

Für Mittelstands-Flotten

Fleetcompetence Germany heißt die neue Fuhrparkberatung der Branchenprofis Max Leydecker und Stephan Maleszka. Die beiden nehmen explizit den Heimatmarkt in den Fokus.



Fotos: Michael Blumenstein

Stephan Maleszka (Foto) und Max Leydecker starteten im Dezember neu durch.

Wir sitzen an der Hamburger Alster in einem durchdesignten Co-Working-Space. Halb in Präsenz, halb digital. Wir, das sind Stephan Maleszka und ich, Michael Blumenstein, sowie Max Leydecker, der aus dem Nahetal zugeschaltet ist. Stephan Maleszka war zuletzt Geschäftsführer von Car Professional Management, kurz CPM.

Max Leydecker arbeitete bei Mobinck als Director Business Development. Beide sind Branchenkenner – mit sich ergänzenden Fähigkeiten. Seit Ende letzten Jahres bündeln die beiden ihre Expertise und sind Managing Partner der neu gegründeten Fleetcompetence Germany GmbH.

Deutschland im Fokus

Fleetcompetence International, die Fuhrparkberater aus der Schweiz, sind in der Fuhrparkwelt keine Unbekannten. Tobias Kern ist einer der Geschäftsführer des – wie der Name suggeriert – international ausgerichteten Beratungsunternehmens, das sich eher auf die großen, länderübergreifenden Flotten spezialisiert hat.

Leydecker und Maleszka fokussieren sich auf den deutschen Markt, den größten in der EU. Und daher kam wohl auch der Wunsch seitens der Namensgeberin nach einem schlagkräftigen Team in Deutschland.

Potenzial sehen Maleszka und Leydecker vor allem (auch) bei den Flotten bis 100 Fahrzeuge. Also die nicht ganz so großen, um die viele Fuhrparkmanagementanbieter und -berater sonst häufig einen Bogen machen. Denn diese Größe ist auf den ersten Blick nicht immer lukrativ, wohl aber anspruchsvoll.

„Im Markt zeigt sich hier eine Lücke“, weiß auch Stephan Maleszka, „standardisierte Konzepte greifen nicht immer“. Und genau deshalb sehen sich viele kleine und mittlere Fuhrparks ab und an „alleingelassen“. Vor allem dann, wenn das Operative noch jemandem im Unternehmen aufgedrückt wird und man kaum externe Orientierung hat, weil der eigentliche Job mal anders geplant war. „Der Bedarf ist da. Viele Unternehmen wissen nur nicht, wo sie anfangen sollen“, bringt es Max Leydecker auf den Punkt.

Die zwei Partner setzen auf ein klar definiertes und transparentes Vorgehen. Am Anfang steht eine systematische Bestandsaufnahme. In einem sogenannten Fleet Scan werden Prozesse, Verträge, Kostenstrukturen und Zuständigkeiten analysiert. Ziel ist es, Transparenz über die bestehende Organisation zu schaffen. „Wir schauen uns an, wie der Fuhrpark tatsächlich gesteuert wird. Wer trifft Entscheidungen, wie werden Lieferanten geführt, welche Kennzahlen werden regelmäßig ausgewertet“, erzählen Maleszka und Leydecker ergänzend.

Dabei geht es nicht primär um den Austausch einzelner Dienstleister. Entscheidend ist die organisatorische Verankerung des Themas. Welche Rolle spielt die Mobilität im Unternehmen wirklich? Wo bestehen Steuerungslücken? Auf Basis dieser Analyse werden Handlungsschritte

definiert. Dazu gehören natürlich die Überprüfung bestehender Car Policies – sofern überhaupt vorhanden –, die Strukturierung von Reportingprozessen und die klare Zuordnung von Zuständigkeiten. „Viele mittelgroße Flotten verfügen zwar über operative Erfahrung, sind jedoch nur begrenzt vernetzt. Der regelmäßige Austausch mit anderen Unternehmen fehlt ebenso wie ein systematischer Marktvergleich“, lässt Stephan Maleszka verlauten.

Und beispielsweise ist ein Marktvergleich immens wichtig. Denn welche Konditionen üblich sind und welche dennoch vereinzelt angeboten werden, sind oft zwei verschiedene Paar Schuhe. Auch beim Thema Restwerte könnten gerade mittelständische Unternehmen profitieren, wenn sie den Weitblick hätten, der oft (aus guten Gründen) nicht vorhanden ist. „Ohne externe Einordnung bleibt die eigene Organisation oft in gewachsenen Routinen verhaftet“, erklärt Max Leydecker das Dilemma.

Anspruchsvollere Aufgaben

Bei vielen Mittelständlern noch gar nicht auf dem Radar sind Themen wie Nachhaltigkeitsziele, ESG-Vorgaben



Max Leydecker war zum Gespräch digital aus dem Nahetal zugeschaltet.

oder Elektrifizierungsstrategien. Diese Aspekte erhöhen den Druck, Strukturen vielleicht sogar gänzlich neu zu denken. Was früher vor allem ein administratives Thema war, entwickelt sich zunehmend zu einer Managementaufgabe, denn Entscheidungen mit weitreichenden Folgen müssen getroffen werden.

Fragen zur Ladeinfrastruktur, zu Förderbedingungen oder zu alternativen Mobilitätskonzepten erfordern mehr als nur operative Abwicklung. Gerade bei der Elektrifizierung zeigen sich die Risiken fehlender Steuerung: Ladeverträge mit zeitabhängigen Tarifen, nicht kontrollierte Blockiergebühren oder uneinheitliche Heimlade-Regelungen können die Kosten pro Fahrzeug deutlich erhöhen, ohne dass dies im Reporting für den Fuhrparkmanager sofort sichtbar wird.

Ein weiterer Baustein ist die laufende strategische Begleitung sowie die kontinuierliche Marktbeobachtung und Lieferantensteuerung. Hier übernimmt das Beratungsteam auf Wunsch eine begleitende Funktion im Sinne eines externen Kategoriemanagements. Lieferantengespräche, Benchmark-Vergleiche und regelmäßige Reviews werden strukturiert vorbereitet und ausgewertet.

„Viele Unternehmen brauchen keine vollständige Auslagerung des Fuhrparks“, sagt Maleszka, „sie benötigen eine strategische Begleitung, die regelmäßig prüft und einordnet.“ So sieht Fleetcompetence Germany mehr als nur eine Lücke im Markt, die es fortan zu füllen gilt. *mb*



Großes Potenzial sieht Fleetcompetence Germany bei mittleren Flotten.