

Sonderdruck zum Thema
»E-Mobility« im Fuhrpark

 **bridging IT**
Menschen Methoden Lösungen

Titelthema

Mittelstand in Europa

Zuwanderung und Zusammenhalt

Special

Fuhrpark | Flotte
Firmenwagen

Titelthema

Migration und Integration
Prof. Dr. Herfried Münkler

Extra

Wirtschaftsbeziehungen
Länderschwerpunkt Schweiz

Special

Marken und Modelle
Zahlen, Daten, Zulassungen

Motive, Modelle, Management

E-Mobility im Fuhrpark

Umweltbewusst und kostenbewusst unterwegs zu sein, ist keine Zukunftsmusik mehr. Unser Unternehmen hat die Elektromobilität schon vor über sechs Jahren in den Firmenalltag integriert. Heute sind bereits über 13 % der Flotte E-Fahrzeuge, so dass wir ein Vorreiter der Technologie sind. Angetrieben haben uns ein starker Nachhaltigkeitsgedanke, die grüne DNA unserer Firma sowie die Faszination für neue Antriebs- und Mobilitätskonzepte. Wir wollten zeigen, dass Elektromobilität funktioniert, und zwar gerade auch in Firmenflotten und auf langen Strecken.

Begonnen hat alles mit einem Smart ED. Mit diesem rein elektrischen Kleinwagen für die Stadt fiel im Mai 2010 der Startschuss für die sukzessive Elektrifizierung unserer Flotte. Dabei hätten wir seinerzeit gern mehr elektrische Fahrzeuge in den Fuhrpark aufgenommen, doch der Markt war noch klein. Die Wende kam 2014 mit den langstreckentauglichen Modellen von Tesla. Diese Fahrzeuge erfüllten die Anforderungen unserer Berater, längere Strecken am Stück zurückzulegen. Zudem spielte die Ladeinfrastruktur eine Rolle, deren Ausbau die Nutzung vereinfachte. Inzwischen haben wir 22 voll elektrische Fahrzeuge für Kurz-, Mittel- und Langstrecken im Hause, darunter Tesla Modell S, BMW i3, Renault ZOE und Smart ED.

Die Bilanz dieser Anstrengungen ist positiv. Mit einer der größten langstreckentauglichen Flotten in Deutschland wurden über eine Million Kilometer rein elektrisch absolviert. Dank teilweise kostenloser Ladevorgänge und der niedrigeren Energiepreise haben wir so über 40.000 Euro Spritkosten gespart und 117 Tonnen CO₂-Emissionen vermieden. Doch auf dem Weg zu dem durchaus anspruchsvollen Ziel waren einige Hürden zu nehmen, Vorurteile abzubauen sowie die Kosten und der Nutzen abzuwägen.

So gab es die Sorge, dass bei Kunden falsche Eindrücke entstünden, wenn wir mit einem teuren Tesla kämen und es schienen Mitarbeiterkonflikte möglich, wenn nur einige das Privileg hätten, ein Elektroauto zu

fahren. Zudem gab es die Reichweitenangst. Um all dem abzuwehren, haben wir Prozesse geändert und neue Strukturen geschaffen.

Die Nutzung wurde dann sehr einfach geregelt: Wer E-Mobilität wollte, bekam sie.



Klaus Baumgärtner



Stromanschluss bei BMW

Die Mitarbeiter, denen Dienstwagen bewilligt wurden, konnten E-Fahrzeuge haben, und zwar auf allen Ebenen der Hierarchie. Zu diesem Zweck haben wir ein internes Fahreraudit entwickelt, das die Mitarbeiter auf den E-Fuhrpark vorbereitet, die Erwartungen korrigiert und die Zweifel zerstreut. Dabei besprechen wir Mobilitätsgewohnheiten, die Infrastruktur und Nutzungsszenarien. Ziel ist, das beste Mobilitätskonzept zu finden, um für uns alle optimalen Nutzen zu generieren. In das Fahreraudit fließt der Finanzierungsaspekt ein, da die Leasingraten für E-Fahrzeuge höher als für Verbrenner sind. Die Mitarbeiter steuern etwas zu den Kosten bei, da wir das Imageprojekt als Unternehmen nicht subventionieren.



Langstreckengarantie • Tesla Modell S

Was erst abgeschreckt hat, wurde nach der offenen Aussprache gemeinsam entschieden. Jeder, der ein Elektroauto will, erhält es, beteiligt sich aber daran, die Deckungslücke zu schließen. Dabei sprechen wir über rund

250 Euro im Jahr sowie über die Anpassung der persönlichen Zielvorgaben. Dafür beteiligen wir die Kollegen an Kunden- und Projektgewinnen mit bis zu 10 % der Erlöse, falls der Erfolg nachweislich dem E-Fahrzeug zuzurechnen ist. Im Übrigen wollten wir keine zwei Welten mit verschiedenen Prozessen und Mehraufwand im Fuhrparkmanagement schaffen. Daher wurden die E-Fahrzeuge in die bestehenden Prozesse integriert. Die privaten Ladeinfrastrukturen wurden in einem Kooperationsprojekt

mit einem starken Partner realisiert. Zudem haben wir die Abrechnung automatisiert.

Die Flotte wird unter dem Motto »Practice what you preach« betrieben. Mittlerweile haben wir ein umfassendes Angebot von der Fahrerauswahl bis zur Finanzierung inklusive E-Flotten-Konfigurator erstellt, das als Aushängeschild unserer Firma funktioniert. Dieser Ansatz dient der Positionierung als innovatives Beratungsunternehmen, das weiterdenkt und smarte Lösungen hat. Damit binden wir Mitarbeiter und gewinnen Vorteile in der Rekrutierung, zumal sich junge Menschen für das Firmenwagenkonzept und diese Strategie als IT-Haus begeistern.

Inzwischen geben unsere Mitarbeiter ihr einschlägiges Wissen auf Messen und Kongressen weiter. Auf der IAA 2015 wurde das nachhaltige Engagement mit dem »Green-Fleet Award« ausgezeichnet. Zuletzt wurden wir für den Umweltpreis des Landes Baden-Württemberg nominiert. Vielleicht liegt es mit daran, dass wir erfolgreich sind und mit rund 500 Mitarbeitern an acht Standorten Großkunden wie EnBW, Bosch, Daimler und die Deutsche Bahn strategisch sowie in zukunftsorientierten Technologien beraten. ■

*Klaus Baumgärtner, Geschäftsführer,
und Andreas Frary, Leitung Marketing &
Innovation BridgingIT GmbH, Mannheim*