „Eigeninitiative“ angaben, mit fast neun Prozent überdurchschnittlich häufig in den Flotten mit zehn bis 49 Fahrzeugen zu finden.

**Frauen als Kaufentscheider |** Anschließend ging Silke Rosskoth, Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Kia Motors Deutschland, in ihrem Vortrag „Welches Auto möchten Sie kaufen?“ – „Am liebsten ein rotes!“ dem Kaufverhalten von Frauen bei Autos auf den Grund. Eine Erkenntnis daraus: Frauen seien hinsichtlich ihrer Eigenschaften, Vorlieben und Verhaltensweisen, verglichen mit Männern, generell extrem heterogen. Und eine weitere: 80 Prozent aller Autoverkäufe würden von Frauen allein entschieden, mitschieden oder die Kaufentscheidung werde zumindest in einem gewissen Maße beeinflusst. Deshalb müsse sich die Kommunikation an Männer und an Frauen als potenzielle Kaufentscheider richten.

Anhand von Beispielen aus den Medien verdeutlichte sie beispielsweise, dass die Praxis in der Automobilbranche allerdings oft ganz anders aussieht und die Kommunikation meist männlich ist – selbst wenn in Frauenmagazinen inseriert wird. Zudem ist sich die Führungskraft bei Kia bei einem sicher: Ein gut gemachtes „Frauenauto“ wäre nicht uncool, sondern sicher auch für so manchen Mann zum Verlieben schön.

**Leitfigur Jutta Kleinschmidt |** Nach einem Einblick in die Welt der Männer und Frauen als Dienstwagennutzer bei Leaseplan teilte Jutta Kleinschmidt mit den Teilnehmern ihre aufregenden Erfahrungen als Rallye-Raid-Fahrerin. Sie erläuterte dabei unter anderem, worauf es ankam, um ihre Ziele zu erreichen. Dazu zählten sowohl ein engagiertes Team und Teamarbeit als auch eine Mischung aus Eigenschaften und Fähigkeiten wie Motivation, Leistung, Kommunikation und Durchhaltevermögen. Besondere weibliche Stärken sieht sie dabei unter anderem in der Kommunikationsfähigkeit. Genau diese gelte es einzusetzen, um sich miteinander in neue Leistungsregionen bewegen zu können. Wie das aussehen kann, hat Kleinschmidt 2001 mit dem Sieg in der Gesamtwertung der Rallye Dakar gezeigt.

| Annemarie Schneider



Quelle: Dataforce, Lease Plan-Veranstaltung am 11.12.2014; „Der kleine Unterschied – Wie groß ist er im Fuhrparkmanagement?“