

Mobilitätsverband entwickelt Händlerstandards

Qualitative Zusammenarbeit zwischen Kfz-Handel und Firmenkunden mit Fuhrpark verbessern / Reibungslose Zusammenarbeit bietet Vorteile beiderseits / Standards sollen Transparenz schaffen / ZDK Zentralverband des Deutschen Kfz-Gewerbes sieht keine Notwendigkeit

Mannheim, im Dezember 2022. „In Krisenzeiten kommt es auf die Zusammenarbeit zwischen Kfz-Händlern und Firmenkunden mit Fuhrpark an. Nur wenn an einem Strang gezogen wird, können Probleme wie Lieferengpässe überbrückt werden“, betont Axel Schäfer, Geschäftsführer des Bundesverbands Betriebliche Mobilität e. V. (BBM). Da es in der Vergangenheit häufig zu Unstimmigkeiten kam und keine reibungslose und transparente Kommunikation möglich war, hat der Verband Händlerstandards entwickelt.

Der Zentralverband des Deutschen Kfz-Gewerbes (ZDK) sieht das überraschenderweise kritisch. Nach dem Motto ‚Jetzt kommt noch einer‘ verweist man auf die „zum Teil überzogenen Herstellerstandards“, an denen man ohnehin schwer zu tragen hätte. „Als wir das hörten, waren wir etwas enttäuscht. Wir haben die Initiative zur Entwicklung der Händlerstandards ergriffen, nachdem viele unserer Mitglieder uns auf erhebliche Qualitätsunterschiede in der Zusammenarbeit mit dem Kfz-Handel aufmerksam machten“, klärt Schäfer auf. Der Mobilitätsverband ist darauf bedacht, sich für die Belange der Mitglieder und die der gesamten Fuhrpark- und Mobilitätsbranche einzusetzen. Wenn Bedarf besteht, greift er ein. So auch mit der Entwicklung der Händlerstandards. Insbesondere in Krisenzeiten mit Lieferengpässen und Teilemangel kommt es auf eine reibungslose Kommunikation an. Das sieht der BBM nicht gegeben.

Darüber hinaus geht es längst um mehr als nur um die Bestellung von Fahrzeugen. Der BBM sieht den gesamten Kommunikationsprozess in der Kritik. Von der Bestellung über die Übergabe bis hin zur Einweisung im Sinne der Unfallverhütungsvorschriften muss aus Sicht des Verbandes ein einheitlicher Standard bestehen. „Mit den Händlerstandards wollen wir dazu beitragen, die Qualität in der Kommunikation zu gewährleisten und einen transparenten, markenunabhängigen Standard zu schaffen. Unser Wunsch ist es, dass Firmen die Händlerstandards als festen Bestandteil von Ausschreibungen und Rahmenvereinbarungen setzen. Überdies sollen sich Händler zum Standard verpflichten. Wir sehen darin einen großen Vorteil für Händler und Kundinnen und Kunden gleichermaßen“, unterstreicht Schäfer. Der BBM hat einige große Händler als Fördermitglieder, die die Initiative sehr aktiv unterstützen.



Über den Bundesverband Betriebliche Mobilität e. V. (BBM)

Der Bundesverband Betriebliche Mobilität wurde im Oktober 2010 als Bundesverband Fuhrparkmanagement und Initiative von Fuhrparkverantwortlichen gegründet. Über die Jahre hat sich das Themenspektrum und die Ausrichtung verändert, sodass auch der Name im Mai 2022 in BBM geändert wurde. Der Verband vertritt die Interessen seiner Mitglieder, die Fuhrparks zwischen 5 und 50.000 Fahrzeugen betreiben und stellt seine Expertise für betriebliche Mobilität bereit. Mitglieder sind unter anderem Unternehmen wie Axel Springer Services & Immobilien GmbH, ING Diba, KPMG AG, CANCOM IT, KAEFER SE & CO. KG, SEG Sparkassen Einkaufsgesellschaft mbH, SAP, Boehringer Ingelheim, Deutsche Bahn Fuhrparkservice oder Stadtwerke Heidelberg Netze GmbH. Der Verband ist Mitbegründer und Mitglied der FMFE Fleet and Mobility Management Federation Europe.

Vorstandsmitglieder des Verbandes sind Marc-Oliver Prinzing (Vorsitzender), Dieter Grün (stv. Vorsitzender, Fuhrparkleiter Stadtwerke Heidelberg Netze), Melanie Schmahl (stv. Vorsitzende, Leiterin Fleetmanagement und Passenger Transport, Boehringer Ingelheim) und Claudia Westphal (stv. Vorsitzende, Fuhrparkleiterin Beiersdorf AG). Geschäftsführer ist Axel Schäfer. Sitz des Verbandes und der Geschäftsstelle ist Mannheim.

Axel Schäfer, Geschäftsführer
Bundesverband Betriebliche Mobilität e.V.
presse@mobilitaetsverband.de