

Im Zeichen des Sterns

Für die Flotte der careforce GmbH ist ein neues Zeitalter angebrochen. Nicht nur der Leasingpartner wurde gewechselt, sondern auch die Marke. Der Personaldienstleister setzt zukünftig ausschließlich auf Mercedes-Benz, geleast bei GE Fleet Services.

Das Auto ist ein Aushängeschild“, sagt Joachim Frie, kaufmännischer Leiter bei careforce. Deshalb hat der Dienstleister, der für namhafte Pharmakonzerne Vertriebsmitarbeiter rekrutiert und temporär zur Verfügung stellt, im vergangenen Jahr nach hochwertigen Fahr-

zeugen gesucht, die bei den bestehenden und potenziellen Mitarbeitern gut ankommen, aber auch bei den Kunden einen guten Eindruck machen.

Fast ein halbes Jahr dauerte es, bis Firmengründer und Geschäftsführer Marko-René Scholl, sein Fuhrparkleiter Jürgen Deng-

ler und Joachim Frie eine adäquate Konstellation gefunden hatten – im Dezember war der Abschluss dann perfekt: Für die ersten 60 Außendienstmitarbeiter liefert die Mercedes-Benz-Niederlassung Köln/Leverkusen die B-Klasse – Fahrzeuge der C- und E-Klasse für die Management-Ebene werden in diesem Jahr folgen. Neuer Leasing- und Full-Service-Partner ist GE Fleet Services. „Wir haben mit der B-Klasse ein sehr kompaktes Auto gefunden, das gleichzeitig den Bedürfnissen von jungen Mitarbeitern gerecht wird, aber auch

Autohaus, Leasinggeber und Kunde zur Übergabe der neuen B-Klasse: Peter Schoren (MB), Marko-René Scholl (careforce), Thomas Millies (MB), Anselm Brackert und Rainer Orlowski (beide GE Fleet Services) sowie Joachim Frie (careforce) (v.l.)

von älteren Berufserfahrenen, die in der pharmazeutischen Industrie Audi A4, VW Passat, 3er BMW oder Ähnliches gefahren sind“, sagt Scholl.

Der Personaldienstleister hat keine Kosten und Mühen gescheut, für seine Mitarbeiter hochwertige und komfortable Dienstwagen bereitzustellen: Von einem 140 PS starken 2,0-Liter-Dieselmotor angetrieben, verfügen alle kometgrauen B-Klasse-Modelle über ein hochwertiges Interieur, bestehend aus Lederlenkrad, -schalthebel und -handbremsgriff, Sitzkomfortpaket, Navigationssystem, CD-Player sowie Telefonvorrichtung inklusive Tastatur. Für eine erhöhte Sicherheit beim Einparken in engen, innerstädtischen Parklücken sorgt die Parktronic.

Im Laufe des Februars wurden die neuen Fahrzeuge an die Außendienstler von careforce ausgeliefert. Weitere B-Klassen für careforce sind bereits in der Produktion, sodass bis zum Sommer alle Mitarbeiter in den Genuss des neuen Flottenfahrzeugs kommen werden. MP Af



VIER FRAGEN AN THOMAS MILLIES UND PETER SCHOREN, NIEDERLASSUNG KÖLN/LEVERKUSEN VON MERCEDES-BENZ

Af: Beobachten Sie aktuell ein Downsizing in den Fuhrparks? Wird jetzt vermehrt die B-Klasse statt der C-Klasse geordert?

Millies: Nein, dem Trend müssen wir ganz eindeutig widersprechen. Die C-Klasse läuft bei uns im Flottengeschäft sehr, sehr stabil. Wie wir schon bei careforce sehen konnten, stellen wir auch bei anderen Kunden sehr häufig fest, dass wir mit der B-Klasse den Einstieg der Flotten zu Mercedes sicherstellen können.

Af: Welche Zielgruppe erreichen Sie im Flottengeschäft mit der neuen B-Klasse?

Schoren: Wir erreichen mit der B-Klasse grundsätzlich Segmente, die wir vorher nicht erreichen konnten. Der Außendienst gehört zum Teil dazu. Bei careforce haben wir es geschafft, dass die B-Klasse den Ford Focus ersetzt. Die C-Klasse hätten wir dort wahrscheinlich nicht platzieren können. Und so, wie sich das bei careforce darstellt, stellt es sich bei vielen anderen Flottenkunden dar. Ein weiteres Segment sind die Gehaltsum-

wandler, denn die B-Klasse ist ein voll familientaugliches Fahrzeug, das von User-Choosern gern gewählt wird.

Millies: Durch die B-Klasse sind wir in unserer Kundschaft gut 15 Jahre jünger geworden. Die B-Klasse spricht überwiegend junge, dynamische Kunden an.

Af: Wie werden die Flottenpakete von Ihren Großkunden angenommen?

Schoren: Es gibt einmal die Flottenpakete, die wir schon seit geraumer Zeit anbieten – die werden sehr gut angenommen und fast von jedem Kunden gewählt. Zusätzlich gibt es jetzt noch das so genannte Flottenmodell, was

bei der E-Klasse eine Preisvergünstigung von 1.800 Euro für ausgewählte Motorisierungen bedeutet und bei der C-Klasse 1.500 Euro. Auch dieses wird von jedem Kunden gewählt, weil es ihm eine deutliche Ersparnis bringt. Diese Aktion wird bis auf Weiteres laufen.

Af: Im März eröffnet in hier Köln das bundesweit vierte Mercedes-Benz-Markencenter. Was ändert sich damit für Ihre Kunden?

Millies: Im neuen Markencenter werden wir jede einzelne Baureihe präsentieren können. Wir werden erstmalig auch sämtliche Flotten-Lines ausstellen, sodass sich der Kunde die Unterschiede nicht über Prospekte erklären oder über einen Verkäufer näher bringen lassen muss, sondern die Möglichkeit hat, sich die Flottenmodelle direkt im Vergleich anzusehen. Wir werden mit dem neuen Center eine absolute Überregionalität haben und sicherlich auch neue Flottenkunden zu uns ins Haus bekommen und für Mercedes-Benz begeistern.

INTERVIEW: M. PRUVOST Af

Thomas Millies, Verkaufsleiter Pkw



Peter Schoren, Leiter Großkundenbetreuung