

Große Worte und Taten

Shiftmove wächst und hält mit seinen weiteren Ambitionen nicht hinter dem Berg. Gerade das Frankreichgeschäft blüht auf. Die CEO Francine Gervazio hat aber noch mehr zu berichten.



Francine Gervazio pusht Shiftmove und hat weiterhin große Pläne.

Frau Gervazio, wir haben uns zuletzt vor zweieinhalb Jahren gesprochen, als gerade Shiftmove entstand. Wie hat sich das Unternehmen seitdem entwickelt?

Francine Gervazio: Seit dem letzten Gespräch hat sich Shiftmove stark weiterentwickelt. Wir haben die Anzahl unserer Kunden verdoppelt und die kombinierte Nutzung von Avrios- und Vimcar-Produkten deutlich gesteigert. Auch der Umsatz in diesem Bereich hat sich verdreifacht.

Wir haben die Shiftmove-Plattform gebaut, um die Nutzung kombinierter Produkte aus unserem Portfolio auf einer zentralen Plattform zu ermöglichen. Zusätzlich hat sich in dieser Zeit die Anzahl der mit unseren Flottenlösungen verwalteten Fahrzeuge verdoppelt.

Zu den angesprochenen Zahlen kommen wir gleich zurück. Wie blicken Sie aktuell auf die wirtschaftliche Lage? Die Zahl der Firmeninsolvenzen steigt wieder.

F. Gervazio: Ein Teil der Kunden ist zwar betroffen, aber viele bestehende Kunden halten uns die Treue und schätzen unsere Produkte sehr. Unsere Kundenbasis ist sehr loyal, was für die Qualität unserer Lösungen spricht.

Durch die Übernahme von Optimum Automotive und die aktuelle Akquisition der Flottensparte Océan von Orange Business wuchs das Frankreichgeschäft. Wie sieht der Vergleich zur DACH-Region aus?

F. Gervazio: Aktuell hat Shiftmove etwa 17.000 Kunden, von denen rund 10.000 aus der DACH-Region stam-

men. Ziel ist es, bis zum Jahresende eine gleichmäßige Verteilung zwischen DACH und Frankreich zu erreichen – also etwa 10.000 Kunden in beiden Märkten. Das bedeutet, dass Frankreich als Wachstumsmarkt an Bedeutung gewinnt und künftig eine gleich große Rolle wie der deutschsprachige Raum spielen wird.

Dann blicken wir doch mal auf den französischen Markt. Der ist, so heißt es oft aus der Wirtschaft, stark Paris-abhängig. Ist das bei Ihnen auch so?

F. Gervazio: Es gibt zwar eine höhere Konzentration an Unternehmen rund um Paris, aber die kleinen und mittelständischen Firmen – unsere Kernzielgruppe – sind über das ganze Land verteilt. Auch andere Regionen außerhalb von Paris performen sehr gut. Die Marktabdeckung ist somit breiter und nicht so zentralisiert wie häufig angenommen.

Wenn wir nach Deutschland schauen: Wo finden sich hierzulande die meisten Shiftmove-Kunden?

F. Gervazio: Die größte regionale Konzentration an Kunden gibt es im Südwesten. Wenn man sich unsere Kundenkarte anschaut, gibt es eine vergleichsweise gleichmäßige Verteilung. Aber keine Region ist so stark vertreten wie Baden-Württemberg.

Um Frankreich kümmert sich ein Bekannter in der Branche. Taco van der Leij, der von Webfleet kam.

F. Gervazio: Taco bringt umfassende Erfahrung aus dem Bereich Flottenmanagement mit. Er hat das Europa-geschäft von Webfleet geleitet, nachdem Bridgestone es von TomTom übernommen hatte. Seine Erfahrung in der Führung eines etablierten Flottenanbieters hilft uns, weiter zu wach-

Fotos: Shiftmove

sen und uns strategisch im französischen Markt zu positionieren.

Wie kam es zu dieser Personalentscheidung – war sie Teil der Akquisitionstrategie?

F. Gervazio: Die Verpflichtung von Taco war eng mit der Akquisition von Optimum Automotive verbunden. Die Reihenfolge war: Erst wurde die Übernahme durchgeführt, anschließend kam Taco an Bord. Die nächste Übernahme ist bereits in Planung: Ocean. Dies zeigt, dass Shiftmove gezielt strategische Schritte setzt – sowohl bei Akquisitionen als auch beim Personal-aufbau.

Das klingt recht selbstbewusst und eroberungswillig. Unter den OEMs gibt es eine ausgewiesene „Chal-

lenger Brand“. Passt der Titel auch zu Shiftmove?

F. Gervazio: Wir positionieren uns als Softwareunternehmen mit technologischem Fokus – im Gegensatz zu klassischen Flotten- oder Fahrzeugherstellern, die erst nachträglich Softwarekompetenz aufbauen. Software steckt in unserer DNA. Wir wollen als Technologieführer in der Flottenbranche auftreten.

Wie gehen Sie mit der Markenidentität der Kernmarken wie Vimcar oder Avrios um?

F. Gervazio: Viele Bestandskunden von Vimcar oder Avrios nehmen noch gar nicht aktiv wahr, dass sie jetzt Teil von Shiftmove sind. So loggen sich Vimcar-Kunden zwar in eine Shiftmove-Oberfläche ein, aber für viele bleibt



Der Daten-Dongle, wie hier von Vimcar, hat (noch) Bestandsschutz.

die alte Marke präsent. Wir wollen diese etablierte Markenidentität nicht auflösen, sondern bewahren und gleichzeitig über die Plattformintegration langfristig eine gemeinsame Identität aufbauen.

Anzeige

VMF – EXPERTEN FÜR MOBILITÄT IM WANDEL.

DAS NETZWERK FÜR UNABHÄNGIGE MOBILITÄT & FUHRPARKLÖSUNGEN



DIE DEUTSCHE AUTOMOBILINDUSTRIE IM WANDEL – NEUE VMF-STUDIE BELEUCHTET AUSWIRKUNGEN AUF MOBILITÄTSANBIETER

In der neuen Studie des VMF mit dem Titel „Welche Auswirkungen haben die Herausforderungen der deutschen Fahrzeughersteller auf herstellerunabhängige Mobilitätsanbieter?“, die vom Center of Automotive Management (CAM) erstellt wurde, werden diese Transformationen betrachtet und zentrale Entwicklungen umfassend analysiert.

Die Studie beleuchtet auf über 80 Seiten u.a. die Absatzentwicklung, die Preisstrategien und die Innovationsstärke der OEMs, geht auf die regulatorischen Rahmenbedingungen ein und beschreibt Konsequenzen, Chancen und Risiken für Anbieter des Mobilitätsmarktes. Interessierte können die vollständige Studie gegen eine Schutzgebühr erwerben.

Bitte wenden Sie sich an das Secretary Team des VMF: info@vmf-verband.de

www.vmf-verband.de

Welche Synergien bringt die Plattformintegration für die Nutzer der einzelnen Produkte?

F. Gervazio: Durch die Kombination der verschiedenen Lösungen wie Avrios für das Flottenmanagement und Vimcar für das digitale Fahrtenbuch wollen wir Mehrwerte durch Integration schaffen. Kunden sollen nicht mehr nur ein Produkt nutzen, sondern möglichst mehrere in Kombination – mit einem zentralen Zugang. Im ersten Quartal 2024 wurde die Zahl der Nutzer, die mehrere Produkte verwenden, mehr als verdoppelt, der Umsatz in diesem Bereich hat sich sogar verdreifacht.

Dieses organische Wachstum hilft sicherlich bei den ehrgeizigen Plänen, bis 2027 Marktführer in Europa zu werden.

F. Gervazio: Shiftmove hat das ambitionierte Ziel, bis 2027 eine Million Fahrzeuge über seine Plattform zu verwalten. Derzeit sind es 550.000 Fahrzeuge. Um dieses Ziel zu erreichen, setzen wir auf organisches Wachstum – durch Kundengewinnung und -ausweitung – und über gezielte Akquisitionen. Ein wichtiger Hebel dabei: Kunden, die in einem Land aktiv sind, wollen wir auch in weiteren Ländern begleiten.

Sie sprachen die Telematik an. Welche Bedeutung haben die klassischen Dongles heute noch, und wann könnten sie verschwinden?

F. Gervazio: Dongles für die OBD-II-Schnittstelle oder fest verbaute Lösungen, etwa für E-Fahrzeuge, sind aktuell noch wesentlicher Bestandteil des Angebots, insbesondere für Funktionen wie Fahrtenbuch und Telematik. Die Dongles werden sicherlich in den nächsten fünf Jahren noch im Einsatz bleiben, möglicherweise aber in zehn Jahren verschwunden sein. Ein wesentlicher Grund dafür ist, dass OEMs derzeit noch nicht die nötige Datenqualität liefern – besonders für detaillierte Logbuchfunktionen. Zudem müssten die OEM-Daten deutlich günstiger werden, damit ein Verzicht auf Dongles wirtschaftlich sinnvoll wäre.



Die Datenanalyse ist Kern der Funktionen, die helfen, Fuhrparkkosten zu senken.

Welche Unterschiede gibt es beim Einsatz von Dongles zwischen Ländern wie Deutschland und Frankreich?

F. Gervazio: In Deutschland ist die Nutzung von einfachen Plug-and-Play-Dongles üblich. In Frankreich oder Italien dagegen bevorzugen viele der Kunden fest installierte Geräte mit Verkabelung, da das Thema Fahrzeugortung und Diebstahlschutz eine große Rolle spielt. Diese fest installierten Boxen erfordern einen höheren Aufwand – zum Beispiel für die Terminvereinbarung für den Einbau –, bieten dafür aber eine robustere Lösung.

Welche Rolle spielt Künstliche Intelligenz aktuell bei Shiftmove – intern wie auch für die Kunden?

F. Gervazio: Künstliche Intelligenz (KI) wird bei uns bereits gezielt eingesetzt, allerdings eher im Hintergrund. Viele Kunden wüssten nicht einmal, dass KI zum Einsatz kommt – zum Beispiel bei der automatischen Erkennung von Kostenarten in hochgeladenen Dokumenten. Das Ziel ist, kleine Aufgaben effizienter zu gestalten und Zeit zu sparen. KI ist für jedes Softwareunternehmen ein Pflichtthema, sonst verschwindet man automatisch vom Markt.

Wenn die KI den Fuhrparkleitern einen detaillierten Plan zum Einsparen von Kosten geben könnte, wäre das sicher ein Mehrwert, der nachgefragt würde.

F. Gervazio: Shiftmove unterstützt seine Flottenkunden durch Datenanalyse und Kostentransparenz dabei,

bessere Entscheidungen zu treffen – etwa zur Kostenstruktur von Leasingverträgen oder zur Wirtschaftlichkeit bestimmter Fahrzeuge. Die Idee: Wenn ein Flottenmanager bereits bei der Anschaffung Kosten spart – zum Beispiel 30 bis 50 Euro/Monat pro Fahrzeug durch bessere Verhandlungen –, hat sich die Investition in Shiftmove oft schon mehrfach amortisiert. Ein langfristiges Ziel ist es, mithilfe von KI auch Restwertprognosen zu liefern, um Leasingverträge besser kalkulieren zu können.

KI braucht eine gewisse Aufgeschlossenheit der Nutzer, um wirken zu können. Welche Unterschiede sehen Sie zwischen älteren und jüngeren Flottenmanagern in Bezug auf Technologieakzeptanz?

F. Gervazio: Hier gibt es deutliche Unterschiede: Jüngere Flottenmanager, die digital aufgewachsen sind („die TikTok-Generation“), haben weniger Berührungsängste mit digitalen Lösungen und suchen aktiv nach Vereinfachungen. Das haben wir jüngst auf einer Messe wieder erlebt. Ältere Flottenmanager hingegen sind oft zurückhaltender und möchten die Dinge erst vollständig verstehen, bevor sie eine Entscheidung treffen. Auch schwingt bei Ihnen das Gefühl mit, die Kontrolle ein Stück weit an die KI abzugeben. Wir setzen auf Webinare und Schulungen, um beide Gruppen bestmöglich abzuholen.

Herzlichen Dank, Frau Gervazio, für das Gespräch. rs