

RUND UMS FIRMENFAHRZEUG

Top oder Flop?



Bild: Henfaes / thinkstock

Firmenfahrzeuge transportieren neben den Monteuren auch noch ein Image

Eigentlich kann es einem Kunden doch egal sein, mit welchem Fahrzeug der Monteur zu ihm kommt, ist es aber ganz sicher nicht. Lesen Sie wie unser Profi den Fuhrpark eines SHK-Betriebes einschätzt.

Die Öffentlichkeit nimmt den Lieferwagen Ihres Betriebes, ob im fließenden Verkehr oder auf dem Parkplatz, mehr oder weniger bewusst wahr und bildet sich ein Urteil über den Zustand des Fahrzeugs und zieht Schlüsse über den zugehörigen Betrieb. Handwerker, die eine positive Wirkung in der Öffentlichkeit erreichen wollen, nutzen die Chance daher „Werbung auf Rädern“ zu machen. Und auch die Motorisierung wird bewertet: Diesel oder Benziner? Elektrofahrzeug oder Hybrid? Ein auf Umweltverträglichkeit achtendes Unternehmen kann nur gewinnen. Das Fahrzeug ist mit seiner Firmenbeschriftung und der Fahrweise des Mitarbeiters permanente Image-Pflege

PARKEN, BE- UND ENTLADEN

Beim Abladen ist Achtsamkeit des Fahrers erforderlich. Bei eventueller Gefährdung der Fußgänger sollte der Gehweg mit einer Banderole gesperrt werden. Bei wenig Parkraum bewährt es sich, am Vortag ein Schild aufzustellen mit dem Hinweis, dass die Parkfläche für den Ladevorgang freizuhalten ist. Mit dem Kunden kann man das rechtzeitig vorher abstimmen, in bestimmten Fällen auch mit der Polizei oder dem Ordnungsamt.

ENTSPANNT AUF TOUR

Längeres Fahren ist für den Rücken „Schwerarbeit“, obwohl viele Mitarbeiter glauben, dass sie beim Fahren entspannen. Vielfahrer haben eine Zwangshaltung im Rückenbereich. Die ergonomisch richtige Einstellung des Sitzes kann Abhilfe schaffen. Dadurch werden Verspannungen und später auftretende Schmerzen verhindert. Die Einstellung des Sitzes „Einmal für alle“ ist falsch. Der Sitz muss je nach Fahrer individuell angepasst werden. Idealerweise sind die Sitze zwischen 100 und 110 Grad leicht nach hinten geneigt. Die Mitte der Kopfstütze befindet sich etwa auf Augenhöhe. Moderne Sitze mit Lordosenstütze unterstützen das ergonomische Sitzen beim Autofahren. Der Sitz muss so eingestellt werden, dass die Beine beim Durchdrücken der Pedale leicht angewinkelt bleiben. Die Rückenlehne hat zum Rücken immer vollen Kontakt, ist also im Zweifel eher steiler als flacher eingestellt. Im Stau kann man die Füße ganz vom Pedal nehmen und die Fußgelenke kreisen. Bei der Rotphase an der Ampel ist es gesundheitsfördernd, wenn man die Gesäßmuskeln anspannt oder das Körpergewicht von einer auf die andere Seite verlagert.

Für ein Wohlfühlkoma im Lieferwagen sorgt eine Temperatur von 21 Grad und regelmäßiges Durchlüften.

Ideal ist es, wenn Mitarbeiter auch unterwegs ansprechbar sind. Vor allem sind sie für die Firma bei Terminänderungen oder eigenen Rückfragen erreichbar. Aber die Ablenkung durch Telefonieren wird oft erheblich unterschätzt. Auch wenn das Handy mit einer Halterung im Auto befestigt ist, beim Eintippen müsste man den Blick von der Straße abwenden. Eine Sekunde im Blindflug sind 30m bei 100km. Für eine kurze WhatsApp-Nachricht braucht man 30 Sekunden, jedes Tippen würde natürlich von der Hauptsache, dem sicheren Autofahren, ablenken. Die dringende Empfehlung lautet daher ganz klar, dass man anhält, um zu kommunizieren.

DAS FAHRVERHALTEN

Zur „Visitenkarte Fahrzeug“ zählt auch das Fahrverhalten des Fahrers. Infratest hat festgestellt, dass nicht nur das Fahrzeug zur Beurteilung beiträgt, sondern auch die Fahrweise des Mitarbeiters. Die Einhaltung der Verkehrsregeln ist eine Selbstverständlichkeit. Das Bußgeld wegen Überschreitung des Tempolimits übernehmen die meisten Firmen nicht, der Fahrer bleibt also darauf sitzen. Nur Bußgelder wegen Parkverbot werden von einigen Firmen übernommen. Riskante Überholmanöver hinterlassen keinen guten Eindruck, auch wenn es nicht zu einem Unfall kommt. Der Beifahrer trägt auch eine Mitverantwortung, wenn ihm bekannt ist, dass der Kollege aggressiv fährt.

Höflichkeit bei der Vorfahrt macht einen besonders guten Eindruck, weil andere Verkehrsteilnehmer nicht zuerst auf das Nummernschild, sondern laut ADAC auf die Firmenbeschriftung sehen: „Wer ist denn da so höflich und lässt mich aus der Seitenstraße rausfahren?“ Negativ wirkt das Parken eines Firmenwagens im Parkverbot, auch für Passanten, nicht



Ein vorbildliche „Flotte“ und die Beschriftung kurz und knackig

nur für die Polizei. Fahrzeuge, die bei Anlieferung andere behindern, tragen nicht zum positiven Erscheinungsbild bei. Schnell noch bei Gelb über die Kreuzung fahren oder durch die Ortschaft mit über 50 km/h brettern, wird von der Öffentlichkeit negativ bewertet, auch wenn sich niemand direkt beschwert. Wer zu dicht auffährt, muss damit rechnen, dass sich der Fahrer des vorderen Wagens ein negatives Urteil bildet: „So ein Drängler“.

Die Einhaltung aller Vorschriften wird von Vielfahrern, die beruflich unterwegs sind, gerne vergessen: Verbandskasten, Warndreieck, Sicherheitsweste, Wechsel auf Winterreifen, Umweltplakette, TÜV-Kontrolle. In der Hektik des Alltags wird das oft auf später verschoben. Speziell für die Ladesicherung gibt es auch Regeln, die zu beachten sind.

PERFEKTES FAHRVERHALTEN

- So parken, dass Fußgänger noch den Gehweg benutzen können
- Zufahrten und Garagen frei lassen
- Sich an Verkehrsregeln halten, ausnahmslos
- Auch bei eigener Vorfahrt jemandem aus der Seitenstraße Vorfahrt gewähren
- Entspannt fahren, auch bei dringenden Terminen

DIE PFLEGE DES LIEFERWAGENS

Bei älteren Fahrzeugen kommt schon mal die Meinung auf, Ausbesserungen lohnen sich nicht mehr und dann lässt auch die Pflege nach. Bei dieser Einstellung fehlt auch der sorgsame Umgang des Fahrers mit dem Lieferwagen. Der neutrale Betrachter stört sich jedoch weniger am Alter des Fahrzeugs, als an mangelhafter Pflege, Beulen, Kratzer und Schrammen. Selbstverständlich erwartet niemand, dass der Lieferwagen immer so aussieht, als wäre er gerade auf seiner Jungfernfahrt. Fahrzeuge werden verglichen mit denen von anderen Firmen, die wie überall zu den Imageträgern einer Firma zählen. Wenn das Fahrzeug einen erstklassigen Eindruck hinterlässt, zieht der Kunde auch einen entsprechenden Rückschluss auf die Firma und besonders auch auf deren Arbeitsqualität.

Die regelmäßige Fahrzeugwäsche ist ebenso ein Muss und sollte fest im Terminplan stehen. Denn ein altes Fahrzeug ist gewaschen zwar immer noch ein altes Fahrzeug, wirkt aber nicht negativ. Firmen-Fahrzeuge werden auch von den Berufskollegen wahrgenommen und bewertet. Man kann auch einen Monteur zum „Paten für das Fahrzeug“ bestimmen, jemand, der auf alles achtet, was wichtig ist. Er trägt die Verantwortung für die Einhaltung der Termine und Vorschriften, er behandelt den Wagen so, als wäre es sein eigener. Wartung, Reifenwechsel, TÜV und Wäsche fallen eigentlich in die Ar-



Geht gar nicht! Das Handy ist während der Fahrt für den Fahrer tabu



Angesichts hoher Stundenverrechnungssätze für Monteure ist eine Waschstraße auch für den Firmenbully eine vielleicht günstige Alternative gegenüber der Handwäsche am Freitagnachmittag

beitszeit, kümmert der Monteur sich bereitwillig in seiner Freizeit darum, darf er auch erwarten, das Firmenfahrzeug für private Zwecke zu nutzen.

Das Interesse der Mitarbeiter am Fuhrpark ist leichter zu erreichen, wenn ihre Wünsche beim Kauf oder Leasing eines Lieferwagens berücksichtigt werden. Bekanntlich behandelt ein Fahrer den Firmenwagen pfleglicher, wenn er bei der Anschaffung ein Mitspracherecht hat und wenn es so ausgestattet ist, dass Fahrfreude aufkommt.

PERFEKTES FAHRZEUG:

- Regelmäßig einen festen Washtag planen.
- Tägliche Säuberung des Innenraums und der Ladefläche.
- Gelegentliche Überprüfung der Gurte, die zum Festzurren nötig sind.
- Einhaltung des Service-Termins.
- Ausbesserung der Roststellen, Schrammen und Beulen.
- Vorbildliche Fahrweise der Mitarbeiter.
- Einhaltung des TÜV-Termins.

DIE FAHRZEUGBESCHRIFTUNG

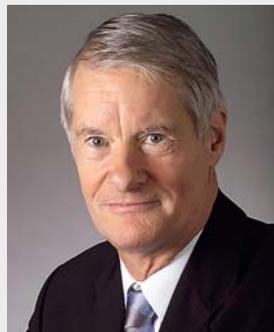
Der Fahrzeugwerbung kann man sich gar nicht entziehen, man kann sie weder „wegzappen“ noch wegblättern. Für die Firmenbeschriftung gilt: weniger ist mehr, es muss nicht alles auf der Karosserie untergebracht sein: Telefon, Fax, Mail, Internetadresse, Straße, Postleitzahl, Ort und Firma.

Firmenbezeichnung, Telefon oder Internetadresse genügen. Die zeitgemäße Abkürzung lautet Fon, nicht mehr Tel. Die Ankündigung „Mail“ kann entfallen, @ genügt. Im Fließverkehr kann der Betrachter nicht alle Angaben wahrnehmen und wäre bei einem „Beschriftungsroman“ schnell überfordert. Mobile Werbeflächen sollten leicht zu lesen sein. Ideal ist es, wenn auch das Firmenlogo in der typischen Firmenfarbe auf dem Fahrzeug erscheint. Durch ständiges Lesen des Logos prägt sich der Firmenname beim Publikum ein.

Parkt der Lieferwagen vor der Firma vorne ein? Dann sollte die Firmenbeschriftung auch auf der Türe hinten sein. Seitliche Beschriftung ist nur lesbar, wenn der Wagen frei steht, also ohne Nachbarfahrzeuge. Bei der Beschriftung ist zu beachten, dass sie auch bei seitlich geöffneter Türe lesbar ist. Auch ein parkendes Fahrzeug macht Werbung.



AUTOR



Dipl.-Betw. Rolf Leicher ist Kommunikationstrainer und Autor. Er bietet Tagesseminare über Vertrieb und Marketing an.
Telefon (0 62 21) 80 48 82
Telefax (0 62 21) 80 93 41
E-Mail rolf.leicher@t-online.de