

IMPRESSUM

Herausgeber, Verlag und Redaktion:



Flotte Medien GmbH
Theaterstraße 22, 53111 Bonn
Telefon: 0228/28 62 94-10
Fax: 0228/28 62 94-29
E-Mail: post@flotte.de
Internet: www.flotte.de

Geschäftsführer: Bernd Franke, Dipl.-Kfm.

Chefredakteur: Ralph Wuttke (V.i.S.d.P.)
E-Mail: rw@flotte.de

Redaktionsbeirat: Wolfgang Bock,
Klaus Bockius, Stephan Faut, Melanie Gue,
Thomas Herbstritt, Peter Insam, Burkhardt
Langen, Jörg Martini, Andreas Nickel,
Dieter Prohaska, Sven Schulze

Redaktion: Steven Bohg, Julia Scheurell,
Patrick Broich, Christian Löffler
E-Mail: post@flotte.de

Layout: Lisa Görner
E-Mail: lg@flotte.de

Schlusskorrektur: Christina A. Sieger

Mitarbeiter dieser Ausgabe: Nathalie Anhäuser,
Stefanie Borgert, Lutz D. Fischer, Prof. Dr. Michael
Schreckenberger, Gerhard Trinkl

Fotos: Steven Bohg, Patrick Broich,
Detlef Ilgner, Julia Scheurell;

Chan2545, chesky, DKcomposing, fotoliarender,
Gorodenkoff, i-picture, kharchenkoirina, ksch,
metamorworks, PhotoGranary, RioPatuca Images,
zhu difeng /stock.adobe.com

Anzeigen:

Bernd Franke (Leitung)
Telefon: 0228/28 62 94-11, E-Mail: bf@flotte.de
Sven Thielmann
Telefon: 0228/28 62 94-12, E-Mail: st@flotte.de

Sekretariat und Leserservice:

Nathalie Anhäuser
E-Mail: na@flotte.de



1. Quartal 2020

Druckauflage: 33.100 Exemplare

Erscheinungsweise:

Flottenmanagement erscheint 6 x jährlich
Bezugspreise 2021: Einzelheft 4,- Euro
Inland jährlich 20,- Euro (inkl. MwSt.)
Auslandspreise auf Anfrage

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen. Sie werden nur zurückgesandt, wenn Porto beigefügt ist. Beiträge, die mit Namen gekennzeichnet sind, stellen nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar. Alle Rechte, soweit nicht anders gekennzeichnet, liegen beim Verlag. Eine Verwertung ist nur im Rahmen der gesetzlich zugelassenen Fälle möglich, eine weitere Verwertung ohne Einwilligung ist strafbar. Alle Rechte vorbehalten. © by Flotte Medien GmbH, Bonn. Gerichtsstand ist Bonn.

Keine Berührungsängste vor E-Fahrzeugen



MICHAEL HOHN,

*Head of Fleet Management bei
Imperial Fleet Management*

Reine Elektrofahrzeuge oder Hybridfahrzeuge im Firmenfuhrpark – da haben viele noch Bedenken. Besonders, was die Reichweite angeht, besteht nach wie vor große Skepsis. Dazu kommt noch die Frage, wie man E-Fahrzeug und Ladeinfrastruktur zusammenbringt. Sollte man Ladesäulen im Unternehmen installieren? Sollten Fahrzeugnutzer besser zu Hause laden? Wie nutzt man Steuervorteile und staatliche Fördermittel, wenn man E-Fahrzeuge in die Firmenflotte aufnehmen will? Und schließlich müssen noch die Fahrzeug- und Energiekosten als entscheidendes Kriterium betrachtet werden.

Um es gleich vorwegzusagen: E-Fahrzeuge können eine absolut sinnvolle und wirtschaftliche Alternative für Verbrenner sein, wenn man ein paar Faktoren berücksichtigt. Allem voran steht die Analyse, wie oft das Fahrzeug genutzt wird und wie lang die durchschnittlich zurückgelegten Strecken sind. Vertriebsmitarbeiterinnen oder -mitarbeiter, die zumeist auf Langstrecken und mehrere Zehntausend Kilometer pro Jahr unterwegs sind, dürften noch eher auf den konventionellen Verbrenner angewiesen sein. Wer jedoch geschäftlich und privat eher kürzere Strecken fährt, sollte sich durchaus mit der elektrischen Alternative beschäftigen, von der Unternehmen und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gleichermaßen profitieren können.

Eine Variante kann darin bestehen, dass sich Dienstwagennutzer zu Hause auf eigene Kosten eine Ladesäule installieren lassen, die „intelligent“ ist, das heißt, die technisch in der Lage ist, mittels Tankkarte den geladenen Strom mit dem Unternehmen abzurechnen. Die Kosten für die privat installierte „intelligente“ Ladestation amortisieren sich durch den verringerten Steuersatz für Dienstwagenfahrzeuge schon in wenigen Monaten. Bekanntlich müssen privat genutzte Firmenfahrzeuge (ob vollelektrisch oder hybrid) nicht wie Verbrenner mit 1 Prozent des Bruttolistenpreises als geldwerter Vorteil versteuert werden, sondern, je nach Bruttolistenpreis, nur mit 0,25 oder 0,5 Prozent. Für Hybridfahrzeuge sind es nur 0,5 Prozent, wenn sie eine elektrische Reichweite von mindestens 40 Kilometern haben und pro Kilometer nicht mehr als 50 Gramm CO₂ ausstoßen. Mehrere Hundert Euro Kostenvorteil sind so für den Nutzer monatlich drin. Darüber hinaus wird der Einbau von Ladestationen vom Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) mit bis zu 900 Euro gefördert.

Von dieser Lösung können also beide Seiten profitieren: Fahrzeugnutzer und das Unternehmen. Denn, je nach Größe des Elektrofahrzeugs, können die Energiekosten deutlich unter denen für Benzin oder Diesel liegen. Entscheidend zum Erreichen dieses Kostenvorteils ist aber, dass nicht die oftmals teureren Ladestationen externer Anbieter in der Fläche genutzt werden, sondern dass der Strom aus der privaten Ladestation des Nutzers fließt. Die Kosten pro Kilowattstunde geladenem Strom können beim häuslichen Laden bis zu 25 Prozent niedriger liegen als bei freien Anbietern in der Fläche.

Technische und wirtschaftliche Fragen sind bei der Betrachtung „Stromer oder nicht“ aber nur eine Seite. Wir müssen auch die Denkweise ändern und festsitzende Bedenken überwinden. Nicht zuletzt gelten Flottenbetreiber mit Stromern als fortschrittlich und umweltbewusst, womit sie besonders bei jüngeren Nutzerinnen und Nutzern punkten. Mit einem Stromer unterwegs zu sein ist hip und, genau wie bei anderen Produktvermarktungen auch, muss der Umstieg (oder der Wechsel) über positive Emotionen gefördert werden.