

Vorfahrt fürs E-Mobil

Ob Streetscooter bei der Post oder Sharing-Anbieter für Fuhrparks: Unternehmen entdecken die **Elektromobilität** als neue Option.

OLIVER GRAUE, MARTIN JÜRS

Die Deutsche Post liefert Briefe, Karten, Pakete – und gute Luft. Bereits mehr als 1000 sogenannte Streetscooter sind beim größten Logistikunternehmen der Welt im Einsatz. Dabei verfügt die Post nicht nur über die größte Flotte an Elektroautos in Deutschland. Sie stellt die Fahrzeuge auch selbst her.

Und die Pläne des Gelben Riesen sind ehrgeizig: Künftig sollen jedes Jahr um die 10.000 Streetscooter an ihrem Produktionsstandort in Aachen vom Band laufen. Nach und nach sollen sie die rund 50.000 bislang mit Verbrennungsmotor ausgestatteten Zustellfahrzeuge ersetzen. Das Vorgehen der Post macht dabei Schule: So gibt es zahlreiche Nachfragen anderer Unternehmen und Kommunen, die ihre Fahrzeugflotten ebenfalls auf die E-Flitzer aus Aachen umstellen wollen.

Die Post macht es vor – und immer mehr klassische Autoproduzenten reagieren. Volkswagen hat jüngst verkündet, nach dem Skandal um die verfälschten Abgaswerte bei Dieselfahrzeugen künftig auf E-Mobilität setzen zu wollen. Auf Fir-

menseite wiederum sorgen oftmals Richtlinien zu Corporate Social Responsibility (CSR) oder umweltengagierte Geschäftsführer dafür, dem Thema CO₂ eine immer höhere Aufmerksamkeit zu widmen.

BEIM KAFFEERÖSTER TCHIBO zum Beispiel geht der Vorsitzende der Geschäftsführung, Markus Conrad, mit gutem Beispiel voran und nutzt seit einigen Jahren ein Elektromobil als Dienstwagen. Im Fuhrpark des Hamburger Unternehmens finden sich diverse Elektroautos, und bei den Firmenwagen für Führungskräfte gibt es die höchsten Zuschüsse unter anderem auch für die sogenannten Stromer. Die Förderung der E-Mobilität ist Teil der firmeneigenen Nachhaltigkeitsstrategie.

Der Business-Mobility-Anbieter Alphabet wiederum hat im Rahmen diverser Förderprojekte mittlerweile mehr als

1000 E-Fahrzeuge für Firmen und Kommunen auf deutsche Straßen gebracht. Zu denen, die vorausdenken und aus ihren Ideen auch noch ein Geschäftsmodell machen, zählt Michael Lindhof. Als Deutschland-Chef der Flughafen-Abfertigungsfirma Acciona hatte Lindhof eines schon immer gestört: „Unsere Airport-Fahrzeuge waren oft eher Stehzeuge, weil sie meistens herumstanden“, erzählt er. „Und durch die sehr kurzen Strecken war der Verschleiß enorm hoch.“ Aus der Idee, die Autos mit anderen zu teilen, entstand 2015 seine Firma Mobileeee. Darin verbindet er den Gedanken des Carsharing mit dem der Elektromobilität.

„Ursprünglich war es unser Konzept, ausschließlich für Flughäfen firmenübergreifende E-Flotten bereitzustellen“, sagt Lindhof. Beides sollte vor allem ökonomisch sein: Die Autos sind häufig in Ge-

Nadelöhr E-Tankstelle

In Deutschland sind derzeit gut 25.000 Elektroautos unterwegs; im Jahr 2020 sollen es nach den Wünschen der Bundesregierung 500.000 sein. Während der Anteil der E-Mobile am gesamten PKW-Markt hierzulande aktuell bei **unter einem Prozent** liegt, sind es in anderen Ländern zum Teil deutlich mehr. In Norwegen fährt schon jeder fünfte PKW mit Strom – auch dank staatlicher Unterstützung und ausreichend Ladestationen. In Deutschland schrecken vor allem der hohe **Kaufpreis** der E-Mobile und die relativ geringe Dichte an **E-Ladesäulen** ab. Gewerkschaften waren vor einem zu schnellen Übergang von Benzin und Diesel zu Strom. Grund: Bislang beschäftigen sich etwa 250.000 Menschen mit dem Motorenbau – diese Tätigkeiten entfallen bei Stromern weitgehend.



brauch, und für Kurzstrecken mit vielen Stopps ist die Strombatterie deutlich haltbarer als der Verbrennungsmotor. Inzwischen ist Mobileee an mehreren deutschen Airports im Einsatz.

E-MOBILE PUNKTEN AUF DER KURZSTRECKE

Dabei tritt der Berliner als Vollsortimenter auf. Er stellt den Firmen nicht nur die Fahrzeuge bereit, sondern sorgt auch für den Service – von der Ladestation über Wartung, Pflege, Führerscheinkontrolle und Fördermittelanträge bis zu den Buchungs- und Abrechnungsprozessen.

Ein Konzept, das überzeugt: „Manche Unternehmen entscheiden sich zunächst nur für zwei oder drei Fahrzeuge, weil sie Erfahrung sammeln wollen“, sagt Travel-Management-Berater Timo Darr, der zu den Partnern von Mobileee zählt. „Dann aber bekommen sie Lust auf E-Mobilität.“

Die Bedenken gegenüber der E-Mobilität teilt Lindhof nicht. „Natürlich sind E-Autos nicht für Langstrecken geeignet, sondern für Fahrten von bis zu 80 Kilometern täglich“, sagt er. „Dann ist man auch nicht auf die zugegebenermaßen noch unzureichende Ladeinfrastruktur angewiesen. Die Wagen werden nachts in der Firma wieder aufgeladen.“ **fvw**



Elektrofans: Michael Lindhof (Mobileee) und Travel-Berater Timo Darr (rechts).

CERTIFIED-HOTELSIEGEL WIRD NEU AUSGERICHTET

Direkter ran an den Geschäftsreisenden

Mangelnden Einsatz kann man Till Runte wahrlich nicht vorwerfen. Seit er 2011 die Verantwortung für die Certified-Hotelsiegel des VDR übernommen hat, trommelt er unermüdlich für die bislang sechs unterschiedlichen Zertifikate. Trotzdem ist der Bekanntheitsgrad des Siegels über den Kreis der Travel Manager und VDR-Mitglieder hinaus bislang begrenzt. Doch das soll sich ändern. Dafür wurde die Certified-Systematik überarbeitet, und es wurden die mit dem Siegel verbundenen Services ausgebaut.

Neu ist unter anderem ein neues Dachmarkenlogo für die verschiedenen Zertifi-



Certified-Geschäftsführer Till Runte treibt die Entwicklung des Hotelsiegels voran.

kate. Dies soll unter anderem für eine verbesserte Wahrnehmung und Darstellung des Qualitätssiegels in den diversen Buchungsportalen sorgen.

Genauso wichtig ist die überarbeitete Systematik bei den Prüfergebnissen. In Zukunft werden alle zertifizierten Hotels – aktuell sind es 350 Häuser – entsprechend der erreichten Punkte mit „gut“, „sehr gut“ oder „exzellent“ klassifiziert.

Mit diesem Ansatz hoffe man, insbesondere den Reisenden und den Buchenden eine schnellere Orientierung bei der Hotelwahl bieten zu können, erläutert Certified-Geschäftsführer Runte.

In Zukunft müssen sich die zertifizierten Hotels außerdem einem jährlichen Audit unterziehen. Bislang gab es nur eine Zertifizierung, die drei Jahre gültig war. Zu den weiteren Maßnahmen zählen ein verstärktes Marketing, mehr Präsenz auf Messen und Branchenveranstaltungen sowie die Schaffung einer Certified Academy mit Schulungen für Hotels und andere Certified-Partner. „Wir wollen zu einer Art Stiftung Warentest für die Hospitality-Branche werden“, betont Runte. MAJ

ONLINE-BUCHUNGEN BEI GESCHÄFTSREISEN

Deutsche HRG-Kunden weniger onlineaffin

Der Trend ist eindeutig: Die Zahl der Online-Buchungen von Geschäftsreisen steigt. Das berichten unisono die Travel Management Companies. Da macht Geschäftsreiseanbieter HRG keine Ausnahme. Im Ende September abgelaufenen ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2016/17 lag die Online-Buchungsquote bei den Firmenkunden des Dienstleisters über alle Länder bei 51 Prozent, nach 49 Prozent im Jahr zuvor. Ein Durchschnittswert, von dem jedoch der deutsche Markt noch ein ganzes Stück entfernt ist. Denn hier liegt die Online-Quote bei lediglich 28 Prozent. „Schuld“ ist die HRG-Kundenstruktur: „Einzelne dominante Großkunden in Deutschland liegen deutlich unter unserer durchschnittlichen Online-Quote“, erläutert Deutschland-Chef Wolf-

gang Straßer. Hier gebe es viele komplexe Langstreckenverbindungen, die sich nicht für Online-Buchungen eignen würden.

Insgesamt lag die Zahl der Transaktionen hiesiger HRG-Kunden im ersten Geschäftshalbjahr rund ein Prozent höher als im Vorjahreszeitraum. Dabei sanken die Ausgaben für Geschäftsreisen allerdings um zwei Prozent.

Wie auch auf internationaler Ebene ist der Dienstleister auch hierzulande um ein striktes Kostenmanagement bemüht. Nachdem in der Vergangenheit schon diverse Standorte geschlossen wurden, wurde nun auch der hiesige 24-Stunden-Service der Geschäftsreisekette ins spanische Barcelona verlegt. Von hieraus werden nun alle Firmenkunden in Kontinentaleuropa betreut. MAJ