

Jedes Herz hängt an einer anderen Marke – Flottenmanagement bei

Dun & Bradstreet



Die 110 Mitarbeitenden des Dienstleistungsunternehmens Dun & Bradstreet (Schweiz) AG, kurz D&B, liefern zuverlässige Bonitätsauskünfte und Informationen zu über 150 Millionen Firmen in der Schweiz und der ganzen Welt. Rund ein Drittel der Belegschaft ist Tag für Tag in Firmenwagen auf Schweizer Strassen unterwegs. Marlies Tognella-Abbrederis, Verantwortliche Human Resources bei D&B, spricht im Interview mit LeasePlan über Flottenmanagement und Emotionen der Mitarbeitenden.

LeasePlan: Welchen Stellenwert haben Flottenmanagement und Mobilität für das Dienstleistungsunternehmen Dun & Bradstreet?

Marlies Tognella-Abbrederis: Mobilität hat bei Dun & Bradstreet einen hohen Stellenwert. Rund ein Drittel unserer 110 Mitarbeiter ist ständig auf Achse, unterwegs durch die ganze Schweiz. Deshalb muss die Mobilität jederzeit gewährleistet sein. Das Flottenmanagement ist immer wichtiger geworden, je grösser wir als Unternehmen geworden sind. Vor fünf Jahren beschäftigte Dun & Bradstreet 70 Leute, heute sind wir rund die Hälfte mehr.



LeasePlan: Dun & Bradstreet ist seit dreieinhalb Jahren Kunde bei LeasePlan – wie hat Dun & Bradstreet den Fuhrpark davor verwaltet?

Marlies Tognella-Abbrederis: Wir hatten zuvor keine firmeneigenen Dienstwagen. Den Mitarbeitenden stellten wir stattdessen monatlich einen bestimmten Betrag zum Unterhalt Ihrer Privatfahrzeuge zur Verfügung. In Verbindung mit dem neuen Lohnausweis, der eingeführt wurde, wäre diese Variante auf Dauer aber mit sehr viel Aufwand verbunden gewesen.

LeasePlan: Konnten Sie Ressourcen einsparen?

Marlies Tognella-Abbrederis: Wir wollten in erster Linie eine gute Lösung für unsere Mobilitätsbedürfnisse. Dank dem Outsourcing des Flottenmanagements entfiel aber auch viel Aufwand. Die Mitarbeitenden müssen keinerlei Kilometerabrechnungen mehr führen. Dies hat zur Folge, dass unsere Buchhaltung zum Beispiel auch weniger Spesenzahlungen auslöst. Der ausgelagerte Aufwand entspricht summiert ungefähr einer Teilzeitstelle. Wir sind froh, dass sich unsere Mitarbeitenden auf das Kerngeschäft konzentrieren, statt den Fuhrpark zu verwalten. Das überlassen wir nun den Profis von LeasePlan.

LeasePlan: Wie nahmen die Mitarbeitenden die Einführung des Flottenmanagements auf?

Marlies Tognella-Abbrederis: Das Thema Auto löst Emotionen aus. Diejenigen, die ein altes Auto gefahren sind, freuten sich über die neuen Firmenwagen. Doch jedes Herz hängt an einer anderen Fahrzeugmarke. Dann sind die Diskussionen losgegangen. Soll die Firma ein Standardfahrzeug für alle bestimmen; oder passen wir uns den privaten Interessen jedes einzelnen an? Wir haben verschiedene Varianten geprüft. LeasePlan machte das Rennen, da LeasePlan markenunabhängig ist. So entschieden wir uns für die vier Marken Audi, BMW, Mercedes und Smart und konnten so allen Mitarbeitenden eine Freude bereiten. Individuelle Lösungen sind ein Pfeiler unseres Geschäftsmodells – dieses Prinzip leben wir mit dem Flottenmanagement von LeasePlan auch im Unternehmen. Die beiden Smarts im Firmendesign nutzen wir zum Beispiel, um Kleinkunden anzuwerben.



LeasePlan: Fliessen Umweltaspekte in Ihre Entscheidungen ein?

Marlies Tognella-Abbrederis: Dank dem Full-Service-Leasing setzt sich unsere Flotte jederzeit aus sehr modernen Fahrzeugen zusammen. Im Vergleich zu früher, als unsere Mitarbeitenden zum Teil noch eigene, ältere Autos benutzten, haben wir unseren CO2-Ausstoss deutlich reduziert.

LeasePlan: Welches sind für Sie zusammengefasst die wichtigsten Leistungen beim Flottenmanagement?

Marlies Tognella-Abbrederis: Am wichtigsten ist die Gewährleistung der Mobilität in allen Situationen, vom Treibstoffkartenmanagement an der Zapfsäule, über die Hilfe im Schadensfall, bis zur Beschaffung von neuen Fahrzeugen. LeasePlan verfügt über ein ausgezeichnetes Netz von Partnern und optimiert die Konditionen laufend zu unseren Gunsten. Weiter sind uns die Kostentransparenz und das regelmässige Reporting von LeasePlan sehr wichtig.