

Hürden bei Kosten und Infrastruktur

Corporate Carsharing galt lange als das Zukunftsmodell für die Mobilität von Unternehmen. In einer Zeit, in der Nachhaltigkeit und Kosteneffizienz immer wichtiger werden, schien Carsharing die ideale Lösung zu sein. Doch 2024 zeigt, dass der große Durchbruch in vielen Unternehmen ausgeblieben ist. Zwar wächst die Nachfrage nach geteilten Mobilitätslösungen, doch es gibt weiterhin erhebliche Hürden. *Von Hans Schneider*



Zum Termin mit dem Carsharing-Auto der Firma statt dem eigenen Dienstwagen: Für viele Unternehmen ist das eine gute Idee. Doch es gibt Hindernisse.

Foto 3alexnd | istockphoto.com

Ein zentrales Problem sind die hohen Betriebskosten. Während die Idee, Elektrofahrzeuge in Carsharing-Flotten zu integrieren, stark vorangetrieben wird, sind die Kosten für Wartung und Reparaturen dieser Fahrzeuge oftmals höher als erwartet. Besonders die teuren Ersatzteile und komplexe Reparaturen treiben die Betriebskosten in die Höhe, was die Wirtschaftlichkeit von Carsharing-Modellen beeinträchtigt.

Ein noch größeres Hindernis stellt die unzureichende Ladeinfrastruktur dar, insbesondere außerhalb größerer Städte, wo oft Ladestationen fehlen. Dies erschwert die Integration von Elektrofahrzeugen in Carsharing-Flotten und macht deren Elektrifizierung zu einer zentralen Herausforderung. Trotz wachsender Nachfrage nach nachhaltiger Mobilität

bremsen die hohen Kosten für die Integration von Elektrofahrzeugen und den Ausbau der Ladeinfrastruktur das Wachstum von Carsharing-Modellen für Unternehmen aus.

Herausforderungen im Fokus der Unternehmen

Diese Realität ist der Grund dafür, dass viele Unternehmen zögern, vollständig auf Carsharing zu setzen. „Die Rentabilität ist für viele Carsharing-Anbieter eine zentrale Herausforderung. Ein rentables Carsharing-Geschäft würde es ihnen ermöglichen, erfolgreich zu skalieren und Mobilitätsoptionen für noch mehr Menschen in noch mehr Regionen der Welt anzubieten“, sagt Bharath Devanathan, Chief Business Officer beim Carsharing-Technologieanbieter Invers in einem

Interview mit dem Fachinformationsportal Autonomy.

Hinzu kommen Akzeptanzprobleme bei den Mitarbeitenden – und das unabhängig von der Frage, ob das Auto Elektroantrieb hat oder Verbrennungsmotor. In vielen Unternehmen, insbesondere in den Führungsetagen, gilt der eigene Dienstwagen immer noch als Statussymbol. Die Umstellung auf geteilte Fahrzeuge wird deshalb oft gerade dort als weniger attraktiv empfunden. Das erschwert die Einführung von Carsharing-Modellen zusätzlich.

Einige Unternehmen, die einst Vorreiter im Bereich Corporate Carsharing waren, haben inzwischen sogar ihre Strategie angepasst. Bosch, das mit internen Carsharing-Lösungen begann und das Carpooling-Start-up SPLT übernahm, verkaufte diesen Teil des Geschäfts wieder. Der Grund: Die Verwaltung und Instandhaltung der Fahrzeuge war teurer und komplexer als erwartet geworden. Auch bei EnBW und Sixt hat sich der Fokus hin zu flexibleren Modellen wie Leasing und Fahrzeugmiete verlagert.

Carsharing bietet Nachhaltigkeit und Flexibilität

Trotz der genannten Herausforderungen gibt es positive Entwicklungen. In Städten wie Berlin und Hamburg wird die Ladeinfrastruktur gezielt ausgebaut, um die Verbreitung von Elektrofahrzeugen in Carsharing-Flotten zu unterstützen. Unternehmen können hier von Förderprogrammen und Subventionen profitieren, die den Übergang zu nachhaltigen Mobilitätslösungen erleichtern. Diese Anreize senken die finanziellen Hürden bei der Anschaffung von Elektrofahrzeugen und machen Carsharing wirtschaftlicher.

Zusätzlich helfen technologische Innovationen wie Flottenmanagement-Software und Telematiksysteme dabei, die Effizienz von Carsharing-Flotten zu steigern. Telematik – eine Kombination aus Telekommunikation und Informatik – arbeitet sowohl mit GPS-Daten als auch den Fahrtinformationen der On-Board-Diagnose. Durch die Überwachung der Fahrzeuge in Echtzeit können Ausfallzeiten reduziert und die Nutzung optimiert werden. Bharath Devanathan von Invers hebt hervor, dass zuverlässige Telematik die Anzahl der Support-Anrufe pro Fahrt reduziert und somit die Kundenservicekosten senkt. Anbieter wie Invers und Free2move bieten solche Technologien an und ermöglichen Unternehmen, ihre Mobilitätslösungen besser zu steuern.

Flinkster, das Carsharing-Angebot der Deutschen Bahn, zeigt, dass Unternehmen den Bedarf an eigenen Fahrzeugen signifikant reduzieren können. Flinkster betont: „Unsere Carsharing-Lösungen bieten Unternehmen eine flexible und nachhaltige Alternative zum eigenen Fuhrpark. Mit Stationen in Bahnhofsnahe und den verschiedensten Fahrzeugtypen können Mitarbeitende unkompliziert auf Mobilität zugreifen und so den Bedarf an eigenen Fahrzeugen reduzieren.“

Miles Mobility bietet eine flexible, kilometerbasierte Abrechnung, die zum Beispiel von Vattenfall oder den Berliner Verkehrsunternehmen BVG genutzt wird. Die BVG integriert Mobility-as-a-Service (MaaS) in seinen Apps, sodass Kundinnen und Kunden nicht nur Tickets buchen, sondern auch auf Miles-Fahrzeuge zugreifen können. Share Now wird von Unternehmen wie Siemens und ProSiebenSat.1 genutzt, die die Flexibilität des Free-Floating-Carsharing schätzen, bei dem Fahrzeuge nicht an festen Standorten zurückgegeben werden müssen. Diese Lösungen bieten Unternehmen Flexibilität und gleichzeitig umweltfreundliche Mobilität.

Wichtige Lösung für den Mobilitätsbedarf der Zukunft

Trotz aller Stolpersteine zeigt der Carsharing-Markt ein wachsendes Interesse an ge-

teilten Mobilitätslösungen, insbesondere in urbanen Zentren weltweit. In Nordamerika, Europa und Asien haben Unternehmen begonnen, ihre Flotten zu verkleinern und auf nachhaltigere Modelle zu setzen. Besonders in Europa treiben staatliche Förderungen und der Ausbau der Ladeinfrastruktur diese Entwicklung voran. In Asien und Nordamerika unterstützen Smart-City-Initiativen und große Automobilhersteller den Übergang zu elektrifizierten Carsharing-Flotten.

Dieser globale Trend passt zu den optimistischen Marktentwicklungen: Laut Global Market Insights wird der Carsharing-Markt bis 2026 voraussichtlich sechs Milliarden US-Dollar erreichen, mit einer jährlichen Wachstumsrate von über 24 Prozent. Dieses Wachstum spiegelt wider, dass Corporate Carsharing weltweit zunehmend als wichtige Lösung für die Mobilitätsbedürfnisse der Zukunft gesehen wird.

Zwischen Potential und Herausforderungen

Unternehmen, die sich jetzt auf flexible und nachhaltige Mobilitätsstrategien einstellen, können langfristig von den Chancen profitieren, die Corporate Carsharing sowohl auf lokaler als auch globaler Ebene bietet. Corporate Carsharing bietet Unternehmen das Potential, Kosten zu senken und ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Doch die hohen Betriebskosten, die unzureichende Ladeinfrastruktur und die Akzeptanzprobleme bei den Mitarbeitenden bremsen den Erfolg vieler Projekte.

Unternehmen, die langfristig planen und ihre Strategien flexibel gestalten, können jedoch von den Vorteilen des Carsharings profitieren. Die erfolgreichen Beispiele von Miles, Share Now und Flinkster zeigen, dass es Unternehmen gibt, die Carsharing erfolgreich einsetzen und von der Flexibilität und Nachhaltigkeit dieser Lösungen profitieren.

Fehlende Ladestationen bremsen die Entwicklung der E-Mobilisierung

Lkw mit Batterieantrieb bieten viele Vorteile im Vergleich zu Diesel-Brummis. Ihr Einsatz spart Emissionen und Betriebskosten. Und trotzdem geht die Elektrifizierung der Flotten in den Unternehmen nur schleppend voran. Vor allem an der Ladeinfrastruktur mangelt es. Die Betreiber von Lkw- und Pkw-Fuhrparks beklagen die Verunsicherung und fordern mehr Planungssicherheit. *Von Jürgen Hoffmann*

700 Fahrzeuge gehören zur Flotte von Bigmove, einem Netzwerk von 15 Schwerlast- und Speziallogistikfirmen. Dazu gehören neben Pkw und Transportern auch Zugmaschinen mit 750 PS, Tieflader und Autokrane mit einer Tragkraft von bis zu 500 Tonnen. „Die brauchen wir, weil wir da anfangen, wo andere aufhören“, beschreibt Vorstand Olaf Beckedorf die außergewöhnlichen Transporte, die mit den Kraftpaketen erledigt werden. Diese rollen mit riesigen Windkraftanlagenflügeln und schweren Brückenteilen über die Straßen. Anfangen würde Beckedorf gerne auch mit der Elektrifizierung seiner Brummi-Flotte. Hier aber hakt es. Zwar hat Bigmove bereits 35 E-Pkw und vier E-Lkw, „aber für Schwerguttransporte gibt es noch keine geeigneten E-Trucks“, beklagt der Hamburger Mittelständler. „Das liegt vor allem daran, dass eine flächendeckende Ladeinfrastruktur für den Fern- und Schwerlastverkehr nicht in Sicht ist.“

Zusätzliche Anreize nötig

Olaf Beckedorf ist nicht der einzige Unternehmer, der Probleme mit der Elektrifizierung seines Nutzfahrzeugfuhrparks hat. So fällt es vielen Betrieben schon schwer, die bis zu 250 Prozent höheren Anschaffungskosten für elektrische Lkw zu stemmen. Christoph Köhler, Manager bei Porsche Consulting, rät Herstellern und Finanzierungsgesellschaften deshalb, zusätzliche wirtschaftliche Anreize zu bieten, zum Beispiel Inklusiv-Angebote aus Fahrzeug, Strom und einem lückenlosen Hochleistungsladenetz: „Mehr Sicherheit bei den Fixkosten macht den Wechsel zur E-Mobilität für das Transportgewerbe interessanter.“ Im Idealfall könnten Elektro-Lkw laut einer Studie der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PwC bis 2040 ihre Diesel-„Brüder“ fast völlig von den Straßen verdrängen. Den „tiefgreifenden Wandel“, den Jörn Neuhausen, Elektromobilitäts-Experte bei PwC, gerade beobachtet, sieht auch MAN-Chef Alexander Vlaskamp. Die Anschaffung eines Elektro-Lkw sei zwar teurer, „die Betriebskosten aber sind deutlich niedriger“. Bei 100.000 Kilometer Laufleistung pro Jahr könne man pro Lkw bis zu

Nicht nur Nachhaltigkeit an Bord, sondern auch beim Antrieb: Schwerlasttransporte wie die von Windrädern könnten künftig auch mit E-Lkw durchgeführt werden. Doch es mangelt an der Ladeinfrastruktur.

Foto Miguel Perfectti | istockphoto.com



30.000 Euro sparen. Außerdem würde die Reichweite, die ein E-Laster mit einer Ladung zurücklegen kann, bis 2030 auf 900 Kilometer steigen und die Preise für den elektrischen Antriebsstrang würden um zehn Prozent sinken. Die Ladegeschwindigkeit werde sich verdreifachen.

Ladeinfrastruktur ausbauen

Wichtigster Schritt für eine schnellere Elektrifizierung der Lkw-Flotten ist der Ausbau der öffentlichen Ladeinfrastruktur. In einer EU-Verordnung stehen Mindestziele für alle Mitgliedstaaten. Deutschland etwa soll bis 2030 rund 500 Lkw-Stromstationen errichten, europaweit sind mehr als 2000 gefordert. Das entspricht den Berechnungen von Forschern des Freiburger Öko-Instituts, die davon ausgehen, dass rund 55 Prozent des Gesamtenergiebedarfs eines E-Lkw im Depot vor dem Fahrtantritt geladen werden können, weitere 25 Prozent über Nacht an sogenannten Night-

Charging-Systemen (NCS). Der übrige Saft müsse an Megawatt-Charging-Systemen (MCS) gezapft werden, die ein Nachladen der Batterie innerhalb von 45 Minuten ermöglichen. Dafür brauche man, so Dr. Katharina Göckeler, Wissenschaftlerin am Öko-Institut, „ein Netz von rund 40.000 NCS-Ladepunkten und rund 2000 MCS-Ladepunkten“.

Stichwort MCS: Laut einer Studie des Fraunhofer ISI reichen bereits rund 1000 öffentliche Megawatt-Ladesysteme entlang europäischer Autobahnen, um den Bedarf für gut 90 Prozent des Langstreckenverkehrs von Brummis abzudecken. Zugrunde gelegt ist eine E-Lkw-Reichweite von 400 Kilometern, die einige neue Modelle bereits heute überschreiten, etwa der Super-Laster eActros 600 vom Branchen-Primus Daimler Truck. Ende des Jahres soll er in Serie gehen.

Olaf Beckedorf ist skeptisch. Er favorisiert die Trennung von Lkw und Batterie: „Damit ließen sich die Fahrzeugkosten und die Standzeiten deutlich senken und so die

Transformation zu E-Antrieben beschleunigen.“ Bigmove wird für dieses Konzept ein System mit Batterien zum Tauschen entwickeln, das Anfang 2025 in Hamburg getestet werden soll. Grundsätzlich aber seien im Schwerlast- und Lkw-Fernverkehr wasserstoffbasierte Brennstoffzellen-Antriebe die bessere Alternative.

Pkw-Flotten besser elektrifiziert

Besser als bei Lkw sieht es bei Pkw-Flotten aus: Zwei Drittel der Fuhrparks stellen von Verbrennern auf E-Autos um, so hat das Beratungsunternehmen Uscale ermittelt. 2023 haben laut dem Kraftfahrt-Bundesamt Autovermieter und Carsharinger fast 38.000 elektrifizierte Pkw neu angemeldet. Allerdings ist die Nachfrage zuletzt ins Stocken geraten. Das Aus für die E-Auto-Kaufprämie, die immer noch geringen Fahrzeugreichweiten und der Ladestations-Flickenteppich werden als Gründe genannt. Automobilexperte Jan Brandt, der als

Führungskraft auf Zeit Unternehmen bei Transformations- und Restrukturierungsprozessen begleitet, sagt: „Die Verunsicherung im Markt ist groß.“ Verantwortlich dafür sei vor allem die Volatilität der Neuwagenpreise und die damit verbundene Ungewissheit über die für die Gesamtkalkulation wichtigen Restwerte: „Benötigt werden ein technologisch abgesicherter Ausblick und nachhaltige Rahmenbedingungen, die den Kunden die Entscheidung für elektrische Fahrzeuge vereinfachen.“ Das Stichwort heißt Planungssicherheit. Für Kai Reddig, Senior Consultant beim Hamburger Personal-Provider Management Angels, brauche es Experten wie Jan Brandt, „um auf die rasanten Veränderungen in der E-Mobilitätsbranche effektiv reagieren zu können“. Diese seien in der Lage, „strategische Maßnahmen schnell, effizient und nachhaltig umzusetzen“.

Für neuen Verkaufsrückenwind empfiehlt Christoph Köhler von Porsche Consulting „Rundum-sorglos-Pakete“, also Angebote, in die Wartung und Versicherung des Fahrzeugs, eine Wallbox, Photovoltaikanlage, Energiesteuerung und ein Stromtarif integriert sind. Erhöhen ließe sich die E-Auto-Attraktivität auch, wenn der Kunde mehr Flexibilität erhalte: „Mit einem neuen Typ Abonnement etwa, das ihm die Möglichkeit bietet, jederzeit zwischen mehreren Fahrzeugmodellen nach Bedarf und Belieben hin und her zu wechseln.“

IMPRESSUM

Dienstwagen und Flottenmanagement
Verlagsspezial der
Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH

Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt:
Fazit Communication GmbH,
Pariser Straße 1, 60486 Frankfurt am Main

Geschäftsführung: Hannes Ludwig,
Jonas Grashy

Redaktion: Anika Berger,
Christina Lynn Dier (verantwortlich)

Anzeigen: Ingo Müller (verantwortlich) und
Jürgen Mauker, REPUBLIC Marketing & Media
Solutions GmbH, Mittelstraße 2-4, 10117 Berlin,
www.republic.de

Weitere Angaben siehe Impressum dieser
Zeitung.