



Fotos: Rocco Swantusch, belmoto (1)

Fachwerk, PV-Anlage und viel Natur. Die Zentrale von Opitz Consulting in Gummersbach-Nochen ist ein Idyll.

Von Stadt und Land

Das Umfeld bestimmt die Art der eigenen Mobilität immens. Bei Opitz Consulting reagiert man drauf und blickt gleichzeitig auf die Kosten, die mit der Stromerflotte nicht steigen sollen.

Berater leben ein Stück weit von guten Anekdoten, gern mit Pointe. Eine solche bringt Frank Hoppe zu einem ersten Treffen am Rande einer Recruiting-Messe mit: „Unser Firmeninhaber fährt einen Porsche. (Pause) Einen Porsche-Traktor.“

In der Tat ist nicht nur die Geschäftsleitung bei Opitz Consulting heimat- und naturverbunden, sondern auch die ganze Firmengruppe lebt einen familiären Umgang, wie wir später bei unserem Besuch in der Gummersbacher Zentrale sehen werden. Über sieben Standorte verteilt sind die Kollegen deutschlandweit zu finden – eine weitere Dependence gibt es im polnischen Krakau.

Entsprechend oft ist das Automobil als Mittel zum Pendeln oder für Dienstreisen gesetzt. Wie viel Emotionalität in den Automarken steckt, wurde deutlich, als man komplett auf den Volkswagen-Konzern wechselte und VW, Audi, Škoda oder Cupra/Seat die mobile Welt nun abbilden. Andere Premiummarken gibt es nicht mehr, was anfangs für Diskussionen sorgte. Aber Frank Hoppe ist nicht nur Marketingprofi, sondern auch einer von

zwei Trainern, die die Mitarbeiter bei der Beratung für den kontinuierlichen Wandel schulen – sei es im Arbeitsumfeld oder im Privaten. Der Wandel wird hier moderiert, auch der im Fuhrpark.

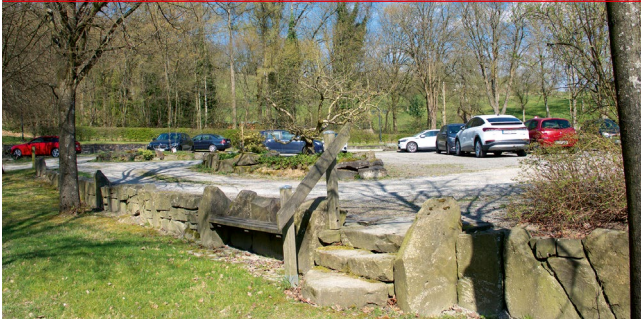
Unsere kleine Farm

Hier in Gummersbach-Nochen finden wir einige Wochen später zwar keinen

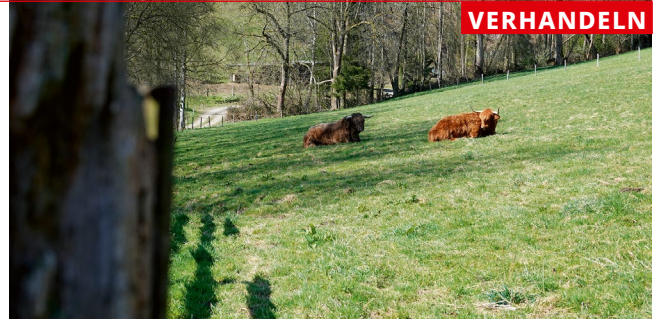
Traktor aus Zuffenhausen, aber eine Herde Kühe (rund 35 schottische Hochlandrinder), die zum ehemaligen Bauernhof dazugehören. Denn das Firmengelände wird in Teilen weiterhin landwirtschaftlich genutzt, obwohl in der ehemaligen Scheune nun ein Tagungszentrum zu finden ist und man das Gefühl hat, über einen kleinen Campus zu gehen mit vielen Orten der Begegnung. Und natürlich



Die Stromer stammen aus dem VW-Konzern und laden eigenen Standortstrom.



Optisch passt der Parkplatz gut zum ländlichen Stil.



Die Herde der Hochlandrinder ist Teil des Anwesens.

einem Parkplatz, der wild ans Fachwerkgebäude heranragt und auf dem Verbrenner und Stromer beieinanderstehen.

Die Elektrifizierung ist natürlich auch bei Opitz Consulting ein Thema, die Digitalisierung war es parallel in den vergangenen Jahren, denn man kommt aus einer Flottenwelt mit sehr vielen händischen Arbeiten. Als externer Flottendienstleister unterstützt Belmoto die Neuausrichtung der Firmemobilität.

Die Hamburger sind vor allem als Vorreiter des Mobilitätsbudgets groß geworden, das tritt mittlerweile etwas in den Hintergrund, denn die Norddeutschen sind vordergründig als Flottenverwalter aktiv und helfen, beim aktuell wohl wichtigsten Thema am Ball zu bleiben: dem Kostensparen.

Kosten-Stromer-Budget

Die Prio-Liste der Kunden, wie Opitz Consulting, sieht aktuell ähnlich aus, beschreibt Michael Müller von Belmoto die Ausgangslage. Die Kosten zu senken, ist die Prio 1, dann geht es um die eigene Verwaltung des Fuhrparks, schließlich um das Steuern des Nutzerverhaltens, was ein mittelfristiges Projekt ist und im Mobilitätsbudget enden kann. Aber der Reihe nach.

Gehen wir diese Punkte einmal durch: 50 Prozent des Fuhrparks sind die Finanzierungskosten, sagt Müller, weshalb Belmoto zu regelmäßigen Leasing- und Händler-Ausschreibungen rät. Im Fall von Opitz Consulting landete man so im Süden, bei der Mahag in München.

Als Großkundenzentrum der VW-Gruppe bietet man eine repräsentative Auswahl an Marken und Modellen an, die für jede Mitarbeitergruppe eine Auswahl bereithält und dennoch

hilft, interne Abläufe zu standardisieren. Auch der Rückgabeprozess steht in enger Beziehung zum betreuenden Händler. Hier hilft ein kleines Video vom Fahrzeug vorab oder ein eigenes Gutachten, um den Handlungsbedarf abzuschätzen. Dabei sollten Smart Repair und Co. aber nicht zu einem „überreparierten Fahrzeug“ führen, mahnt Müller. Augenmaß ist hier gefragt. Das betrifft auch die beiden nächstgrößeren Kostenblöcke in der Flotte: Kraftstoff und Versicherung.

Bei Opitz Consulting nutzt man zwei Tank- und Ladekartenanbieter, was alle Szenarien für unterwegs abdeckt. Den bewussten Blick auf die aktuellen Sprit- oder Ladepreise ersetzt dies nicht, was wiederum den Mitarbeiter in die Pflicht nimmt. Diesen „Change-Management-Prozess“ begleitet Belmoto ebenfalls, so werden etwa regelmäßig die Kilometerstände der E-Fahrzeuge nachgefragt, sofern diese nicht per Lade-App übertragen

werden können, was bisher nur teilweise der Fall ist.

Sind die Kosten und die eigene Verwaltung der Flotten, welche gerade bei gewachsenen, mittelgroßen Firmen oft noch händische Prozesse sind, up to date, kann man die Frage der künftigen Mobilitätsbedarfe genereller stellen und an Alternativen arbeiten. Diese werden viele Firmen wie Opitz Consulting als Budgetlösung sehen. Sprich: Sie stellen es dem Mitarbeiter frei, für welche Mobilhalter er einen Teil seines Gehalts einsetzen möchte. Das wiederum geht nur, wenn man digitale Partner hat, um diese Kosten transparent zu halten, sonst laufen diese schnell aus dem Ruder.

Um diese Strukturen kümmert sich Belmoto von Hamburg aus mit seinen gut 70 Mitarbeitern, von denen die jeweiligen Fuhrparkverwalter zwischen einem und drei Kunden persönlich betreuen.



Michael Müller kennt einige Beispiele wie Opitz und hilft beim Kostensparen.

VERHANDELN



Ein kleiner Campus für die Berater und die Kunden.



Eigene Unterkünfte gibt es direkt vor Ort.

Jährliche Gespräche

Zurück nach Gummersbach. Hier treffen wir Marc Altröck, den HR-Chef von Opitz Consulting, der seinerseits diesen Wandel im Mobilitätsverhalten begleitet. Als er vor gut acht Jahren im Unternehmen begann, wurde die Flotte (von heute gut 230 Einheiten) eher händisch gemanagt. Bis auf wenige Ausnahmen, wie die Führerscheinkontrolle (Sichtprüfung), ist der Fuhrpark längst digital unterwegs. „Der Weg war ein weiter und dennoch die Mühen wert“, sagt Altröck und lädt ein, zum kurzen Spaziergang im Headquarter. Das wirkt an diesem Mittwochnachmittag recht leer. Auf den zahlreichen Parkplätzen rund um die ehemaligen Scheunen und den Bauernhof stehen zwei Dutzend Fahrzeuge, vier Ladepunkte geben drei Stromern Energie ab.

Bei Opitz Consulting sind sehr viele der gut 550 Mitarbeiter dienstwagenberechtigt, was in der Branche nicht unüblich ist. Was dann bei Ihnen vor der Tür steht, entscheidet jeder ein Stück weit selbst. Im jährlichen Mitarbeitergespräch ist dieser Part fester Teil, denn einen gewissen Anteil des Gehalts macht das individuelle Mobilitätsbudget aus, wie Altröck erzählt. Den Spagat zwischen jenen Mitarbeitern, die in „Auto“-Gegenden wohnen, und wie Altröck, der in Neuss lebt und regelmäßig die gut 40 Kilometer nach Gummersbach pendelt, oder Hoppe, der in Berlin wohnt und sein Auto abgeschafft hat, da seine Mobilität über die Größe der Bahncard abgedeckt wird, muss der Arbeitgeber mitgehen können. Das geht mittels Partner.

Alles, was unter einem Mobilitätsbudget läuft, ist Aufgabe von Mobiko. Alles, was unter Dienstwagen läuft, ist Aufgabe von Belmonto. Und zum Fuhr-

park zählen heute schon sehr viele Stromer, perspektivisch werden es mehr. Die Roadmap für die dann reine E-Flotte steht für 2026. In der Zwischenzeit tastet man sich schrittweise heran, probiert aus und skaliert. Hierbei ist eine gewisse Standardisierung wichtig und hilfreich. Über Fahrzeugpools können beispielsweise Leasingfahrzeuge einen neuen Nutzerkreis finden, wenn eben ein Mitarbeiter plötzlich ein größeres Auto braucht.

Zwischenschritte

Nicht nur bei Opitz Consulting stehen die Zeichen auf E. Laut Michael Müller bleibt der Umstieg der Verbrennerflotten ein Dauerbrenner, ungeachtet der aktuellen Kostenlage. Selbst in Nischen wie der Bruttogehaltsumwandlung bringen die günstiger werdenden Stromer plötzlich neue Relevanz, da darüber der firmeneigene CO₂-Fußabdruck bei den Pendlern massiv nach unten gedrückt werden kann.

Generell steht Flexibilität hoch im Kurs, so sieht der Belmonto-Manager auch eine weiterwachsende Nachfrage nach Auto-Abos, gerade als Testballon für Fahrer, die elektrifiziert werden sollen. Sechs Monate im Abo auszuprobieren, belastet den Kostenblock Fuhrpark weniger als sofort drei Jahre zu leasen. Beim individuellen Lade-Szenario für den E-Auto-Fahrer stellen die Firmen ihren Mitarbeitern meist Budgets für den Kauf der Wallbox sowie für die Installation bereit. Laut Müller geht der Trend zur Finanzierung der Wallbox samt separatem smartem Ladekabel von der Firma, was für die genaue Abrechnung des Ladestroms dient.

Am günstigsten ist der eigene Ladestrom, wie in Nochen, wo eine Solaranlage für Energie sorgt. Diese teilen sich zwar die Büros, die Küchen

und der Fuhrpark, aber es ist ein weiterer Puzzlestein für nachhaltige und preisgünstige Mobilität. In diesem Duktus agiert auch Opitz Consulting, denn „Veränderungen gelingen am besten in einzelnen Schritten“, wie Hoppe erzählt. „Wenn etwa die gewachsene IT-Struktur bei einem neuen Kunden entflochten und neu aufgesetzt werden muss, kann das nie radikal passieren, sondern muss einem Plan folgen.“ Das gilt auch für die eigenen Mobilitätsfragen. Denn man muss nicht nur seine Hausaufgaben machen (u.a. Ladeinfrastruktur), sondern man muss dabei stets die Mitarbeiter motivieren, ernst nehmen und mitreden lassen. Oder wie es der Firmen-Slogan umschreibt: bauen, modernisieren, betreiben. RS



Frank Hoppe (l.) und Marc Altröck vor der restaurierten Firmenzentrale.

Wir verstehen Flottenkunden!

Die Allianz bietet ein umfangreiches Paket für moderne Fuhrparks. Florian Weiß, Head of Motor Commercial, erklärt im Interview das Konzept der Flottenversicherung der Allianz.

Wie schätzen Sie die Marktsituation bei der Kfz-Flottenversicherung ein?

Florian Weiß: Der Markt ist weiterhin mit steigenden Schadenaufwendungen konfrontiert. Ursächlich dafür sind die gestiegenen Ersatzteilpreise und Stundenverrechnungssätze in den Werkstätten. Aber auch komplexere Fahrzeugtechnik und elektronische Systeme machen Reparaturen aufwändiger und die Reparaturdauer länger. Sinkende Absatzzahlen insbesondere deutscher Autobauer führen zu einem verstärkten Preisdruck im After-Sales-Market, der wiederum die Reparaturkosten erhöht. Viele Flottenversicherer haben im letzten Quartal mit Preiserhöhungen reagiert und wir gehen davon aus, dass sich dieser Trend leicht abgeschwächt auch 2025 fortsetzen wird.

Welchen Stellenwert nimmt die Flottenversicherung bei der Allianz ein?

Florian Weiß: Die Flottenversicherung ist für Unternehmen mit eigenem Fuhrpark eine fundamental wichtige Absicherung und ein zentraler Bestandteil unseres Portfolios mit hoher Priorität. Wir verstehen die speziellen Bedürfnisse von Unternehmen mit unterschiedlich großen Flotten und bieten darauf abgestimmte Lösungen. Wir wollen unseren Kundinnen und Kunden nicht nur finanzielle Sicherheit bieten, sondern auch ihre Mobilität und ihren Geschäftsbetrieb durch umfangreichen Service unterstützen und optimieren.

Was unterscheidet die Allianz von anderen Marktteilnehmern?

Florian Weiß: Die Allianz zeichnet sich durch ihre langjährige Erfahrung und ihr tiefes Verständnis für die Bedürfnisse von Flottenkunden aus. Wir bieten nicht nur Standardlösungen, sondern auch individuelle und innovative Produkte, die durch Digitalisie-

rung und Datenanalyse gestützt werden. Unser Fokus liegt auch auf Services und Dienstleistungen, die über den reinen Versicherungsschutz hinausgehen, wie zum Beispiel die Entwicklung präventiver Maßnahmen zur Schadenvermeidung und ein effizientes Schadenmanagement. Dazu kommt ein ausgewogenes Preis-Leistungs-Verhältnis unserer Produkte. Dies wird uns regelmäßig mit sehr guten Noten in Kundenzufriedenheitsbefragungen bestätigt.

Für Flottenkunden spielt im Schadenfall eine schnelle und hochwertige Reparatur eine wichtige Rolle. Wie ist die Allianz in dieser Frage aufgestellt?

Florian Weiß: Wir legen großen Wert auf eine schnelle und qualitativ hochwertige Schadenabwicklung. Wir arbeiten eng mit einem Netzwerk von zertifizierten Werkstätten zusammen, die zeitnahe Reparaturen nach höchsten Standards sicherstellen. Außerdem können sich unsere Kunden in unser Werkstattpartner-Netzwerk



Florian Weiß: „Das Flottenkonzept der Allianz ist von einem tiefen Verständnis für die Flottenkunden geprägt.“

steuern lassen, um so Einsparungen in der Reparatur zu realisieren und mit aufbereiteten Original-Ersatzteilen auf Nachhaltigkeit einzuzahlen. Unsere digitalen Tools machen den Schadenprozess effizient und transparent. Bei der Allianz kann man sich sicher sein, dass im Schadenfall keine versteckten Kosten entstehen.

Welche Bedeutung hat bei Ihnen die Digitalisierung im Flottengeschäft?

Florian Weiß: Die Digitalisierung ist ein wesentlicher Treiber für Innovation und Steigerung der Kundenzufriedenheit. Seit Kurzem bieten wir unseren Flottenkunden mit „Firmen Online“ eine Plattform für eine unkomplizierte Verwaltung ihrer Versicherungen inklusive einem digitalen Postfach. Wir investieren kontinuierlich in digitale Lösungen und arbeiten gerade daran, unsere Underwriting-Prozesse zu digitalisieren, um noch schneller Angebote unterbreiten zu können. Außerdem befassen wir uns intensiv mit KI-Dashcams, die den Kunden unter anderem bei der Schadenprävention helfen können.

Was ist die „Flotten-Wallet“?

Die „Flotten-Wallet“ – beziehungsweise die „FlottenCard“ – bezeichnet eine digitale Versicherungskarte für das Smartphone, die speziell für Flottenkunden entwickelt wurde, um diese insbesondere im Schadenfall zu unterstützen. Mit der FlottenCard können beispielsweise Kontaktdaten des Versicherungsnehmers per QR-Code mit dem Geschädigten geteilt werden. Weiterhin sind Details zum Vertrag, versicherte Leistungen und unsere Schadenhotlines mit einem Klick verfügbar. Dadurch kann zukünftig auf die Papierkarte verzichtet werden und Vertragsinhalte werden automatisch aktualisiert.