

Unternehmensstrategie: Krefelder Mobilmacher

03.11.2020 | Autor / Redakteur: Julia Mauritz / [Julia Mauritz](#)

Die Mehrmarken-Autohausgruppe Tölke & Fischer hat eine eigene Mobilitätsgesellschaft auf die Beine gestellt. Das Fuhrmarkmanagement und die Vermietung bilden die Grundlage, schrittweise kommen immer mehr Leistungen hinzu.



*Tölke und Fischer will seine Kunden über Mofuma ganzheitlich mobil machen. Dazu gehören auch Zweiräder.
(Bild: Mauritz/»kfz-betrieb«)*

Erst eine begleitete Probefahrt mit dem Stromer ID 3 von Volkswagen und dann eine Runde mit einem hochwertigen elektrisch betriebenen Mountainbike-, Trekking- oder Lastenfahrrad: Zu dieser besonderen Veranstaltung hatte die Mehrmarken-Autohausgruppe Tölke & Fischer ihre Kunden Mitte September in ihr VW-Stammhaus geladen. Ohne die hauseigene Mobilitätsgesellschaft Mofuma hätte es ein solches Event wohl nie gegeben.

Noch vor vier Jahren konzentrierte sich das Krefelder Unternehmen ausschließlich auf den klassischen Autovertrieb: Das Mietwagengeschäft lag in den Händen einer externen Vermietgesellschaft, das Flottengeschäft beschränkte sich auf die typischen Autohausleistungen. Das änderte sich, als Geschäftsführer Markus Tölke mit dem Mobilitätsexperten Sascha Ranz ins Gespräch kam: Gemeinsam keimte die Idee auf, den Flottenkunden mehr als nur Autos zu guten Konditionen zu bieten und sich vom Autohaus zum ganzheitlichen Mobilitätsdienstleister zu entwickeln.

250 Autos in der Vermietung



Mofuma-Geschäftsführer Sascha Ranz sieht im Fuhrparkmanagement noch viel Wachstumspotenzial.
(Bild: Mauritz/»kfz-betrieb«)

Schnell war man sich auch einig, diese Transformation in kleinen Schritten anzugehen. So widmete sich Sascha Ranz nach seinem Eintritt in das Unternehmen im März 2017 erst einmal der Vermietung: Die Autohandelsgruppe, die in vier Städten insgesamt elf Standorte betreibt, gliederte das extern betriebene Standbein wieder ein und startete mit der Vermietung von 13 Fahrzeugen an vier Standorten.

Schrittweise stockte Sascha Ranz die Flotte und das Personal auf. Mittlerweile ist die Vermietflotte auf gut 250 Fahrzeuge gestiegen, die längst nicht mehr nur als Werkstattersatzwagen unterwegs sind. Neben einer Mobilitätsmanagerin beschäftigt die Autohausgruppe mittlerweile sieben Rent-a-Car-Mitarbeiter. „60 Prozent unserer Vermietungen gehen mittlerweile auf das Konto von externen Kunden. Die Auslastung ist sehr gut“, bemerkt Sascha Ranz.

Als Abteilung im Autohaus gestartet, gliederte die Tölke-&-Fischer-Geschäftsführung das Mobilitätsgeschäft vor drei Jahren in eine eigene Gesellschaft aus. Angegliedert ist diese direkt an die Autohausholding. Ein passender Name war schnell gefunden: Mofuma steht für Mobilität und Fuhrparkmanagement.

Zum Steckenpferd entwickelte sich immer mehr die Langzeitmiete im Flottenbereich: „Es ist ein Geschäft mit geringem administrativen Aufwand und guten Erträgen“, unterstreicht Sascha Ranz. Die Mindestmietdauer beträgt einen Monat. Im Schnitt fahren die Flottenkunden ein Fahrzeug vier bis fünf Monate. Corona habe der Langzeitmiete

einen zusätzlichen Schub beschert, freut sich Sascha Ranz. Aktuell sind rund 90 Fahrzeuge unterwegs. Mit Augenmaß baut die Mofuma dabei das Markenportfolio auf: Nachdem sie die eigene Mietwagenflotte in den ersten drei Jahren bewusst auf VW- und Audi-Modelle beschränkt hatte, sind vor Kurzem Skoda-Modelle dazugekommen. Bald sollen Volvo-, Ford- und Kia-Fahrzeuge folgen.

Gefragte Langzeitmiete

Genau im Blick hat Sascha Ranz auch das Thema Autoabo: „Allein indem wir die Bezeichnung Langzeitmiete um das Wort Abo ergänzt haben, haben sich die Zugriffszahlen vervierfacht“, schmunzelt der Mofuma-Geschäftsführer. Eine eigene Aboplatzform plant Sascha Ranz dennoch vorerst nicht. Er setzt vielmehr auf die punktuelle Kooperation mit externen Autoabo-Platzform-Betreibern.

Neben dem Vermietgeschäft ist das Fuhrparkmanagement ein zentrales Standbein der Mobilitätsgesellschaft: Falls gewünscht übernimmt sie die komplette Fuhrparkverwaltung. Da das Kundenportfolio vom kleinen Handwerksbetrieb bis zum Großkonzern reicht, hatte Mofuma im ersten Schritt drei Leistungspakete entwickelt, zwischen denen die Unternehmen auswählen können. Mittlerweile setzt der Mobilitätsdienstleister verstärkt auf individuell zugeschnittene Angebote.

Das Leistungsspektrum reicht dabei vom Vertragsmanagement über die ganzheitliche Kundenbetreuung – von der Konfiguration bis zur Fahrzeugrückgabe – bis hin zum Schadenmanagement und der Erstellung einer kompletten Car Policy. Auch das Reporting, Rechnungsprüfungen und das Tankkartenmanagement gehören zum Leistungsspektrum dazu. Die Preise für die Fuhrparkmanagementleistungen starten bei 15 Euro monatlich pro Fahrzeug. Statt auf lange Vertragslaufzeiten setzt Mofuma dabei auf eine flexible Nutzungsdauer. Die administrative Abwicklung übernimmt für Mofuma ein externer Dienstleister.

App für kleine Fuhrparks

Das jüngste Fuhrparkmanagement-Projekt von Mofuma steht bereits in den Startlöchern: Bis zum Jahresende soll eine App an den Start gehen, die mit einem externen Dienstleister entwickelt wurde. Speziell Firmen mit einem Fuhrpark bis zu zehn Fahrzeugen, bei denen es vielfach keine klaren Zuständigkeiten und Prozesse gibt, soll sie unterstützen, ihren Fuhrpark unkompliziert zu verwalten – ob bei der Führerscheinkontrolle oder dem Bezahlen von Tankrechnungen.



(Bild: VCG)

Sascha Ranz ist davon überzeugt, dass im Mobilitätsgeschäft noch jede Menge Wachstumspotenzial schlummert: „Der Blumenstrauß, den wir Firmen- wie auch Endkunden anbieten, wird immer bunter“, freut sich der Mofuma-Geschäftsführer. So gehören seit dem vergangenen April auch E-Bikes zum Leistungsspektrum. In der 20 Kilometer von Krefeld entfernten Stadt Moers betreibt das Handelsunternehmen einen rund 1.000 Quadratmeter großen E-Bike-Store. Angesichts der Komplexität, das Zweiradgeschäft von null an aufzubauen, hatte sich die Mofuma dabei

für den Anschluss an das Franchisekonzept E-Motion entschieden, das deutschlandweit mittlerweile über 60 Standorte zählt.

Zwölf hochwertige Marken verkauft die E-Bike-Welt mittlerweile. Dass hinter dem Laden ein Autohaus steckt, ist nirgendwo ersichtlich – beide Standbeine sind komplett voneinander getrennt.

350 bis 400 E-Bikes geplant

Mit dem Start in das Zweiradgeschäft ist Sascha Ranz mehr als zufrieden: Bis zum Jahresende rechnet er mit rund 350 bis 400 verkauften E-Bikes – bei einem Durchschnittspreis von rund 3.500 Euro und einer gut zweistelligen Marge: „Es ist zwar noch etwas früh, eine Bilanz zu ziehen, da das Geschäft stark saisonal getrieben ist und uns noch die verkaufsschwächere Herbst- und Wintersaison bevorsteht, aber es fühlt sich an, als wäre es ein Erfolg versprechendes Geschäftsmodell“, bemerkt Sascha Ranz, der regelmäßig seinen Arbeitsplatz in die Bike-Welt verlagert, um ein Gefühl für das Geschäftsmodell und die Kunden zu bekommen.

Die ruhigeren Wintermonate will der Mofuma-Geschäftsführer nutzen, um die fünf Mitarbeiter des Bike-Stores zu schulen und sich Gedanken über die mögliche Eröffnung von weiteren E-Bike-Stores und über neue Geschäftsmodelle zu machen. Details will er

aktuell noch nicht verraten – nur so viel: „Wir planen, Services, die wir intern schon nutzen, auch an andere Händler zu vermarkten.“

(ID:46871842)