



Feiern dieses Jahr fünfjährige Zusammenarbeit: Martina Born (links) und Stefan Gardocki (rechts), beide Thomson Reuters, sowie Tanja Ross (Mitte), FleetCompany

Auf Augenhöhe

Was die eigene Flotte anbelangt, setzt der Medienkonzern Thomson Reuters hierzulande auf Outsourcing: Seit exakt fünf Jahren managt die FleetCompany den Fuhrpark. Zeit für einen Besuch in Frankfurt.

Vom Frankfurter Messeturm aus hält Martina Born die Fuhrparkfäden in der Hand – im übertragenen Sinn. Natürlich baumelt die deutsche Flotte des Medienkonzerns Thomson Reuters nur an imaginären Fäden. Die Verantwortung und das Controlling übernimmt die engagierte Einkäuferin, das komplette Fuhrparkmanagement der Player FleetCompany. Der Vorteil: Nur rund 20 Prozent ihrer Arbeitszeit beschäftigt sich Martina Born mit den in Deutschland ansässigen 140 Dienstwagen. Besonders der weiß-blaue Propeller von BMW findet sich hier überproportional.

Die beteiligten Personen sprechen von einer vollumfänglichen Flottenlösung, auch das Wort partnerschaftlich fällt. Kommt ein Thomson-Reuters-Mitarbeiter in den Genuss eines neuen Dienstwagens, kontaktiert er nicht etwa Martina Born, sondern den von ihr gut 400 Kilometer entfernten Fuhrparkmanager in Oberhaching bei München.

Doch warum setzt der seit rund ein- einhalb Jahren in dieser Form existierende

Medienriese hierzulande auf Outsourcing? Und welche konkreten Vorteile hat er davon?

Outsourcing als Königsweg

Drehen wir das Rad der Zeit fünf Jahre zurück. Damals entschied sich die Nachrichtenagentur Reuters für eine neue Strategie. Weg vom internen Fuhrparkbetreuer, hin zum Outsourcing. Das war eine Herausforderung für den Informationslieferanten, schließlich wurde der ganze Bereich nach draußen gegeben. Ein Bereich, der gerade in Deutschland sehr sensibel ist. Das weiß jeder, der zwischen Garmisch und Flensburg Dienstwagen betreut. Der Sieger der Ausschreibung: das auf Fuhrparkmanagement spezialisierte Unternehmen FleetCompany. „Da sind wir froh darüber“, betont Einkäuferin Martina Born.

Und der reibungslose Ablauf – in Deutschland ist man laut der Einkäuferin „super aufgestellt“ – scheint den Verantwortlichen recht zu geben. „Mit dem Outsourcing haben wir professionelle

Leistungen eingekauft. FleetCompany hat mit ihrem Wissen und Know-how geholfen, den Bereich zu optimieren“, sagt Stefan Gardocki, Director Sourcing & Procurement, heute. Auch im Zuge der Fusion der beiden Unternehmen Thomson und Reuters wurde an diesem Prozess nicht gerüttelt.

„Wir inspirieren uns gegenseitig“, Stefan Gardocki spielt auf die regelmäßig einmal im Jahr stattfindenden Treffen der beiden Partner an. Hier gibt es dann genügend Zeit, über die in „Benefit Cars“ und „Operational“ gegliederte Flotte ausführlich zu sprechen und neue Ansätze zu diskutieren.

Beispielsweise das dort oft erörterte Thema Tankkarte. Seit vergangenem Jahr können sich die Mitarbeiter von Thomson Reuters entweder für die praktische Plastikkarte von Aral oder euroShell entscheiden. Laut Stefan Gardocki ist das ein Beleg dafür, dass der Dienstleister FleetCompany seinem Unternehmen nicht nur Zeit, sondern auch bares Geld spart. Denn im Zuge des nun möglichen professionellen



Von Bullen und Bären: Die Marke Reuters hat sich mit der Lieferung von Finanznachrichten einen Namen gemacht.

Online-Reportings gibt es für die Oberhachinger, so Tanja Ross, Leitung Fuhrparkberatung/Key Account Management, ganz neue Beratungsfelder. „Wir können jetzt viel mehr professionelle Analysen durchführen – auch gerade was die Kosten angeht.“

Davor reichten die Mitarbeiter ihre Belege mit der Spesenabrechnung ein. „Das hat uns das Leben nicht gerade erleichtert“, erinnert sich Martina Born.

Relativ offene Car Policy

Grundsätzlich handelt es sich bei der deutschen Thomson-Reuters-Flotte um ein anspruchsvolles Beratungsfeld, da die Car Policy relativ offen ist und einzig Exoten, SUV und Cabrios untersagt. „Jeder kann das Auto bestellen, das er möchte“, erklärt Martina Born, sofern in den definierten Gruppen die Limits eingehalten würden. Bei den sogenannten Motivationsfahrzeugen sei die 3er-Reihe von BMW besonders beliebt. Interessant: Wer auf das Firmenfahrzeug verzichtet, bekommt vom Arbeitgeber eine Ausgleichszahlung.

Im Operationals getauften Fahrzeug-Pool, den insbesondere die Redaktionen des Medienunternehmens in Anspruch nehmen, dominieren die kompakten Modelle BMW 1er und VW Golf. Markentechnisch ergibt sich insgesamt folgendes Bild: Audi, BMW, Ford, Opel, Skoda, Volvo und VW. Als Leasinggeber fungiert Alphabet, die Laufzeiten und -leistungen betragen 36 Monate respektive 30.000 Kilometer jährlich.

Doch auch hier soll es Bewegung geben. Im Sinne eines Multibiddings möchte Thomson Reuters auf einen zweiten Leasinggeber setzen. Die Ausschreibung ist gerade in der heißen Phase. Dort wo es Sinn ergibt, prüfen die Einkaufsprofis, wie man noch am Rädchen schrauben kann. Ein weiteres Beispiel ist das Thema Scha-

denmanagement. In den Jahren 2007/2008 sei die Schadenquote relativ kritisch gewesen. Doch mit professionellem Schadenmanagement habe sich das, so Tanja Ross, ins Positive gedreht.

Konkret unterstützte FleetCompany Thomson Reuters unter anderem bei der Überarbeitung der Dienstwagenrichtlinie. Sie schreibt jetzt neben Klimaanlage, Navi, Freisprecheinrichtung und gedeckten Farben auch die Einparkhilfe vor. Eine erfolgreiche Kurskorrektur. Gut für die Schadenquote ist laut Stefan Gardocki auch, dass seit 2009 Bagatellschäden bis 500 Euro selbst getragen würden.

Wachstumsprozess

Was augenscheinlich in Deutschland reibungslos funktioniert, davon können Martina Born und Stefan Gardocki auf europäischer Ebene nur träumen. Den Status quo beschreiben beide – aufgrund der unterschiedlich praktizierten Modalitäten in den einzelnen Ländern – wie in

Deutschland vor acht Jahren. Klar, im Zuge der Fusion der beiden Konzerne muss auch die Flotte zusammenwachsen. „Wir wachsen mit“, so Tanja Ross. Drei Worte, die verdeutlichen, welche Herausforderung hinter dem Ganzen steckt.

„Wir müssen erst noch einen einheitlichen Prozess für Europa einführen“, weiß Stefan Gardocki. Das beginnt schon beim Elementaren: In Osteuropa wird etwa der Fahrzeugkauf favorisiert, im Westen hingegen in erster Linie Leasing. Man könnte fast sagen, dass die unterschiedlichen Fuhrparkfacetten wie die verschiedenen Sprachen der einzelnen Konzernländer aufeinanderprallen. Mit dem einen oder anderen Verständigungsproblem.

„Wir gehen kleine Schritte“, sagt Stefan Gardocki. In seinem hessischen Dialekt schwingt Zuversicht mit. Offensichtlich auch dank des Partners FleetCompany. Gemeinsam wollen sie die europäische Flotte mit Fäden versehen.

PATRICK NEUMANN

Thomson Reuters im Kurzporträt

Als vor rund zwei Jahren die Nachricht übermittelt wurde, dass mit dem kanadischen Informationsdienstleister Thomson und der Nachrichtenagentur Reuters zwei Große der Branchen zusammengehen, fiel auch das Wort Elefantenhochzeit. Etwa 50.000 Mitarbeiter beschäftigt der neu entstandene Player weltweit, mehr als die Hälfte auf dem amerikanischen Kontinent, der Rest gleichmäßig verteilt auf Asien und Europa. Hierzulande sind es circa 500 Mitarbeiter. Allein mehr als 2.500 Reuters-Journalisten berichten aus den 197 Büros von den Brennpunkten der Erde. Im Jahr 2008 betrug der Umsatz 13,4 Milliarden US-Dollar. Eine Summe, die sich Paul Julius Reuter bei der Gründung des gleichnamigen Unternehmens 1851 sicherlich nicht zu träumen gewagt hätte.



Der Thomson-Reuters-Fuhrpark im Fokus

- ▶ in Deutschland: 140 Fahrzeuge
- ▶ Aufteilung der Flotte in „Benefit Cars“ und „Operationals“ (Pool)
- ▶ Marken: Audi, BMW, Ford, Opel, Skoda, Volvo, VW
- ▶ relativ frei bei der Modellwahl, aber keine Exoten, SUV und Cabrios
- ▶ Alphabet als Leasinggeber
- ▶ Laufzeiten und -leistungen: 36 Monate, 30.000 Kilometer p. a.
- ▶ seit 2005: Flotte wird komplett von FleetCompany gemanagt
- ▶ seit 2009: Tankkarten von Aral und euroShell

