

„Klarer Kunden-Mehrwert“

Interview | Mit dem Flottenmaster spricht Euromaster gezielt Flotten- und Gewerbekunden an. Über Umfang und Nutzen sprach Autoflotte mit Euromaster-Geschäftsführer Andreas Berents.

– Herr Berents, im Oktober haben Sie Ihr neues Online-Tool Flottenmaster eingeführt. Was verbirgt sich dahinter?

Andreas Berents: Vom Grunde her handelt es sich um ein Online-Reportingtool, in dem wir die aus unserem kostenlosen Mastercheck ermittelten Verschleißzustände der betreuten Fahrzeuge für Flottenkunden aufbereiten und aggregiert darstellen. Die Ergebnisse zeigen wir mit Hilfe eines Ampelsystems, wobei Grün bedeutet „alles in Ordnung“ und Rot sofort notwendige Aktivitäten anmahnt.

– Inwiefern sind die Fuhrparkverantwortlichen bei der Datenpflege in der Pflicht?

A. Berents: Grundsätzlich können wir jedes Fahrzeug anhand der Kundennummer den einzelnen Flotten zuordnen. Um von allen Vorteilen des Tools profitieren zu können, muss der Mastercheck einmal durchgeführt werden und es müssen Basisdaten wie das Kennzeichen und eine E-Mail-Adresse hinterlegt werden. Hierbei unterstützt Euromaster jederzeit.

– Wenn laut System Wartungs- oder Reparaturbedarf besteht, sprechen Sie die Kunden aktiv an oder überlassen Sie die Ansprache dann ausschließlich dem System?

A. Berents: Nein, wir sprechen den Kunden selbst an. In der Regel werden unmittelbar nach dem Mastercheck alle erforderlichen Arbeiten durchgeführt. Zusätzlich zu den Mitarbeitern in der Werkstatt haben aber neben dem Kunden selbst auch unsere Key Account Manager immer einen Blick auf das Tool und melden sich bei Bedarf direkt beim Kunden.

– Was kostet der Flottenmaster die Kunden?

A. Berents: Für die Kunden ist die Nutzung des Flottenmasters kostenlos. Wir sehen das System definitiv als Kundenbindungsinstrument. Das aber einen klaren Mehrwert für die Nutzer bietet: Denn mit den Informationen, die wir dem Kunden bereitstellen, unterstützen wir ihn dabei, seine Kostenstruktur zu optimieren. Damit übernehmen wir für ihn eine Beratungsfunktion, und das ist im Wettbewerbsumfeld aus unserer Sicht ein absolutes Alleinstellungsmerkmal.



Foto: Euromaster

Andreas Berents, Euromaster-Geschäftsführer für Deutschland und Österreich | „Kein Kunde ist wie der andere. Standardverträge gibt es bei uns deshalb nicht“

– Welche Rolle spielen Flotten- und Gewerbekunden denn generell für Ihr Geschäft?

A. Berents: Ich sage es einmal so: Wir sind eine B2B-Company. Insgesamt macht das B2B-Geschäft über 60 Prozent unseres Umsatzes aus.

– Auf wie viele Kunden entfallen diese B2B-Umsätze?

A. Berents: Insgesamt umfasst unsere Kundendatenbank etwa 20.000 Flotten- und Gewerbekunden. Aktiv sind davon etwa 5.000 Kunden. Und darunter befinden sich namhafte Firmen mit mehreren tausend Autos im Fuhrpark. Aber natürlich auch kleinere Flotten und, was mich besonders freut, auch Leasinggesellschaften.

– Welche Teilzielgruppen sind für Sie besonders relevant?

A. Berents: In der Vergangenheit lag der Schwerpunkt doch deutlich auf den Key Accounts. In der Praxis sind kleinere Fuhrparks mit weniger als 200 Autos in Deutschland aber viel stärker vertreten als größere Flotten. Diese kleineren Fuhrparks wurden in

der Vergangenheit vom Markt und damit auch von uns vernachlässigt. Das tun wir jetzt zum Beispiel mit unserem Flottenmaster, der vor allem auch für Manager kleinerer Fuhrparks ein optimales Überblicks-Tool darstellt. Sie bekommen mit ihm eine detaillierte und kostenlose Analyse und gleichzeitig die Möglichkeit der perspektivischen Planung.

– An wie vielen Standorten bieten Sie explizit Services für die Zielgruppe?

A. Berents: Wir betreuen Fuhrparks an allen unseren Standorten. Das heißt in bundesweit 257 eigenen Standorten, und dazu kommen dann noch rund 85 Franchise-Betriebe. Gerade letztere spielen eine bedeutende Rolle bei der im B2B-Geschäft so wichtigen Netzabdeckung. Vor allem auch da, wo wir selbst aufgrund äußerer Einflussfaktoren wie Grundstückspreisen oder Ähnlichem nicht rentabel agieren könnten. Dazu kommen übrigens rund 300 EFR-Partner, die unsere Flottenkunden auch anfahren können. Um schnell die nächste Werkstatt für die gesuchte Leistung zu finden, haben wir ebenfalls eine spezielle App entwickelt.

– Aber der Leistungsumfang zwischen eigenen und Franchisebetrieben unterscheidet sich nicht?

A. Berents: Auch wenn es konzeptionell und von der Umsetzung her anspruchsvoll ist: In der Werkstatt und im Verkauf gelten im Franchisebereich dieselben Standards wie in unseren eigenen Betrieben.

– Wie können Sie Nutzfahrzeug- und hier vor allem Transporterkunden bedienen?

A. Berents: Zunächst einmal kann ich sagen, dass wir in diesem Bereich immer mehr Kunden mobil bedienen, das heißt, die Kunden müssen gar nicht mehr zu uns kommen. Dazu haben wir derzeit etwa 30 Lkw-Center, in denen wir in Autobahnnähe Fahrzeuge ab etwa 7,5 Tonnen zulässigem Gesamtgewicht betreuen, langfristig sollen es hier bis zu 80 werden. An anderen Standorten haben wir 100 gemischte Center, in denen wir sowohl Nutzfahrzeug- und Transporterkunden als auch Pkw-Kunden bedienen, Transporter betreuen wir an jedem regulären Pkw-Standort.

– Dafür bestehen dort immer auch die Voraussetzungen? Ich denke da an Torhöhen oder entsprechende Bühnen.

A. Berents: Zu 80 Prozent ja. Es gibt sicherlich noch einige alte Standorte, an denen Sie zum Beispiele keine hohen Werkstatttore vorfinden und bei denen sich solche Investitionen auch nicht lohnen. Aber dann arbeiten wir auch schon mal unter freiem Himmel.

– Gibt es grundsätzlich etwas, was Sie Ihren Kunden nicht anbieten können?

A. Berents: Wir nehmen keine Motoren auseinander und bauen sie neu auf. Und wir machen kein Smart Repair und keinen Karosseriebau.

Darüber hinaus sind wir mit allem am Start, inklusive Wartung nach Herstellervorgaben mit kostenloser Mobilitätsgarantie. Und für das, was wir nicht selbst anbieten können, gibt es Partner. Die Zusammenarbeit entscheidet heute aber noch der Filialleiter vor Ort.

– Gibt es darüber hinaus fuhrparkspezifische Leistungen?

A. Berents: Ja, die haben wir. Ohnehin ist unser Ziel, uns zum übergreifenden Flottendienstleister zu entwickeln. Deshalb machen wir auch die UVV, Führerscheinechecks und stellen die Ergebnisse im Flottenmaster zur Verfügung. Für unsere Leasingkunden starten wir jetzt mit einem Hol- und Bring-service.

– Wie bilden Sie das Thema Ersatzmobilität ab?

A. Berents: Eigene Werkstattersatzwagen rechnen sich für uns nicht. Deshalb stellen wir Ersatzfahrzeuge in Kooperation mit Autovermietern zur Verfügung. Dort, wo wir vor Ort sind, haben auch die großen Mietwagenfirmen eine Filiale. Der Wagen ist dann innerhalb von 20 Minuten da.

– Stichwort Flexibilität: Bieten Sie für Fuhrparks oder Gewerbekunden längere Öffnungszeiten?

A. Berents: Die Öffnungszeiten sind ein ganz wichtiges Thema. Auch wir denken hier immer wieder über eine Ausweitung nach, aber das Geschäftsmodell muss sich natürlich auch für uns rechnen. Die Frage ist immer, wie viele Kunden längere Öffnungszeiten auch wirklich annehmen. Wie wir konkret vorgehen werden, kann ich Ihnen aber leider erst im nächsten Jahr verraten.

– Haben Sie standardisierte Rahmenverträge oder Flatrates für Ihre B2B-Kunden im Angebot?

A. Berents: Kein Kunde ist wie der andere. Standardverträge gibt es bei uns deshalb nicht. Aber natürlich schließen wir mit unseren B2B-Kunden individuell verhandelte Rahmenverträge ab, die garantieren, dass ihre Bedürfnisse fair und kostengünstig gedeckt werden.

– Herr Berents, herzlichen Dank für das Gespräch.

| Interview: Christian Frederik Merten

Anzeige



Sie wollen in der Automobilbranche durchstarten?

Jobs für alle Bereiche der Branche finden Sie auf [autojob.de](https://www.autojob.de) – schnell, direkt und einfach. Auch als [autojob.de](https://www.autojob.de) App erhältlich: gratis im iTunes Store und bei Google Play.

autojob.de
WIR SIND DIE BRANCHE