

Spezialist für Fuhrparkbranding

Das Kieler Unternehmen wir drei werbung gmbh steht seit Jahrzehnten für Werbe-, Licht- und Leitsysteme jeglicher Größenordnung. Mit dem Re-Branding der Fahrzeugflotte von EnBW, dem drittgrößten Energieversorger in Deutschland mit Sitz in Karlsruhe, hat das Unternehmen sein Segment Fuhrparkbranding weiter ausgebaut.

Auf die Ausschreibung seitens EnBW für ein Branding von nahezu 1.600 Fahrzeugen hatten sich zahlreiche Firmen beworben. Das Auswahlverfahren erstreckte sich über ein halbes Jahr, zum Teil mussten in verschiedenen Werkstätten auf dem Gelände von EnBW gleichzeitig Musterfahrzeuge beklebt werden.

Letztendlich fiel die Wahl auf die in Kiel ansässige wir drei werbung, die neben der Zentrale im hohen Norden mit Standorten in Hamburg, Siegen und München präsent ist. „Der Standort spielte bei unserer Entscheidung allerdings keine Rolle“, so Oliver Schulz, Leiter Corporate Design und Marktkommunikation EnBW. „Uns hat wir drei werbung in allen Kriterien wie Kompetenz, Qualität, Referenzen, Leistungsfähigkeit im überschaubaren Zeitraster und Flexibilität einfach überzeugt.“

Eine große Herausforderung an Qualität und Logistik

Rund 7.500 Quadratmeter Folie, 1.600 Fahrzeuge, zwölf Modellvarianten vom Lkw bis hin zum Kleinwagen, zehn Standorte, eine Zeitspanne von fünf Monaten und ein Ansprechpartner – das waren die „Fakten“. Das Ver-



Natürlich ist das neue Fahrzeugbranding mittels Folie absolut waschstraßenfest.

kam und nicht umgekehrt die Fahrzeuge in Werkstätten gebracht werden mussten. Von zentraler Bedeutung seien noch weitere Faktoren gewesen. „Fünf Jahre Garantie auf die Folien – das war für uns ein wichtiger Aspekt. Genauso wichtig war, dass die Folie ohne Kleberückstände von den Fahrzeugen abzulösen ist.“

Neues Projektmanagement im Fuhrparksektor: SiMSfleet

Wenn an mehreren Standorten, von verschiedenen Personen eine aus diversen Modellen bestehende Flotte betreut wird, ist es notwendig, eine dezentrale Struktur zu ermöglichen. Gleichzeitig müssen aber auch Prozesse und die Dokumentation standardisiert werden und zentral kontrollierbar, abrufbar und auswertbar sein. Hierfür hat wir drei werbung eine Software-Innovation entwickelt, das browserbasierte Online-Tool SiMSfleet.

Die vier Buchstaben SiMS dieser Datenbank stehen für Sign Management System. „Wir haben jetzt einen

fahren selbst war qualitativ anspruchsvoll. Vor dem eigentlichen Klebeprozess entwickelte wir drei werbung eine 3-D-Digitalisierung der Autos. So standen digitalisierte Folienmodule als vorkonfektioniertes Material zur Verfügung.

Auch die logistische Abwicklung stellte sowohl wir drei werbung als auch EnBW vor eine Herausforderung. Die rund 1.600 Fahrzeuge wurden von ganz Baden-Württemberg an sechs Standorten nacheinander zusammengezogen. „Unsere Mitarbeiter mussten ja trotzdem mobil bleiben und wir mussten immer Ersatzfahrzeuge bereitstellen“, erklärt Stefan Schneider, Leiter Technik Fahrzeugservice EnBW. Das alles so gut funktioniert habe, habe in erster Linie daran gelegen, dass wir drei werbung zu den Standorten

Wollen in Sachen Fahrzeugbranding für Flotten durchstarten: die wir-drei-werbung-Inhaber Jörg und Ulrike Jacobi



genauen Überblick darüber, welche Autos wie, wann und wo beklebt worden sind. Jederzeit können wir die Bestände absuchen, haben digitale Fotodokumente zur Verfügung und zum ersten Mal einen Überblick über die gesamte Fahrzeugflotte von EnBW“, so Schneider.

Mit einem eigenen Passwort erhält der Kunde Zugang zu seinem Flotten-Archiv, kann es individuell gestalten, vorgegebene Module nutzen und neue hinzufügen, hat zugleich ein Handbuch für die entsprechende Umsetzung des Corporate Designs. Er kann genau nachvollziehen, welches Fahrzeug wann, wo und mit welcher Markierung versehen wurde, kann mithilfe verschiedener digitaler Module besondere

Kennzeichen wie Beschädigungen, Sonderausstattungen und anderes festhalten. Der gesamte Fuhrpark ist so zentral erfasst und dokumentiert. Das hat besonders bei einem Schadensfall große Vorteile.

Dadurch, dass alles in diesem Datenbank-System gespeichert ist, können im Falle eines Unfalls oder einer Beschädigung optimal schnell und gezielt das beschädigte Teil und die erforderliche Folie geordert werden. „Wir drei werbung kommt dann zum Standort des Fahrzeugs und repariert vor Ort. Das ist eine große Zeitersparnis, Fehlerquellen im Bestellprozess werden ausgeschaltet und unsere Fahrzeuge sind schneller wieder einsatzbereit“, erläutert Schneider.

Dieses ganzheitliche Angebot, vom Layout über die Umsetzung bis zur Archivierung und damit einer After-Sales-Betreuung, ist in Deutschland bisher einmalig. Den Kunden erwartet das geballte Know-how aus einer Hand: gemeinsame Konzipierung des Layouts, professionelle Auswahl hochwertiger Folien, beste Verarbeitung, Verkleben und mit SiMSfleet eine leicht zu handhabende Computer-Software, die eine zentrale Verwaltung der Flotte ermöglicht, auch wenn sie von verschiedenen Standorten aus betrieben wird.

Schon hat ein weiteres deutsches Großunternehmen Interesse bekundet. „Wer, wird noch nicht verraten, aber wir sind bereit“, sagt Firmenchef Jörg Jacobi.

RED  ►

INTERVIEW MIT OLIVER SCHULZ, LEITER CORPORATE DESIGN UND MARKTKOMMUNIKATION BEI ENBW

Af: Was war der Grund für ein neues Fahrzeugbranding?

Schulz: Das hatte vor allem kommunikationsstrategische Gründe. Die Präsenz durch den Werbeträger „Flotte“ gerade in der Region ist sehr wichtig. Der Markt ist heute wettbewerbsintensiver geworden und die regionale Präsenz bekommt eine zunehmende Bedeutung. Unsere Fahrzeuge waren mit einfachen Folien auf den Fahrzeugseiten ausgestattet, die der Fahrzeugservice selbst beklebt hat. Dazu kam eine wenig auffallende Farbgebung auf den silbergrauen Autos – es bestand also einiger Optimierungsbedarf hinsichtlich der Fernwirkung unserer Fahrzeuge.

Af: Warum haben Sie sich jetzt für diese Art des Brandings entschieden?

Schulz: Das Design folgt den Gestaltungskonstanten unseres Corporate Designs. Wir haben das vorhandene Gestaltungsraster adaptiert mit dem Beklebungdesign für unsere Fahrzeuge. Blau als dominierende Farbe, gepaart mit Silber und der orangefarbenen Impulslinie.

Af: Gibt es schon Reaktionen auf das neue Design?

Schulz: Ja, ich habe viele Rückmeldungen, dass unsere EnBW-Fahrzeuge in der Region jetzt bewusster wahrgenommen werden. Auch von Mitarbeitern gibt es viele positive Reaktionen.

Af: Welche Anforderungen stellt EnBW an die Qualität der Arbeit?

Schulz: Für uns war die Qualität der Folie sehr wichtig, daher war die Sichtabnahme einer der zentralen Aspekte. Wir hatten zunächst eine andere Folie präferiert, sind jetzt aber froh, dass wir drei werbung mit dem Produkt des Herstellers Avery die richtige Folie empfohlen hat.

Af: Wie drei werbung hat sich gegen zahlreiche Mitbewerber durchgesetzt. Was hat Sie an dem Angebot überzeugt?

Schulz: Neben der wirtschaftlichen Komponente waren fünf weitere Kriterien entscheidend. Die Qualität der durchzuführenden Arbeiten, die Referenzen und die Kompetenz des Partners, die Flexibilität und dass die Leistungsfähigkeit im überschaubaren Zeitraster erbracht wird. Zudem hat auch das Bauchgefühl eine Rolle gespielt. Die Chemie muss einfach stimmen. Wir haben alle Kriterien sorgfältig geprüft und uns

lange Zeit dafür genommen. Wir drei werbung hat in der Summe aller Kriterien dann den Zuschlag erhalten.

Af: Wie zufrieden sind Sie mit der geleisteten Arbeit?

Schulz: Absolut zufrieden. Wenn man ein Produkt, das man nur auf dem Computer hatte, dann endlich auf der Straße sieht, empfindet man so etwas wie Stolz. Ich habe großen Respekt vor der Umsetzungsleistung, hatte aber nie wirklich Zweifel daran.

Af: Wie wichtig ist eine Fahrzeug-Werbung in diesem Umfang für Ihr Unternehmen oder für Unternehmen überhaupt?

Schulz: Für ein Unternehmen wie EnBW gehört die Flottenbeklebung natürlich zu den Basics. Ein gebrandetes Fahrzeug ist ganz klar ein aktiver Werbeträger. Zudem ist es ein Kennzeichen unseres Unternehmens und es muss daher auch von guter Qualität, also adäquat zu den anderen Leistungen unseres Hauses sein. Für uns spielt in erster Linie der Hygienefaktor eine Rolle. Hätten wir so ein Branding nicht oder nur schlecht, würde man sich bei einem Unternehmen unserer Größe schon wundern.

Af: Inwieweit hat das mitgelieferte computergesteuerte Archivierungssystem SiMSfleet für Ihren Bereich des Marketings eine Bedeutung?

Schulz: Uns wurde mit SiMSfleet ein gutes Projektmanagement angeboten. Für uns ist es zusätzlich zu der geleisteten qualitativ hochwertigen Arbeit ein positiver Nebeneffekt, dessen Nutzen wir vor allem jetzt zu schätzen wissen, da die Phase der Beklebung abgeschlossen ist. Es vereinfacht die Verwaltung der Fahrzeugflotte. Zum ersten Mal haben wir einen Überblick über alle Fahrzeugbestände und den Zustand jedes einzelnen Fahrzeugs. 



INTERVIEW MIT STEFAN SCHNEIDER, LEITER TECHNIK FAHRZEUGSERVICE BEI ENBW

Af: Wie wurde Ihre Flotte vorher mit Logos versehen?

Schneider: Über lange Zeit hatten wir kein Corporate Design, was an der geschichtlichen Entwicklung unseres Unternehmens liegt. Farben und Designs wurden durch die Fusionen häufig gewechselt. Aufkleber wurden nur auf den seitlichen Türen der Fahrzeuge verklebt.

Af: Wie schauten die Arbeitsabläufe bis dato aus?

Schneider: Die Folien wurden zentral eingekauft und dort, wo Autos standen, von den eigenen Mitarbeitern geklebt.

Af: Welche Probleme sind dabei entstanden?

Schneider: Die Aufkleber waren sehr simpel und fielen nicht besonders ins Auge.

Af: Wie viele Fahrzeuge und welche Typen wurden jetzt von wir drei werbung bearbeitet?

Schneider: Rund 1.600 Pkw und Nutzfahrzeuge. Vom Sprinter über den VW T5 bis hin zum VW Polo.

Af: Wie verlief die logistische Abwicklung?

Schneider: Wir haben die Fahrzeuge aus ganz Baden-Württemberg an sechs Standorten zu-

sammengezogen. Unsere Mitarbeiter mussten ja trotzdem mobil bleiben und wir mussten immer Ersatzfahrzeuge bereitstellen. Es war eine logistische Herausforderung, aber es hat alles gut funktioniert. Das lag in erster Linie daran, dass wir drei werbung zu den Standorten kam und nicht umgekehrt wir unsere Fahrzeuge in Werkstätten bringen mussten.

Af: Haben Sie SiMSfleet schnell verstanden?

Schneider: Wer ein bisschen weiß, wie das Internet funktioniert, der findet sich schnell damit zurecht. Wir haben den einzelnen Werkstattleitern von EnBW die Anwendung bei einer Meisterschulung erklärt, auch hier gab es keine Verständnisschwierigkeiten und viel positive Rückmeldung.

Af: Welche Vorteile sehen Sie durch dieses computergesteuerte Archiv?

Schneider: Zunächst einmal haben wir jetzt einen genauen Überblick darüber, welche Autos wie, wann und wo beklebt worden sind. Jederzeit können wir die Bestände absuchen und haben zum ersten Mal einen Überblick über die gesamte Fahrzeugflotte von EnBW. Wir

konnten außerdem zwei für uns wichtige Module – Versicherungsnummer und Kostenstelle – hinzufügen. Da ist das System kundenfreundlich individuell flexibel.

Af: Was passiert zum Beispiel bei einem Schadensfall?

Schneider: Auch hier erleichtert SiMSfleet die Abwicklung. Dadurch, dass alles im Computer-Archiv gespeichert ist, können im Falle eines Unfalls oder einer Beschädigung optimal schnell und gezielt das beschädigte Teil und die erforderliche Folie geordert werden. Wir drei werbung kommt dann zum Standort des Fahrzeugs und repariert vor Ort. Das ist eine große Zeitersparnis und unsere Fahrzeuge sind schneller wieder einsatzbereit.

Af: Welche Anforderungen stellt EnBW an die Qualität der Arbeit?

Schneider: Nur die höchste Qualität passt zu unserem Unternehmen. Bei der Beklebung musste auf Lack geschnitten werden und die Folien um Blenden gelegt werden. Wir haben uns bei der Auswahl der Art der Beklebung und bei der Auswahl des Anbieters viel Zeit gelassen und sind heute mit dem Ergebnis richtig zufrieden.

Af: wir drei werbung hat sich gegen zahlreiche Mitbewerber durchgesetzt. Was hat Sie an dem Angebot überzeugt?

Schneider: Sie können mir glauben, dass hier so einige Firmen im Haus waren, um uns ihr Angebot zu machen. Zwei Tage haben wir die verschiedenen Anbieter geradezu ausgefragt und dabei gemerkt, wo wenig und wo viel Fachkompetenz dahintersteckte. Schnell trennte sich die Spreu vom Weizen. Die Kombination aus der Folienqualität des Her-

stellers Avery und der Fachkompetenz von wir drei werbung ist optimal.

Af: Sind Ihre Erwartungen und Anforderungen bisher erfüllt worden?

Schneider: Ja, ich bin wirklich zufrieden. Schließlich stellte jeder Fahrzeugtyp auch wieder neue Herausforderungen. Auch das Arbeiten mit SiMSfleet läuft gut. Besonders gefällt mir, dass wir es bei der ganzen Abwicklung mit ein und demselben Ansprechpartner zu tun hatten, der immer erreichbar war. Hervorragend war auch die gezeigte Flexibilität. Wir konnten auch mal Fahrzeuge dazwischenschieben. Wir haben im Zeitraum von knapp einem halben Jahr den Beklebungprozess abgeschlossen. Dass es so schnell so hochwertig geht, hat mich begeistert.

Af: wir drei werbung verspricht fünf Jahre Garantie. Auch ein Aspekt, der Sie überzeugt hat?

Schneider: Das war für uns ein wichtiger Aspekt. Genauso wichtig war, dass die Folie auch in drei Jahren noch ohne Kleberückstände von den Fahrzeugen abzulösen ist. Wir haben das getestet, es klappt einwandfrei.

Af: Würden Sie SiMSfleet anderen Unternehmen, die einen Fuhrpark beschriften lassen möchten, weiterempfehlen?

Schneider: Ja, das würde ich. Es ist eine große Hilfe bei Reparaturen und auch bei der Archivierung von Neufahrzeugen. Es ist für die logistische Abwicklung und Verwaltung von Fahrzeugflotten einfach ein sehr gutes System.

Af: Würden Sie wir drei werbung weiterempfehlen?

Schneider: Wenn ich bedenke, welche Firmen so alles da waren, dann sind und waren wir drei werbung die Besten. Ich kann mir nicht vorstellen, dass es jemand bedeutend besser machen könnte. Auch das Preis-Leistungs-Verhältnis ist top. 



„Die Leistung hat überzeugt. Auch das Preis-Leistungs-Verhältnis ist top.“

Intelligent sparen – mit bis zu **50%** Preisvorteil auf Wartung und Verschleiß!



Beispielsgründe für unsere hohen Verschleißgarantie: Extensive Schulung, 20-Monats Laufzeit, Kilometerleistung 20.000 km pro Jahr, alle Teile in Ware (bis 31.12.2009, bei Lieferanteneinstellung Postleiste). Die abgebildeten Fahrzeuge sind keine Sonderausstattungen gegen Aufpreis. CO₂-Emissionen (kombiniert): Passat Variant 1,8 TDI mit DPF (104 g/km), Golf Variant 1,8 TDI (100 g/km), Transporter 2,0 TDI (102 g/km), Caddy 1,8 (102 g/km)

Nutzen Sie die Vorteile unserer ServiceOffensive:

Beispiele	bisher	jetzt
Passat Variant 1,8 TDI, 77 kW	28,-	22,00
Golf Variant 1,8 TDI, 77 kW	28,-	22,00
Transporter T5 2,5 TDI, 96 kW, kurz	22,-	16,-
Caddy 1,8 TDI, 77 kW	28,-	20,00

Mehr Informationen erhalten Sie in Ihrem Autohaus oder unter www.us.begrenzte-mobilitaet.de

Awards
07/08

– Zehn-Jahres Flottenvertrag „Beste Marke, Leasinganbieter“ – 2007 und 2008
– Zehn-Jahres Flottenvertrag „Beste Leasinggesellschaft“ – 2007, 2008 und 2009
– Zehn-Jahres Flottenvertrag „Beste Leasinggesellschaft“

VOLKSWAGEN LEASING

GMH