

Fernziel grüner Fuhrpark

Gewerbefлотten können bei E-Mobilität Vorreiter sein – Kosten als Hürde

PATRICIA JELL
AUTOMOBILWOCHE, 2.5.2016

MÜNCHEN/BRAUNSCHWEIG. Ein „grün“ ausgerichtetes Flottenmanagement senkt nicht nur die Umweltbelastung, es lässt auch die Imagewerte steigen. „Gewerbliche Flotten sind extrem wichtig für die Verbreitung nachhaltiger Mobilität“, sagt Elisabeth Dütschke vom Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung. Gerade für E-Mobilität böten sie durch planbarere Ein-sätze, ideale Szenarien. „So sei die Akzeptanz von E-Mobilen bei gewerblichen Nutzern höher als bei Privatpersonen.“

Fuhrparkmanager haben Markt-macht: 4,5 Millionen Fahrzeuge mit 4,7 Millionen Fahrern sind laut Michael Veltel, Vorstand des Verbands markenunabhängiger Fuhrparkmanagern in gesellschaften, in Deutschland in ge-werblichen Flotten unterwegs. Davon seien bislang aber erst we-niger als ein Prozent E-Mobile, drei bis fünf Prozent andere An-triebe wie Plug-in Hybride. „Das ist noch nicht wirklich ein Trend.“



Grüne Flotte von BS Energy: Die Stromer des Energieversorgers sollen vor dem Braunschweiger Schloss Umweltfreundlichkeit demonstrieren.

Dafür gibt es einen einfachen Grund: „Für Fuhrparks entschei-det Wirtschaftlichkeit, und die ist noch nicht gegeben“, sagt Mar-c Oliver Prinzing, Vorsitzender des Bundesverbands Fuhrparkma-nagement. Attraktiv sei E-Mobili-tät heute eher aus Imagegründen, vor allem für Unternehmen, die für Nachhaltigkeit stehen – wie etwa BS Energy. Von den 167 Pkw des Energieanbieters fahren 25 elektrisch. Der Einstieg war auf-wendig, so Fuhrparkchef Torsten

Veit. Die Stromer selbst seien überraschend praktikabel und der Wartungsaufwand sei sehr gering. Vor allem zähle: „Wir wollen Vor-bild sein. Wer, wenn nicht wir?“ Gewerbefлотten können tat-sächlich Strahlkraft entfalten, be-stätigt Dütschke: „Über sie kom-men breitere Gruppen mit der Technologie in Kontakt, was ei-nen Mentalitätswandel begünstigt. Eine stärkere Förderung von E-Fahrzeugen in gewerblichen Flotten wäre sinnvoll.“

Die Parkplatzsuche übernehmen andere

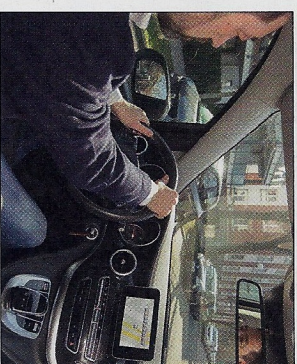
Bosch arbeitet an nachhaltigen Lösungen

STUTTGART. Downsizing, Leichtbau, Spritsparreifen – das sind die großen Themen der Autohersteller zur CO₂-Reduktion. Großes Potenzial liegt aber auch in Berei-chen außerhalb des Autos. Bosch entwickelt derzeit Modelle, die die Parkplatzsuche effektiver und umweltfreundlicher gestalten sol-len. „Die Suche nach Parkplätzen in Deutschland macht rund 30 Prozent des innerstädtischen Ver-kehrs aus“, sagt Dirk Hoheisel, Geschäftsführer von Bosch. Zehn Minuten dauert die Parkplatzsu-che durchschnittlich, dabei wer-den rund 1,3 Kilogramm CO₂ aus-gestoßen.

Die Lösung sieht Bosch im „Community-based Parking“. Autos registrieren freie Stellplätze am Straßenrand und melden die-se an eine digitale Parkplatzzkarte. Die Informationen können dann alle Servicenutzer zum Beispiel über das Navigationssystem abru-fen. Um Parktücken zu erkennen, nutzt Bosch die Ultraschallsensoren des in fast jedem dritten Fahr-zeug vorhandenen Parkassisten-ten. Damit registrieren Autos frei-ten Parkraum im Vorbeifahren – laut Bosch auch bei Geschwindig-keiten bis zu 50 km/h.

„Damit eine digitale Parkplatz-karte erstellt werden kann, genü-gen – je nach Kategorie der Straße – bereits etwas mehr als ein Pro-zent aller Fahrzeuge, die an dem Service teilnehmen“, sagt Hohei-sel. Damit die Karte möglichst genau wird, sucht Bosch die Zu-sammenarbeit mit den Fahrzeug-herstellern. Der Service soll spä-estens 2018 für Autofahrer nutz-bar sein.

Christian Frhm



Parkplatzsuche: Bosch entwickelt umweltfreundliche Lösungen.