



Fotos: Drivist (1) | Michael Blumenstein (2)

Marcel Bedbur (l.), René Hüning und Alexander Philippowsky (r.) sind Autoenthusiasten und haben Drivist Ende 2023 gegründet.

Flottenbeschaffung einfach

Drivist will das perfekte Automobil liefern. Anforderung, Preistransparenz und TCO stehen im Fokus. Oft kommen Fahrzeuge raus, mit denen die Kunden im doppelten Sinn nie rechneten.

Fuhrparkprofis kalkulieren, vergleichen und feilschen. Oder sie sagen einfach „ja“, weil die Nachlässe stimmen und man mit anderen Dingen genug zu tun hat, als mit der zeitintensiven Autobeschaffung. Denn die Arbeit von Fuhrparkmanagern ist mittlerweile vielfältig. Und in Deutschland gibt es eine sehr große Anzahl an Unternehmen, in denen eine Person sich „nebenbei“ um den Fuhrpark kümmert. Meist sind das Flotten mit bis zu 50 Fahrzeugen, in denen der Chef sagt: „Das geht doch nebenher, ist nicht viel Aufwand.“

70 Automarken erhältlich

Damit der Aufwand nicht ausartet, wird nicht selten der Weg des geringsten Widerstandes gewählt. Und damit das gemacht, was immer schon gemacht wurde. Denn die Wege sind bekannt, die involvierten Firmen und Ansprechpartner ebenfalls – alles easy.

Vielleicht. Denn nur weil seit Jahrzehnten bei „VAG“ gekauft wird, ist das heute nicht unbedingt der ökonomischste und nicht der sinnvollste Weg, seinen Fuhrpark zu erneuern. Zudem verschenkt man Potenzial zur Kostenoptimierung und vielleicht auch zur Mitarbeitermotivation.

Bei der aktuellen Vielzahl an Automobilherstellern – in Deutschland gibt es rund 70 Automarken – das ideale Fahrzeug für die Bedürfnisse des Unternehmens oder der Fahrer zu finden, ist häufig Sisyphusarbeit. Auch deshalb clustert die Car-Policy (sofern vorhanden) der meisten Unternehmen die Marken in „gut“ = kaufen und „böse“ = ignorieren.

Drivist, ein im Dezember 2023 gegründeter neuer Player im Spiel um die Unternehmensmobilität, sieht die Sache umfassender, wie sie selbst sagen. Das Ziel der drei Protagonisten, René Hüning, Marcel Bedbur und Alexander Philippowsky, ist kein geringe-

res, als das für den Kunden perfekte Fahrzeug zu analysieren und schlussendlich auch schnell zu beschaffen.

Drivist für kleine Flotten

Die drei Herren sind allesamt Autoenthusiasten, bringen also per se Leidenschaft fürs Thema mit und ihr gesamtes Berufsleben dreht(e) sich um Fahrzeugbeschaffung und -verkauf. Sie wissen laut eigener Aussage, worauf es bei der Auswahl des „perfekten Fahrzeugs“ ankommt, und sei die Anforderung noch so individuell.

Der Fokus liegt bei Drivist auf kleinen Flotten. Also die, die bei Fuhrparkmanagementgesellschaften und Leasinganbietern oft „durchfallen“, da sie beratungsintensiv sind. Beratung ist bei Drivist das Stichwort, wie Alexander Philippowsky anhand eines Beispiels erläutert: „Der eine Nutzfahrzeughersteller macht eine großzügige Messung des Laderaums un-



René Hüning erklärt, was der USP von Drivist ist. Und das ...



... ist nicht der günstigste Preis, sondern der beste Service.

ten am Boden und weist einen Meter mehr Ladefläche aus als der andere, der ‚korrekter‘ misst. Und trotzdem passen in den vermeintlich kleineren Transporter drei, in den größeren nur zwei beladene Europaletten.“ Nur ein Beispiel, das zeigt, wie tief sie in der Materie stecken – markenübergreifend. Alexander Philippowsky kennt es noch aus seiner Angestelltenzeit: „Ich hatte mal einen Chef, der hat gesagt: ‚der Kunde entscheidet nicht, was er kauft. Das entscheidet der Verkäufer‘. Dem Autohaus sagt aber oft der Hersteller oder Importeur: ‚hier, das muss in den Markt gedrückt werden, sieh zu, wie‘. Total ätzend. Wir möchten lieber was Langfristiges aufbauen und das gelingt meist nicht mit der Preisführerschaft. Wir streben die Qualitätsführerschaft an.“

Das soll durch den persönlichen Kontakt und die Beratung gelingen, gleichzeitig aber auch durch und mit Daten. Denn immer mehr Menschen wollen sich 24/7 informieren und auch bestellen. Mit dem „Trend“ ist Drivist gerade in der Umsetzung einer Datenbasis, mit der zukünftig weniger stark der persönliche Kontakt und das Fachwissen die Grundlage für den Erfolg sind, sondern eine einfache Eingabe der Anforderungen und Wünsche des Kunden – sofern das vom Kunden gewollt ist. Bislang, so erzählt René Hüning, ist noch alles „fachwissensgestützt“. Denn ein Problem ist das Erhalten von Fahrzeugdaten vom Hersteller, um relevante Vergleiche anstellen zu können. Da das (noch) nicht gegeben ist, ist bei Drivist Handarbeit angesagt. So wird gesucht, gemessen und verglichen – manuell. Auch Marcel Bedbur weiß:

„Es ist teilweise eine Katastrophe, Daten rauszukriegen. Und schon die Angaben, die eigentlich unmissverständlich sein sollten, variieren von Hersteller zu Hersteller. Mal sind es Kubikmeter, mal Liter. Hier heißt die elektronische Einparkhilfe exakt so, beim nächsten Rear Assist, Einparkhilfe Plus oder sonst wie. Was ist inkludiert? Keiner versteht es.“

Fachtermini bremsen aus

Bei den leichten Nutzfahrzeugen à la VW Transporter geht es oft um Genauigkeit bei der Bestellung, um beispielsweise Ein- und Umbauten exakt planen zu können. „Als Kunde musst du, wenn du vergleichen möchtest, über mehrere Marken auch deren Fachtermini kennen. Sonst bestellst du schon mal das Falsche oder vergisst etwas,“ beschreibt er die Komplexität, weshalb viele Fuhrparkmanager „beim Bekannten“ bleiben. „Im Gespräch erfahren wir dann, was für den Kunden unverzichtbar ist, und kommen so Schritt für Schritt zum idealen Auto“, ergänzt Alexander Philippowsky.

Verwirrend sind auch die Wartungspakete. Was steckt hinter welcher Bezeichnung, was ist inkludiert und vor allem: was nicht? Für Fuhrparkprofis ist das tägliche Arbeit. Aber für die, die den Fuhrpark nebenher betreuen, wird es undurchsichtig. „Unser Ziel ist es, sowohl in der persönlichen Beratung als auch im zukünftigen Online-System alles glasklar, verständlich und transparent zu machen. Wir gehen sogar so weit, dass wir eine Vorhersage treffen, dass bei diesem und jenem Modell

die Bremsen früher fällig sind als bei anderen“, erklärt Alexander Philippowsky. „Achtung, da kommt der Zahnriemenwechsel und hier muss das Öl im Verteilergetriebe getauscht werden – sollte man das Fahrzeug besser vorher abstoßen oder ist es sinnvoll, es extralang zu fahren, was Handwerker oft machen würden, wenn es ginge.“

Preistransparenz

Die nächste Intransparenz kommt häufig mit der Finanzdienstleistung. Da gibt es Spielraum für den Anbieter. Und es gibt Anbietern die Möglichkeit, Kunden in eine bestimmte Richtung zu schieben. „Macht er den Preis jetzt nach Nase oder ist der tatsächlich fix? Der Trend zum E-Commerce und E-Shops hilft, Licht reinzubringen, denn Preistransparenz finden die Leute definitiv gut. Und ich kann das auch nachvollziehen“, bestätigt Philippowsky. „Wir zeigen bei unseren Angeboten transparent die Möglichkeiten auf und geben eine klare Empfehlung an jeden Kunden und schauen auch über die klassische Leasingzeit hinaus. Bei Handwerkern empfehlen wir häufig eine Übernahme des Fahrzeugs nach Leasingende.“

Drivist schickt seinen Kunden den Vergleich der Finanzierungsoptionen zur Ansicht. Verschiedene Fahrzeuge, differenzierte Laufzeiten, Barzahlung, Kauf auf Rechnung – alles ist möglich und es wird auf Wunsch stets eine klare Empfehlung ausgesprochen. „Der Kauf auf Rechnung verduzt immer wieder“, erzählt René Hüning, „doch es gibt genügend Unternehmen, die benötigen genau ab nächster Woche

