

# UNTERNEHMEN MOBIL

Impulse für Fuhrpark  
und betriebliche Mobilität



## Motivation, die bewegt

Nachhaltige Mobilität  
beginnt beim Menschen

**Jetzt  
bestellen!**

### Drei Fragen an unseren Verbandsjuristen

Vermeiden Sie Fehler bei Gewähr-  
leistungsfällen (Seite 11)

### Effizient, nachhaltig, attraktiv

Maßnahmen zur Integration des ÖPNV in die  
betriebliche Mobilitätsstrategie (Seite 10)

### Praxishandbuch Betriebliche Mobilität

Mobilität strategisch, nachhaltig  
und wirtschaftlich sinnvoll gestalten

**EDITORIAL**

**Der Mensch im Mittelpunkt** ..... 3

**TITELTHEMA**

**Nachhaltig mobil im Arbeitsalltag** ..... 4

**4**

**Wie motivieren Unternehmen ihre Mitarbeitenden, nachhaltige Verkehrsalternativen zu nutzen? Erfahren Sie im Interview hilfreiche Tipps für die Praxis.**



**FUHRPARK UND MOBILITÄT**

**Der Mensch entscheidet** ..... 7

**Praxishandbuch Betriebliche Mobilität** ..... 9

**BBM Mobility Survey 2024** ..... 9

**Effizient, nachhaltig, attraktiv – so gelingt die Einbindung des ÖPNV in die betriebliche Mobilitätsstrategie** ..... 10



**7**

**Die Zukunft der Mobilität hängt nicht nur von Technologien, sondern vor allem vom Menschen und dessen Akzeptanz neuer Mobilitätslösungen ab.**

**RECHT UND STEUERN**

**Gewährleistung – drei Fragen an unseren Verbandsjuristen** ..... 11



**Ihr Schlüssel zu effizienter und umweltfreundlicher Mobilität? Erfahren Sie mehr über die Vorteile und Herausforderungen von Shared E-Fleets.**

**ORGANISATION UND MANAGEMENT**

**Shared E-Fleets** ..... 13

**DREHMOMENT**

**Eine Kolumne von Prof. Dr. Christian Grote meier** ..... 16

**VERBANDSMATERIAL**

**Das BBM-Qualitätsversprechen** ..... 18

**AKTUELLE MELDUNGEN**

**Mit dem Rad zur Arbeit** ..... 19

**Berechnung der THG-Quote** ..... 20

**TERMINE**

**Übersicht: Online-Selbstlernkurse** ..... 21

**Die wichtigsten BBM-/Branchentermine bis Ende Februar 2025**.. 22

**IMPRESSUM** ..... 24



Der Mensch im Mittelpunkt

# Motivation für eine nachhaltige Mobilität

In einer Welt, die von Transformation und Fortschritt geprägt ist, steht eines unverrückbar im Zentrum: der Mensch. Die Entscheidungen, die wir treffen, prägen nicht nur unsere persönliche Zukunft, sondern auch die unserer Unternehmen und Gesellschaft. Das gilt ganz besonders für den Bereich Mobilität, in dem Innovationen zunehmend darauf abzielen, Nachhaltigkeit und Effizienz in Einklang zu bringen. Doch wie schaffen wir es, unsere Mitarbeitenden für diese Veränderung zu gewinnen und sie für alternative, umweltfreundliche Wege zu begeistern?

In dieser Ausgabe widmen wir uns genau dieser Frage. Wie motiviert man seine Mitarbeitenden, umweltfreundliche Verkehrsalternativen zu nutzen? Im Gespräch mit unserem Vorstandsmitglied Melanie Schmahl gibt es dazu exklusive Einblicke in die Unternehmenspraxis von Böhringer Ingelheim. Auch in der Automobilindustrie zeigt sich: Der Mensch entscheidet. Der Beitrag von Dataforce beleuchtet,

wie die Akzeptanz neuer Mobilitätslösungen mit der Bereitschaft der Nutzer\*innen, sich auf Neues einzulassen, steht und fällt. Wie Unternehmen den öffentlichen Nahverkehr als festen Bestandteil ihrer Mobilitätsstrategien etablieren können, erfahren Sie in unserem Artikel Effizient, nachhaltig, attraktiv: So gelingt die Einbindung des ÖPNV in die betriebliche Mobilitätsstrategie.

Zudem bieten unsere Artikel wertvolle Perspektiven auf die Zukunft von Shared-e-Fleets als Teil einer effizienten Mobilitätsstrategie sowie Einblicke zum Thema Gewährleistung in einem Interview mit unserem Verbandsjuristen Peter Rindsfus.

Die Zukunft der Mobilität beginnt mit den Menschen, die sie gestalten. Ich lade Sie ein, in dieser Ausgabe Inspiration, Wissen und praxisnahe Einblicke zu finden. Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten, die Mobilität von morgen schon heute greifbar zu machen.

Ihr

**Axel Schäfer**

Geschäftsführer

Bundesverband Betriebliche Mobilität e.V. (BBM)



# Nachhaltig mobil im Arbeitsalltag

Wie Unternehmen ihre Mitarbeitenden  
für umweltfreundliche Verkehrsalternativen  
begeistern

In einer Zeit, in der Nachhaltigkeit nicht nur ein Schlagwort, sondern eine Notwendigkeit ist, stehen Unternehmen vor der Herausforderung, ihre Mitarbeitenden für umweltfreundliche Mobilitätsalternativen zu begeistern. Die Integration nachhaltiger Verkehrsmittel in den Arbeitsalltag bietet nicht nur ökologische Vorteile, sondern stärkt auch das Unternehmensimage und die Mitarbeiterbindung. In unserem Interview mit **Vorstandsmitglied Melanie Schmahl** beleuchten wir die Beweggründe hinter dieser strategischen Entscheidung und diskutieren die Bedeutung der aktiven Einbindung von Mitarbeitenden bei der Gestaltung solcher Lösungen.

### Was sind die wichtigsten Gründe, warum Unternehmen heute zunehmend daran interessiert sind, ihren Mitarbeitenden nachhaltige Mobilitätsalternativen anzubieten?

Ein zentraler Aspekt, der mir sofort in den Sinn kommt, ist das Thema Umweltschutz. Nachhaltige Mobilitätsalternativen zum Auto stehen in direktem Zusammenhang mit dem Umweltschutz – wir möchten grüner werden und wir möchten aktiv CO<sub>2</sub> sparen, wo immer es möglich ist. Diese Verantwortung spiegelt sich z.B. auf den Werksgeländen selbst wider. Bei uns gibt es bereits Initiativen im Bereich des internen Transports. Hier setzen wir – wo möglich – auf elektrische Transportmittel.

Boehringer Ingelheim nutzt innovative Technologien, um umweltfreundlich zu agieren. Beispielsweise werden eigene Kraftwerke mit Hackschnitzeln oder mit Altholz betrieben. Diese Maßnahmen sind für uns von großer Bedeutung und unterstreichen unser Engagement für eine nachhaltige Zukunft.

Ein weiterer Punkt ist die Attraktivität des Unternehmens für potenzielle und bestehende Mitarbeitende. Der Fokus der Menschen hat sich in den letzten Jahren deutlich gewandelt. Früher war der Trend noch *Pimp My Ride*, während er heute eher in die alternative Richtung geht.

Die Mitarbeitenden werden grüner, wollen Umweltschutz und nutzen auch die Alternativen. Ein Beispiel hierfür ist das Deutschlandticket. Wenn jemand für lediglich 49 Euro im Monat kostenlos pendeln kann – zum Beispiel von Mainz aus mit dem Zug nach Ingelheim – dann wird das zu einer sehr attraktiven Option. Der Mensch braucht keinen Parkplatz, kein Auto und spart Kosten. Das ist ein großer Vorteil.

Ich glaube aber auch, dass ein Stück weit der „War for Talents“ eine Rolle spielt. In Anbetracht der aktuellen Klimakrise achten schon viele Menschen darauf, was Ihnen angeboten wird. Unternehmen sollten entsprechende Angebote schaffen, um talentierte Mitarbeitende zu gewinnen und langfristig zu halten. Es gibt natürlich auch andere Mitarbeitende, aber ich glaube schon, dass der Trend in Richtung nachhaltiger Mobilität geht.

### Warum ist es aus deiner Sicht für Unternehmen wichtig, ihre Mitarbeitenden aktiv in die Gestaltung nachhaltiger Mobilitätslösungen einzubinden?

Kurz gesagt – wenn ich den Bedarf nicht kenne, kann ich nicht gut oder adäquat reagieren. Ich binde die Mitarbeitenden also ein und sehe so, welche Bedürfnisse und Herausforderungen sie in Bezug auf ihre Anreise zum Arbeitsplatz haben und was denn überhaupt gebraucht wird.

**Melanie Schmahl, ist stellvertretende Vorstandsvorsitzende des BBM e.V. und Leiterin Fleetmanagement & Passenger Transport bei Boehringer Ingelheim**

„Früher war der Trend noch *Pimp My Ride*, während er heute eher in die alternative Richtung geht.“

Nehmen wir beispielsweise an, der Unternehmensstandort befindet sich in einer abgelegenen Gegend, weit entfernt von städtischen Zentren. In einem solchen Fall wäre es wenig sinnvoll, sich mit dem öffentlichen Nahverkehr auseinanderzusetzen, wenn keine Bus- oder Bahnlinien in der Nähe existieren. Deswegen ist die Bedarfsermittlung ganz essentiell. So erkennen wir, ob wir z. B. einen Pendelbus einrichten sollten oder ob es sinnvoller wäre, einen Radweg zu fördern. Sind wir in der Stadt, könnte es für die Mitarbeitenden viel attraktiver sein, ein Deutschlandticket oder eine

voll, sich mit dem öffentlichen Nahverkehr auseinanderzusetzen, wenn keine Bus- oder Bahnlinien in der Nähe existieren. Deswegen ist die Bedarfsermittlung ganz essentiell. So erkennen wir, ob wir z. B. einen Pendelbus einrichten sollten oder ob es sinnvoller wäre, einen Radweg zu fördern. Sind wir in der Stadt, könnte es für die Mitarbeitenden viel attraktiver sein, ein Deutschlandticket oder eine

- ▶ Unterstützung für ein Jobticket anzubieten. Also wenn ich weiß, wie die Mitarbeitenden zum Standort kommen, dann kann ich eben auch bedarfsgerecht anbieten.

### **Welchen Herausforderungen begegnen Unternehmen bei der Einführung solcher nachhaltigen Mobilitätslösungen?**

Da kommen mehrere Aspekte zur Sprache, die ich gerne näher erläutern möchte. Das ist zunächst einmal der ÖPNV: Was muss zuerst vorhanden sein – die Nachfrage (die Menschen, die den Bus nutzen wollen) oder das Angebot (die Buslinie und die Busse, die zur Verfügung stehen)? Die Betriebe im ÖPNV sind für Anfragen und Anmerkungen oder Hinweise immer offen und an einem Austausch interessiert. Man muss auf die Anbieter zugehen.

Eine weitere Herausforderung ist der Platzbedarf. In vielen Unternehmen gibt es schlichtweg nicht genügend Raum. Die Mitarbeitenden müssen auf alternative Mobilitätslösungen umsteigen, da es einfach nicht ausreichend Platz für alle Fahrzeuge gibt.

Finanzielle Aspekte spielen ebenfalls eine wichtige Rolle. Wollen wir in die Infrastruktur investieren – sei es in Fahrradständer oder Schleusen für Fahrräder zum Werkzugang – stellt sich immer die Frage nach den verfügbaren Mitteln. Wie viel Budget steht zur Verfügung, auch längerfristig gesehen? Was stellt die Geschäftsleitung zur Verfügung. Diese Fragen sind entscheidend für die langfristige Planung und Umsetzung nachhaltiger Mobilitätsstrategien.

Es ist aber auch an die rechtlichen Herausforderungen zu denken. Die gesetzlichen Regelungen können oft verwirrend sein und stellen eine Hürde dar. Ein Beispiel hierfür ist der Umgang mit geldwerten Vorteilen. Wir haben gerade erst über die Möglichkeit diskutiert, eine Mitfahrplattform zu implementieren. Wenn diese Plattform von den Mitarbeitenden kostenlos genutzt werden kann, dann ist das theoretisch ein geldwerter Vorteil. Es ist oft unklar, wie dieses Budget besteuert wird. Sind wir im rechtlichen Graubereich, im schwarzen Bereich oder bewegen wir uns im roten Bereich?

Und dann gibt es auch die Anbieter Herausforderungen. Was will man haben? Welche Lösungen passen am besten zum Unternehmen? Und was kann denn auch tatsächlich umgesetzt werden?

### **Welche Maßnahmen und Anreize haben sich als besonders effektiv erwiesen, um Mitarbeitende dazu zu motivieren, auf nachhaltige Mobilitätsoptionen umzusteigen?**

Bei uns geht die Geschäftsleitung voraus und das ist eine unheimliche Motivation.

Ich glaube eine effektive Maßnahme ist aber auch eine flexible Arbeitszeit. Was machst du, wenn die Bahn mal zu spät kommt oder es technische Probleme mit einem E-Scooter oder dem eigenen Fahrrad gibt? In solchen Fällen sind flexible Arbeitszeiten ein wertvoller Anreiz. Vielleicht ist da auch das Konzept des Homeoffice eine mögliche Maßnahme – denn jede Mobilität ist nachhaltig, wenn sie gar nicht erst entsteht, wenn ich nicht von A nach B muss.

Eine Verschärfung der Reiserichtlinie wäre auch eine Maßnahme. Das heißt innerdeutsche Flüge sind beispielsweise nicht mehr zulässig, Auslandsreisen müssen im Vorfeld mit den Vorgesetzten und dadurch gezwungenermaßen auch deren Vorgesetzten abgestimmt werden. Diese Regelungen fördern eine verstärkte Auseinandersetzung generell mit Mobilitätsalternativen.

Auch eine finanzielle Unterstützung kann den Mitarbeitenden einen Anlass geben, sich mit nachhaltiger Mobilität zu beschäftigen. Es gibt ja Firmen, die die Kosten für das Deutschlandticket vollständig übernehmen, wodurch die Mitarbeitenden dann den ganzen Monat kostenlos mit der Bahn fahren können. Solche Angebote könnten sicherlich einen positiven Einfluss auf die Entscheidung haben, öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen.

All diese Aspekte tragen dazu bei, ein Bewusstsein für nachhaltige Mobilität im gesamten Unternehmen zu schaffen und die Mitarbeitenden aktiv zu motivieren, ihren Beitrag zum Umweltschutz zu leisten.

.....

„Wir haben eine zusätzliche Fahrradschleuse gebaut und sind jetzt an den Fahrrad-schnellweg angebunden.“

.....

### **Könntest du uns ein konkretes Best-Practice-Beispiel aus deinem Unternehmen geben? Wie kam es zur Umsetzung, was war notwendig und welche Effekte hatte es?**

Wir hatten einiges, was wir umgesetzt haben, aber ein Best-Practice-Beispiel ist das Thema Fahrrad. Es gibt einen Fahrradschnellweg, der aus Bingen kommt und über Ingelheim Richtung Mainz verläuft.

Dieser Weg geht an einer Seite unseres Werkes vorbei. Nur gab es dort leider keinen Zugang zum Werk

Mitarbeitende hatten dann angeregt, ein Drehort zu bauen, um dort direkt vom Werk auf den Fahrradschnellweg zu gelangen. Wir waren wir überzeugt von dem Nutzen und haben das entsprechende Budget beantragt und auch freigegeben bekommen. Das heißt, wir haben eine zusätzliche Fahrradschleuse gebaut und sind jetzt mit dem Werk an den Fahrradschnellweg angebunden.

Die Umsetzung der Idee ist meiner Meinung nach ein gutes Beispiel für eine gelungene Mitarbeiterbindung und zeigt, wie wichtig es ist, auf die Bedürfnisse unserer Mitarbeitenden zu hören. Es hat etwas Zeit in Anspruch genommen aber die Begeisterung und der Nutzen für unsere Mitarbeitenden sind deutlich spürbar – immer mehr nutzen das Fahrrad als Verkehrsmittel.

# Der Mensch entscheidet

Die letzten Jahre der Automobilindustrie sind geprägt von Entwicklung – technologisch, wirtschaftlich und auch politisch. Der wichtigste Faktor ist jedoch der Kunde, der die Entwicklung auf sich wirken lässt, für sich bewertet und im Endeffekt über das eigene Kauf- und Nutzungsverhalten darüber entscheidet, ob neue Technologien und Produkte zukunftsfähig sind.

In Unternehmensfuhrparks werden Kaufentscheidungen zwar deutlicher aus rationalen Gesichtspunkten getroffen, dennoch wirken auch im Businessbereich Angebote auf die jeweils verantwortlichen Menschen.

## AUCH BEI DER NACHHALTIGKEIT IN UNTERNEHMEN ENTSCHIEDEN MENSCHEN

Unternehmen entscheiden ohne Frage rational, jedoch nutzen sie auch emotionale Themen gewinnbringend für sich. Bestes Beispiel hierfür ist die Nachhaltigkeit als Unternehmensstrategie, um an Attraktivität für bestehende und neue Mitarbeitende zu gewinnen. Unternehmen übernehmen somit den Trend, der für private Konsumenten mittlerweile ein wesentlicher Faktor in der eigenen Lebensgestaltung ist. Mobilität spielt hier eine wesentliche Rolle, denn dem Wunsch nach individueller Fortbewegung wurde Rechnung getragen und soll alle Generationen ansprechen.

Ein weiterer Punkt ist, dass die Erfüllung von Nachhaltigkeitskriterien ein fast unverzichtbarer Faktor in einer Geschäftskundenbeziehung ist, um weiterhin als Lieferant berücksichtigt zu werden.

Es hat sich somit ein Nachhaltigkeitskreislauf gebildet, der Wirtschaft, Politik und Konsumenten miteinander verbindet.

## DIENSTWAGENBERECHTIGTE ALS WAHRE ENTSCHIEDER?

Die 0,25 Prozent Besteuerung für Elektrofahrzeuge ist ein echter Kaufanreiz. Doch wer trifft die Entscheidung, ob Elektrofahrzeuge angeschafft werden? Natürlich müssen zunächst Unternehmen Elektrofahrzeuge in ihre Car Policy aufnehmen, was auch mehr und mehr geschieht. Doch dann kommen auch schon die User-Chooser ins Spiel, also die Dienstwagenberechtigten selbst. 40 Prozent der

Pkw Neuzulassungen entfallen auf eben diese Dienstwagenberechtigten und diese haben die Vorzüge der 0,25 Prozent Besteuerung längst erkannt. Hinzu kommt, dass die zu erwartende Anhebung des Bruttolistenpreises als Bemessungsgrundlage von 75.000 EUR auf 95.000 EUR diesen Trend fortsetzen wird. Da die Politik das ebenfalls erkannt hat, nutzen sie diese Einsparungsmöglichkeit für die private Brieftasche als effektiven Treiber, um den Verkauf von Elektrofahrzeugen am Unternehmen weiter zu fördern.



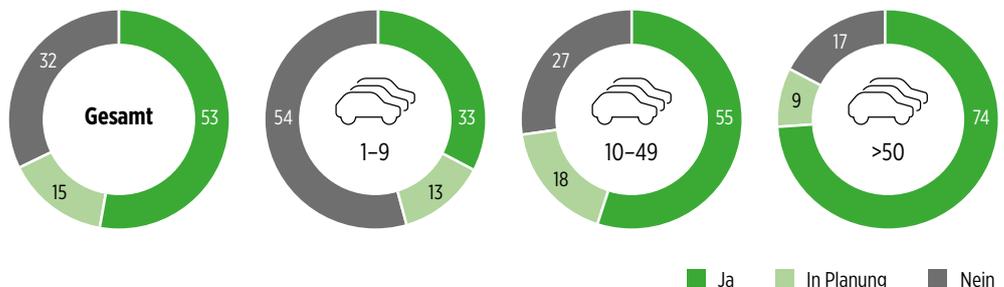
Es ist ebenfalls davon auszugehen, dass Dienstwagenberechtigte ihre Unternehmen bzw. Flottenverantwortliche durch den Wunsch nach EVs den Weg für Elektrofahrzeuge in ihre Car Policies geöffnet haben.

Automobilhersteller und Händler haben User-Chooser ebenfalls als wichtige Ansprechpersonen erkannt, da sie einen entscheidenden Einfluss auf das Kaufverhalten der Flotte haben.

Es ist also der Mensch, der darüber entscheidet, welche Technologien und Angebote entwickelt werden, und vor allen Dingen, welche sich

## Car Policies wurden in den vergangenen Jahren häufig angepasst

Angaben in Prozent



In **92%** der Unternehmen wurden diese (geplanten) Änderungen u.a. auch aufgrund der Einführung von Hybriden und Elektrofahrzeugen durchgeführt.

Änderungen in der Car Policy  
2021 → 2024

**35%** → **53%**

durchsetzen werden. So gut eine neue Entwicklung auch in der Theorie sein mag, am Ende entscheiden Menschen darüber, ob es für ihren Lebensalltag nützlich ist.

Könnte man absehen, dass wir Telefone ohne Tasten nutzen oder ob wir dem Fahrzeug erlauben eigenständig zu fahren? Wahrscheinlich nicht. Trends sind nicht wirklich planbar, denn oft entscheiden Nuancen über Erfolg und Misserfolg. Den wichtigsten Faktor spielt hierbei der Mensch, denn wir entscheiden subjektiv und instinktiv darüber, was wir brauchen und möchten. Und das ist auch gut so!

# Digitalisierung für Ihren Fuhrpark

Führerscheinkontrolle einfach und flexibel mit der LapID Driver App

- ✓ Kontrolle innerhalb weniger Sekunden
- ✓ Überall und jederzeit
- ✓ Für alle EU-Kartenführerscheine

**LAPID**  
www.lapid.de

# DRIVERSCHECK

Mobil, praktisch, sicher -  
Fahrerunterweisung mit  
DriversCheck per App

**Experteninhalte**      **Flexibilität**      **Kostensparnis**

www.drivers-check.de      vertrieb@drivers-check.de      +49 221 17730710

# Praxishandbuch Betriebliche Mobilität

Strategien, Lösungen, Konzepte



**Mobility matters.** In Deutschland tragen Unternehmen täglich zu rund 1,2 Milliarden Personenkilometern bei, was erhebliche Umweltbelastungen wie CO<sub>2</sub>-Emissionen und Staus zur Folge hat. Die angestrebte Verkehrswende erfordert umfassende Veränderungen im Mobilitätsverhalten, die durch betriebliches Mobilitätsmanagement (BMM) unterstützt werden können.

Das Praxishandbuch Betriebliche Mobilität, herausgegeben von Marc-Oliver Prinzing, Vorstandsvorsitzender BBM e.V., und Axel Schäfer, Geschäftsführer BBM e.V., bietet praxisnahe Handlungsanleitungen und

Best Practices für ein effektives betriebliches Mobilitätsmanagement, um den Herausforderungen der heutigen Mobilitätslandschaft zu begegnen. Ideal für Mobilitätsmanager:innen, Fuhrparkverantwortliche und alle, die zukunftsorientierte Mobilitätskonzepte in Unternehmen umsetzen möchten – mit dem Praxishandbuch betriebliche Mobilität sind Sie bestens gerüstet, Mobilität strategisch, nachhaltig und wirtschaftlich sinnvoll zu gestalten.

Das Buch ist **ab sofort verfügbar**. Bestellen Sie das Praxishandbuch gerne über unser Kontaktformular auf → [dieser Seite](#).

## BBM Mobility Survey 2024

**Der Bundesverband Betriebliche Mobilität e.V. hat seinen Fokus auf die Mobilitätsgewohnheiten von Arbeitnehmer:innen gerichtet und dabei spannende Erkenntnisse gewonnen.** Nach der ersten Umfrage im letzten Jahr wurde das Survey in diesem Jahr erneut – durch Dataforce im Auftrag des Verbandes – durchgeführt. Insgesamt gaben 2.870 Arbeitnehmer:innen Einblick in ihre Arbeitswege, die Angebote ihrer Arbeitgeber und ihre Bereitschaft, nachhaltige Mobilitätsalternativen zu nutzen. Besonders interessant ist, wie sich **die Bedeutung von Home-Office** und die **Art der Dienstreisen** in den vergangenen Jahren entwickelt haben. Außerdem beleuchtet die Studie, welche Rolle Arbeitgeber in der Förderung nachhaltiger

Mobilität spielen und welche Angebote von den Mitarbeitenden als besonders attraktiv wahrgenommen werden.

Die Ergebnisse liefern wichtige Impulse für Unternehmen, die ihre Mobilitätsstrategien zukunftsorientiert und umweltfreundlich gestalten möchten. → [Hier finden Sie die Ergebnisse.](#)



Bundesverband  
**Betriebliche  
Mobilität**

**DATAFORCE**

Effizient, nachhaltig, attraktiv

# So gelingt die Einbindung des ÖPNV in die betriebliche Mobilitätsstrategie

Die Einbindung des öffentlichen Nahverkehrs (ÖPNV) in die betriebliche Mobilitätsstrategie bietet Unternehmen vielfältige Vorteile: von einer Reduktion des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes über eine gesteigerte Arbeitgeberattraktivität bis hin zu Kosteneinsparungen. Doch welche Maßnahmen sind besonders wirkungsvoll? Ein Überblick.

VON IMMANUEL SCHNEEBERGER

## Subventionierte Tickets: Mehr Motivation für den ÖPNV

Finanzielle Anreize wie subventionierte oder kostenfreie ÖPNV-Tickets sind ein einfacher, aber effektiver Hebel. Das Deutschlandticket bietet beispielsweise eine ideale Grundlage, um Mitarbeitenden einen kostengünstigen Zugang zu ermöglichen. Unternehmen setzen mit solchen Angeboten ein klares Zeichen für Nachhaltigkeit und entlasten zugleich die Belegschaft.

## Optimierte Anbindung: Gemeinsam mit Kommunen

Eine bessere Anbindung des Unternehmensstandorts kann durch Kooperationen mit Verkehrsverbänden und Kommunen erreicht werden. Unternehmen können sich aktiv an der Planung und Finanzierung neuer Bus- und Bahnlinien beteiligen oder bestehende Linien erweitern lassen, um eine bessere Erreichbarkeit sicherzustellen. Beispiele wie Böhringer Ingelheim zeigen, wie durch erweiterte Fahrpläne und erhöhte Kapazitäten die ÖPNV-Nutzung gefördert wird.

## Information und Kommunikation: Bewusstsein schaffen

Gut informierte Mitarbeitende nutzen den ÖPNV häufiger. Unternehmen sollten deshalb umfassende Informationskampagnen starten. Dies kann durch Broschüren, Intranet-Seiten oder spezielle Mobilitäts-Apps erfolgen. Dadurch können nicht nur Fahrpläne vermittelt werden, sondern auch praktische Tipps für den Arbeitsweg.

## Mobilitätsstationen: Nahtlose Verbindungen schaffen

Mobilitätsstationen an Unternehmensstandorten erleichtern den Wechsel zwischen Verkehrsmitteln wie Bus, Bahn, Fahrrad oder E-Scooter. Ladestationen für E-Bikes steigern z. B. die Attraktivität dieser Schnittstellen.



## Flexibilität durch Arbeitszeitmodelle

Flexible Arbeitszeiten ermöglichen Mitarbeitenden, Stoßzeiten im Nahverkehr zu vermeiden. Das führt zu weniger Stress, einer besseren Auslastung der Verkehrsmittel und einer angenehmeren Pendelerfahrung.

## Praxisbeispiel: Böhringer Ingelheim am Standort Biberach

Böhringer Ingelheim setzt auf stark vergünstigte Tickets, eigene Shuttles, Mobilitätsstationen und eine enge Zusammenarbeit mit Kommunen. Die Ergebnisse: eine deutliche Steigerung der ÖPNV-Nutzung und eine Vorbildfunktion in Sachen betriebliche Mobilität.

Den vollständigen Beitrag mit weiteren Details zum Praxisbeispiel von Böhringer Ingelheim sowie weiteren Best Practices und möglichen Ansprechpartnern in Kommunen finden Sie in unserem exklusiv für Mitglieder zugänglichen → „Fleet & Mobility Cockpit“.



## Drei Fragen an unseren Verbandsjuristen Peter Rindsfus

**In der Praxis hören wir in letzter Zeit vermehrt, dass es bei Fahrzeugherstellern und -lieferanten Probleme bei der Abwicklung von Gewährleistungsfällen gibt. Können Sie dies so bestätigen und was sind Beispiele für Auffälligkeiten?**

Grundsätzlich ja. Immer häufiger gibt es solche Fälle bis hin zum Auslieferungsstopp, wie etwa bei einem großen deutschen Hersteller aktuell. Viele Probleme ergeben sich aus den offenbar fehlenden Ersatzteilen und mitunter auch der Auslastung von Werkstätten, was zu langen Wartezeiten führt. Für Fuhrparkverantwortliche führt das dann leider oft zu erheblichen administrativen Mehrbelastungen und auch zu Engpässen, die Mitarbeitenden mobil zu halten.

Aus meiner Sicht ist es in solchen Fällen immer ratsam, sich direkt an den Vertragspartner, also das verkaufende Autohaus – für Leasingfälle gilt dies analog – zu wenden, um dort möglichst vertragliche Ansprüche auf Nacherfüllung geltend zu machen.

Häufig erlebe ich, dass die Betroffenen damit verströset werden, dass ihnen gesagt wird, dass dies über die Garantie abgewickelt werden würde. Hier ist zu beachten, dass Garantie und Gewährleistung zwei verschiedene Instrumente sind.

Die **Gewährleistung** ergibt sich unmittelbar aus dem zugrunde liegenden Kaufvertrag – bei Leasingfällen, aus den vom Leasinggeber an den Leasingnehmer abgetretenen Gewährleistungsrechten gegenüber dem Verkäufer des Leasinggebers – und ist gesetzlich bezüglich der Voraussetzungen und Folgen genau geregelt. Im Leasingfall muss sich der Leasingnehmer also an den Verkäufer halten und nicht an den Leasinggeber!

Die **Garantie** ist hingegen von den Voraussetzungen abhängig, die der Garantgeber möglicherweise festgelegt hat, wie etwa Service-

arbeiten immer in Marken gebundenen Werkstätten ausführen zu lassen.

Diese Probleme entstehen oft, wenn das Fahrzeug beim Mitarbeitenden vor Ort ist und das verkaufende Autohaus ganz woanders seinen Sitz hat. Hier muss darauf geachtet werden, dass die Nacherfüllung beim Vertragspartner geltend gemacht wird und nicht beim Autohaus vor Ort, das im Zweifel von dem zugrunde liegenden Vertrag keine Kenntnis hat. Wichtig ist dann auch, dem Mitarbeitenden klarzumachen, vor Ort keine Verträge zu unterzeichnen, da aus diesen sonst eigene Ansprüche erwachsen können, die nichts mit der Gewährleistung oder Garantie zu tun haben und deren Kosten dann auch später nicht mehr erstattungsfähig wären.

**Fuhrparkverantwortliche stellen öfter fest, dass keine Reaktion bei Ansprechpartnern erfolgt, wenn es um Probleme mit Fahrzeugen geht und sind rasch hilflos. Wie sieht eine korrekte Vorgehensweise im Falle von Mängeln am Fahrzeug aus und an wen muss man sich wenden, um keine Nachteile zu erleiden?**

Wie eben schon erwähnt, ist der Vertragspartner der erste Ansprechpartner. Es sollte darauf geachtet werden, dass die Kommunikation nachvollziehbar bleibt, also möglichst schriftlich erfolgen sollte. Es ist auch nie verkehrt, vorsorglich die Nachbesserung oder Nacherfüllung zu verlangen und dies mit einer Frist zu versehen – in der Regel 14 Tage, je nach Einzelfall auch kürzer. Dies hat den großen Vorteil, dass damit zu einem späteren Zeitpunkt ein möglicher Verzug des Vertragspartners bewiesen werden kann, der wiederum Voraussetzung für mögliche Schadensersatzansprüche wäre. Hier kommen insbesondere Kosten für Ersatzmobilität in Betracht.





Sollte es tatsächlich so sein, dass vom Vertragspartner keine Reaktion erfolgt, dann ist es wichtig, unmittelbar nach Ablauf der Frist nochmals auf die Nacherfüllung zu verweisen und gleichzeitig darauf hinzuweisen, ggf. Schadensersatz geltend machen zu wollen, falls es weiterhin keine Reaktion gebe. Damit wird dem Vertragspartner signalisiert, dass man es wirklich ernst meint. Hilft auch das nicht, sollte die Rechtsabteilung oder ein mit der Materie vertrauter Anwalt eingeschaltet werden.

**Neben Gewährleistungsthemen tauchen in letzter Zeit auch Schreiben von Herstellern auf, die eine Zustimmung von Kunden verlangen. Das können Zustimmungen zu technischen Einschränkungen sein oder auch zu Änderungen, die Rahmenverträge betreffen. Welche Fälle erleben Sie hier beispielhaft in Ihrer Praxis und was können Sie Fuhrparkverantwortlichen raten?**

Genau, wie oben erwähnt, tut sich ein großer deutscher Hersteller mit Problemen bei den Bremskraftverstärkern aktuell damit hervor. Je nach der Not des Fuhrparkverantwortlichen bezüglich der notwendigen Mobilität, sollte hier sehr zurückhaltend reagiert werden und diese Schreiben nicht vorschnell unterzeichnet werden, denn damit können tatsächlich irreversible Nachteile verbunden sein. Es sollte genau abgewogen werden, ob die möglichen Nachteile akzeptabel sind, und im Zweifel immer darauf gedrungen werden, dass die Beseitigung der Mängel auch weiterhin vom Verkäufer/Hersteller erbracht wird und danach alles „beim Alten“ verbleibt, d.h. dass durch die Unterzeichnung der Akzeptanz dieser Einschränkungen keine dauerhaften Fakten geschaffen werden, die eine spätere Gewährleistung oder Garantie beeinträchtigen könnten.

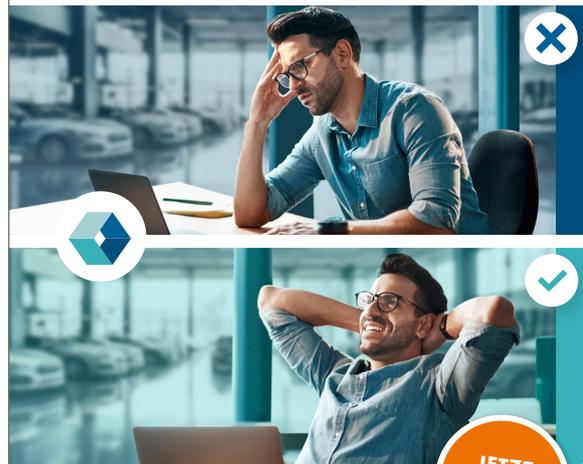
Zu den Rahmenverträgen lässt sich generell sagen, dass genau zu prüfen ist, inwieweit sich Veränderungen ergeben, also sowohl im Hinblick auf den genauen Umfang der Leistungen als auch deren Inhalt.

Aktuell ist dies bei einem weiteren großen deutschen Hersteller bekannt. Oft stellt sich heraus, dass die Angaben in den Anschreiben, warum die Verträge „umgestellt“ werden sollen, mit den konkreten Inhalten nicht übereinstimmen. D.h. oft sind Veränderungen des Umfangs der Leistungen, Reduzierungen von Rabattsätzen oder die Verkürzung der Vertragslaufzeiten oder Kündigungsmöglichkeiten und -fristen damit verbunden.

Hier wäre immer genau zu prüfen, ob diese Veränderungen akzeptabel sind und das angestrebte ausgewogene Vertragsverhältnis damit noch vorhanden ist. Sollte dies nicht der Fall sein, sollte darauf gedrungen werden, die gewünschten Positionen nachzuverhandeln bzw. der Änderung ausdrücklich nicht zuzustimmen. Auch dies sollte schriftlich und ggf. auch begründet erfolgen.

ANZEIGE

## DIGITALE ZULASSUNG EINFACH & STRESSFREI



**JETZT  
STARTEN!**

### Entspannen Sie sich!

Wir helfen Ihnen, alle Vorteile der digitalen Zulassung und Abmeldung voll auszuschöpfen. Die neuen Prozesse sind nahtlos in unser smartes Beauftragungs- und Steuerungsportal ON integriert und machen Ihnen den Einstieg leicht.

Kontaktieren Sie uns für mehr Details!

[Vertrieb@kroschke.de](mailto:Vertrieb@kroschke.de)



## Die Zukunft einer kostenoptimierten Mobilität aus der Sicht von Fuhrparkbetreibern

# Shared E-Fleets

Der zunehmende Kostendruck und die Notwendigkeit, Emissionen zu reduzieren, haben innovative Mobilitätslösungen in den Vordergrund gerückt. Shared E-Fleets bieten Fuhrparkbetreibern eine vielversprechende Möglichkeit, die Effizienz ihrer Flotten zu steigern und gleichzeitig einen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten. Dieser Artikel beleuchtet die Vorteile und Herausforderungen von Shared E-Fleets.

VON HEINRICH COENEN

### EIN NACHHALTIGER ANSATZ FÜR MODERNE FUHRPARKS

In einer Zeit, in der die wirtschaftlichen Anforderungen steigen und zeitgleich die Reduktion von Emissionen dringlicher denn je ist, gewinnen innovative Mobilitätslösungen zunehmend an Bedeutung. Unternehmensinterne Shared E-Fleets sind speziell für die Nutzung innerhalb eines Unternehmens oder einer Organisation konzipiert. Mitarbeitende können die Elektrofahrzeuge über eine zentrale Plattform buchen, was eine flexible und bedarfsgerechte Nutzung ermöglicht. Die 24/7 Reservierung von Fahrzeugen für einzelne Abteilungen unterbleibt. Für Fuhrparkbetreiber, die einen effizienten und kostengünstigen Einsatz ihrer Fahrzeugflotten anstreben, bieten Shared E-Fleets eine vielversprechende Option.

### VORTEILE VON SHARED E-FLEETS FÜR FUHRPARKBETREIBER

Elektrofahrzeuge tragen wesentlich zur Verbesserung der Luftqualität bei. Zudem verringert die gemeinsame Nutzung von Fahrzeugen die Anzahl der benötigten Autos, was zu einem geringeren Investitionsbedarf führt.

Für Fuhrparkbetreiber bedeutet die Einführung von Shared E-Fleets geringere Gesamtbetriebskosten. Kosten für Anschaffung, Wartung,

Versicherung und Parken können geteilt und optimiert werden. Durch eine höhere Auslastung der Fahrzeuge wird die Rentabilität der Flotte gesteigert.

Shared E-Fleets bieten den Betreibern die Möglichkeit, flexibel auf die Bedürfnisse ihrer Nutzer einzugehen. Ob für kurze Stadtfahrten oder längere Geschäftsreisen – die richtige Fahrzeugoption ist stets verfügbar und kann effizient eingesetzt werden.

Die Integration von Elektrofahrzeugen in die Flotte wird ihr Image als umweltbewusstes Unternehmen stärken.



### NACHHALTIGKEIT UND RESSOURCEN- EFFIZIENZ

Ein weiterer entscheidender Vorteil von Shared E-Fleets liegt in ihrer Nachhaltigkeit und der effizienten Nutzung von Ressourcen. Traditionelle Fahrzeugflotten stehen oft einen Großteil der Zeit ungenutzt auf dem Hof, während Shared E-Fleets eine bessere Auslastung der Fahrzeuge ermöglichen. Durch die gemeinsame Nutzung wird die Anzahl der benötigten Fahrzeuge verringert. Erfahrungsgemäß kann im internen Sharing an Standorten ab zehn Fahrzeugen der Bestand um ca. 20% reduziert werden, ohne das Mobilitätsangebot einzuschrän-

ken. An Standorten mit einer geringeren Anzahl an Fahrzeugen ist u.U. ein Corporate Sharing zielführend. So greifen verschiedene Unternehmen an einem Standort auf die gleiche Fahrzeugflotte zu.

## INTEGRATION IN BESTEHENDE MOBILITÄTS-KONZEPTE

Fuhrparkbetreiber sollten in der Lage sein, Shared E-Fleets mit anderen Verkehrsmitteln wie öffentlichen Verkehrsmitteln, Fahrrädern und Fußwegen zu verknüpfen, um ein umfassendes und benutzerfreundliches Mobilitätssystem zu schaffen. Diese Integration kann durch digitale Plattformen und Apps unterstützt werden, die den Nutzern Zugang zu verschiedenen Mobilitätsdiensten bieten und gleichzeitig die Verwaltung der Fahrzeugflotten für die Betreiber erleichtern.



## TECHNOLOGISCHE INNOVATIONEN UND DIGITALISIERUNG

Die fortschreitende Digitalisierung und technologische Innovationen spielen eine zentrale Rolle bei der Umsetzung von Shared E-Fleets. Moderne Telematik Systeme und Datenanalyse-Tools ermöglichen ein effizientes Managen der Flotten, indem sie Echtzeitinformationen über die Nutzung und den Zustand der Fahrzeuge liefern. Diese Daten können verwendet werden, um Wartungsbedarfe frühzeitig zu erkennen und die Auslastung der Flotte zu optimieren. Ein modernes Buchungssystem sollte die benötigte Reichweite des Fahrers immer mit dem SOC der Fahrzeuge abgleichen, bevor es ein konkretes Fahrzeug zugeteilt wird. Fuhrparkbetreiber sollten daher in die neuesten Technologien investieren, um ihr Share e-Fleets erfolgreich zu betreiben.

## HERAUSFORDERUNGEN UND LÖSUNGS-ANSÄTZE FÜR FUHRPARKBETREIBER

Trotz der vielen Vorteile stehen Shared E-Fleets auch vor einigen Herausforderungen:

Der Aufbau einer bedarfsgerechten **Ladeinfrastruktur** ist essenziell. Fuhrparkbetreiber sollten strategische Partnerschaften eingehen, um den Zugang zu Schnellladepunkten für Fahrzeuge mit 24/7-Einsatz zu ermöglichen und somit die Verfügbarkeit der Fahrzeuge zu maximieren.

Die Einführung neuer Mobilitätsformen erfordert Zeit und umfassende Aufklärungsarbeit. Fuhrparkbetreiber sollten **Pilotprojekte** initiieren und durch positive Beispiele das Vertrauen der Nutzer gewinnen, um Vorbehalte abzubauen. Ein innerbetriebliches Car Sharing kann auch unabhängig von der Umstellung auf E-Fahrzeuge eingeführt werden. Aber mit der Umstellung auf die neue Antriebstechnologie ist es häufig der ideale Zeitpunkt. Beschäftigte haben plötzlich nicht „ihr eigenes Auto“ im Fokus, sondern, dass ihr E-Fahrzeug über die erforderliche Reichweite verfügt.

Die erfolgreichen Implementierungen von Shared E-Fleets der Mitgliederunternehmen im Bundesverband Betriebliche Mobilität e.V. bieten wertvolle Erkenntnisse und Best Practices, die Fuhrparkbetreiber berücksichtigen sollten. Zu den wesentlichen Erfolgsfaktoren gehören:

**Strategische Planung:** Eine gründliche Planung und Analyse der spezifischen Mobilitätsbedürfnisse der Zielgruppe sind unerlässlich. Dies umfasst die Auswahl der geeigneten Fahrzeuge, die Festlegung der optimalen Flottengröße und die Identifizierung der besten Standorte für Ladeinfrastruktur.

**Kundenzentrierung:** Die Bedürfnisse und Erwartungen der Nutzer sollten stets im Mittelpunkt stehen. Dies erfordert einen benutzerfreundlichen Zugang zu den Mobilitätsdiensten, transparente Prozesse und einen hervorragenden Kundenservice. Regelmäßiges Feedback der Nutzer kann dazu beitragen, die Dienste kontinuierlich zu verbessern.

## FAZIT

**Shared E-Fleets bieten eine vielversprechende Lösung für die Herausforderungen der modernen Mobilität. Sie fördern eine nachhaltigere, effizientere und umweltfreundlichere Nutzung von innerbetrieblichen Ressourcen. Im Ergebnis wird es möglich, den Fuhrpark auf E-Mobilität umzustellen und zeitgleich das wirtschaftliche Ergebnis Ihres Fuhrparks zu verbessern.**

**Möchten Sie prüfen, ob in Ihrem Unternehmen eine Shared E-Fleet möglich wäre? Nutzen Sie die Beratungsangebote des Verbandes!**

JETZT ANMELDEN



Zertifizierte:r

Mobilitätsmanager:in (BBM)

KURSSTART AM 29. JANUAR 2025

Investieren Sie jetzt in die Zukunft und profitieren Sie vom Wissen unserer Fachleute für ein besseres Mobilitätsmanagement.



Bundesverband  
**Betriebliche Mobilität**  
Expertise für Fuhrpark- & Mobilitätsmanagement



VON PROF. DR. CHRISTIAN GROTEMEIER

„Geschichte wiederholt sich nicht, aber sie reimt sich.“ Dieses Zitat wird häufig dem US-amerikanischen Schriftsteller Mark Twain zugeschrieben. Es sind nicht nur die großen weltpolitischen Ereignisse, die diesem Gedanken seine Gültigkeit verleihen. Auch in der Wirtschaftsgeschichte scheinen sich Ereignisse – wenn auch in unterschiedlichen Nuancen – zu wiederholen.

Es ist daher nicht falsch, Parallelen zwischen der **deutschen Automobilindustrie** und dem US-amerikanischen Unternehmen **Eastman Kodak Company** zu ziehen. Kodak hatte in den 1990er-Jahren den Trend hin zur digitalen Fotografie verschlafen und geriet daraufhin in massive wirtschaftliche Schiefelage. Dies ist umso erstaunlicher, als Kodak bereits 1975 den Prototyp einer Digitalkamera entwickelte. Dieser Technologie wurde jedoch zu wenig Relevanz beigemessen, da das konventionelle Geschäftsmodell aus dem Verkauf von Kameras, Filmen und der Fotoentwicklung „zu lukrativ“ war. Seine digitalen Wettbewerber nahm Kodak erst wahr und ernst, als es eigentlich zu spät war.



Die deutsche Automobilindustrie, Symbol für Qualität und Ingenieurskunst, sieht sich Herausforderungen wie Elektromobilität, autonomem Fahren und softwaregetriebener Innovation gegenüber. Während Tesla und chinesische Hersteller wie BYD oder Nio vorangehen, wirken deutsche Hersteller oft wie Zauderer. „Die Nachfrage nach E-Autos ist noch nicht da“ – solche Aussagen klingen, als hätte Kodak erklärt, dass „Digital niemals den Film ersetzen wird“. Auch Wortmeldungen aus dem politischen Raum zur Verteidigung der Verbrennertechnologie wirken wenig überzeugend.

Der US-amerikanische Wirtschaftswissenschaftler Clayton Christensen beschrieb in den 1990er-Jahren das **Innovator's Dilemma**: Erfolgreiche Unternehmen konzentrieren sich auf ihre bestehenden Produkte und ignorieren neue Technologien, die anfangs unattraktiv erscheinen. Das führte Kodak ins Aus: Obwohl sie die digitale Fotografie erfanden, hielten sie am Film fest – bis die Konkurrenz sie überholte.

Ähnlich steht es um die deutsche Automobilindustrie. Jahrzehntlang war der Verbrennungsmotor das Nonplusultra, doch ein E-Auto ist kein Verbrenner mit Batterie – es ist ein Smartphone auf Rädern. Software, Batterietechnik und Ladeinfrastruktur bestimmen heute den Erfolg. Tesla hat das erkannt: Over-the-Air-Updates und eine starke Software-Integration setzen Maßstäbe, während deutsche Hersteller oft mit überholten Infotainmentsystemen kämpfen.

In den USA zeigt Tesla, dass Elektroautos massentauglich und profitabel sein können. In China entsteht eine neue Gruppe von Herstellern, die mit ihrer Art, Autos zu bauen, den Zeitgeist einer jungen Generation treffen, die mehr Wert auf Entertainment als auf Spaltmaß legt. BYD, Nio und andere bauen nicht nur Fahrzeuge, sondern prägen auch den weltweiten E-Auto-Markt. Gleichzeitig ist China der größte Markt für Elektromobilität. Wer dort nicht präsent ist, verliert nicht nur Marktanteile, sondern auch den Innovationsanschluss.

**Disruption geschieht selten über Nacht.** Neue Technologien wirken anfangs wie Spielzeuge: Digitalfotografie war zuerst unscharf, E-Autos hatten geringe Reichweiten. Doch diese Technologien verbessern sich exponentiell. Wer zu lange wartet, wird von der Welle überrollt. Die Elektromobilität hat inzwischen einen Kipppunkt erreicht: Reichweiten steigen, Ladezeiten sinken, und die Kosten nähern sich denen von Verbrennern. Regulierungen und Umweltbewusstsein fördern den Wandel. Es ist kein Trend mehr, sondern eine Bewegung, die die Mobilitätswelt radikal verändert.

Was bedeutet das für das **betriebliche Mobilitätsmanagement**?

Disruption betrifft nicht nur Automobilhersteller. Die strategische Planung betrieblicher Mobilität muss heute technologische Trends und neue Rahmenbedingungen einbeziehen.

- ▶ **Technologie im Blick behalten:** Welche Entwicklungen setzen sich durch? Flexibilität ist entscheidend.
- ▶ **Strategisch handeln:** Elektrifizierung und digitale Tools wie Flottenmanagement-Software sind unverzichtbar.
- ▶ **Agil bleiben:** Auf Veränderungen reagieren, neue Ansätze testen und Prozesse dynamisch anpassen, um Chancen frühzeitig zu nutzen.

#### **Fazit: Den Kodak-Moment vermeiden**

Wie ein Sprichwort sagt: „Die beste Zeit, einen Baum zu pflanzen, war vor 20 Jahren. Die zweitbeste Zeit ist jetzt.“ Genauso ist es bei disruptiven Innovationen. Warten Sie nicht, bis Sie überholt werden. Seien Sie offen, wachsam und bereit, Neues auszuprobieren.

Kodak und die deutsche Automobilindustrie haben vieles gemeinsam. Aber ob ihre Geschichten gleich enden, liegt noch in unseren Händen – und auch ein Stück weit in der Verantwortung der betrieblichen Mobilität.

In seiner Kolumne „DrehMoment“ widmet sich Prof. Dr. Christian Grotemeier den Themen rund um die (betriebliche) Mobilität. Der Autor ist Hochschulprofessor für Mobilitätsmanagement und BWL an der Hochschule RheinMain.

TRENDBAROMETER 2025

# Das erwartet Fuhrparkverantwortliche

VON DR. MORITZ WELTGEN, GESCHÄFTSFÜHRER MOTUM BY REPAIRFIX

Das nächste Jahr wird spannend: Das Fuhrparkmanagement befindet sich schon seit einiger Zeit in einem tiefgreifenden Wandel und wird 2025 komplexer und vielseitiger denn je. Die fortschreitende Digitalisierung, strenge Umweltauflagen, steigende Kosten und fehlende Fachkräfte ändern die Anforderungen an Fuhrparkverantwortliche grundlegend. Doch welche Trends sollten sie im Blick behalten? Welche Prioritäten gilt es zu setzen, um die Chancen des Wandels erfolgreich zu nutzen?

## 1. Die Macht der Daten: Flottenmanagement im digitalen Zeitalter

Daten sind der Schlüssel für effizientes Flottenmanagement, doch oft bleibt Potenzial ungenutzt. Viele Unternehmen kämpfen mit unstrukturierten Informationen wie analogen Unfallberichten oder lokal gespeicherten Wartungsprotokollen. Ein zentrales Ziel für 2025 sind verbindliche Datenstandards, um die Informationen gewinnbringend nutzen zu können. Auch die Verknüpfung von IT-Systemen über Schnittstellen (APIs) ist entscheidend, um relevante Daten zusammenzuführen. Und nicht zuletzt müssen alle Beteiligten die Tools auch tatsächlich nutzen, um eine ganzheitliche, datenbasierte Steuerung zu ermöglichen.

## 2. Grüne Flotte: CO<sub>2</sub>-Emissionen strategisch senken

Die Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes bleibt auch 2025 eine zentrale Herausforderung im Flottenmanagement. Dabei sind es oft nicht nur die Fahrzeuge selbst, die durch den Umstieg auf emissionsarme Antriebe wesentliche Einsparungen ermöglichen. Auch die Wartung und Reparatur der Fahrzeuge **beeinflusst Nachhaltigkeitsziele. Digitalisierte Prozesse** reduzieren Leerfahrten und ermöglichen eine automatisierte Wartungsplanung. Für ein präzises CO<sub>2</sub>-Reporting spielt zudem die Auswahl von zertifizierten Dienstleistern eine entscheidende Rolle, um partnerschaftlich auf einen klimafreundlicheren Fuhrpark hinzuarbeiten.

## 3. Transparente Kostenstrukturen:

### Mehr Durchblick für Fuhrparkverantwortliche

In wirtschaftlich herausfordernden Zeiten wird es für Flottenmanager:innen zunehmend entscheidend, alle Kostentreiber klar zu identifizieren und aktiv zu steuern. Zahlreiche Einflussfaktoren wie Reparatur- und Wartungskosten sowie Konditionen von Serviceverträgen und Versicherungsprämien bergen jedoch viel Optimierungspotenzial. Digitale Lösungen im Risikomanagement bieten wertvolle Unterstützung: Sie reduzieren den Verwaltungsaufwand und optimieren

die Schadenbearbeitung, **was sich positiv auf Versicherungsprämien auswirkt.**

## 4. Beruf mit Zukunft:

### Wie digitale Unterstützung neue Perspektiven eröffnet

Auch das Fuhrparkmanagement ist vom allgegenwärtigen Fachkräftemangel stark betroffen. Um das leicht verstaubte Berufsbild 2025 attraktiver zu gestalten, ist es entscheidend, zeitgemäße Prozesse und digitale Unterstützung zum Standard zu machen. Moderne Softwarelösungen fördern effizienteres Arbeiten und verschaffen Verantwortlichen mehr Freiraum für strategische Themen. Zukünftige Fuhrparkmanager:innen werden ihre Rolle zunehmend als technologiegestützte, strategische Funktion wahrnehmen, was das Berufsbild für junge Talente deutlich interessanter machen kann.



## Zukunft gestalten: Trends verstehen und proaktiv umsetzen

Was haben all diese Trends gemeinsam? Und wie können Fuhrparkverantwortliche konkret in die Umsetzung starten? Die Entwicklungen rund um datengestütztes Management, CO<sub>2</sub>-Reduzierung, transparente Kostenstrukturen und Fachkräftemangel sind nur einige der zahlreichen Faktoren, die das Fuhrparkmanagement im kommenden Jahr prägen werden. Welche weiteren Herausforderungen die Branche im Jahr 2025 erwartet und wie sie aktiv die Weichen für eine zukunftssichere Flotte stellen, erfahren Sie im **Webinar „Trendradar 2025“** am 10.12.2024.



Melden Sie sich jetzt an, um optimal vorbereitet in ein erfolgreiches Flottenjahr 2025 zu starten:  
[www.motum.eu/events/trendradar2025](http://www.motum.eu/events/trendradar2025)



# Das BBM-Qualitätsversprechen

**M**obilitätsmanagement ist ein dynamisches und anspruchsvolles Feld, das kontinuierliche Weiterbildung und innovative Ansätze erfordert. Mit unseren Qualifizierungsangeboten für Fuhrpark- und Mobilitätsmanager:innen bieten wir Ihnen praxisnahe Inhalte und topaktuelle Strategien, um Sie auf die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen der Branche vorzubereiten.

**Unser Qualifizierungsprogramm kombiniert fundiertes Fachwissen mit anwendungsorientierten Methoden**, um Ihnen nicht nur die nötigen Tools, sondern auch ein tiefes Verständnis für nachhaltige und effiziente Mobilitätslösungen zu vermitteln.



Das BBM-Qualitätsversprechen – wir stehen für exzellente Weiterbildung, die Sie in Ihrer beruflichen Praxis weiterbringt. Vertrauen Sie auf ein Konzept, das Kompetenz, Innovation und Praxisbezug vereint. Machen Sie den nächsten Schritt in Ihrer Karriere!

## Wir helfen, Ihren Job einfacher und besser machen zu können

BBM-Seminare bieten praxisrelevante Inhalte, die auf aktuellen Trends und Herausforderungen der Fuhrpark- und Mobilitätsbranche basieren. **Sie erwerben Fähigkeiten, die Sie im täglichen Job weiterbringen.**

## Erfahrene Referent:innen

Alle unsere Trainer:innen und Referent:innen sind garantiert Expert:innen für jedes Thema. Langjährige Erfahrung und umfassendes Wissen stellt sicher, dass Sie **anwendbares Wissen und erstklassige Einblicke** erhalten.

## Stets auf der Höhe der Zeit

Wir halten unsere Inhalte stets aktuell und beziehen die neuesten Trends sowie Technologien im Bereich Fuhrpark- und Mobilitätsmanagement ein. Dadurch ist sichergestellt, dass Sie **stets auf dem neuesten Stand** sind.

→ [Informieren Sie sich hier über das vollständige Qualitätsversprechen.](#)

→ [Nehmen Sie auch an unserem kostenlosen Webinar teil, in dem wir Ihnen das BBM-Qualifizierungsprogramm 2025 genauer vorstellen.](#)

Mit dem Rad zur Arbeit



# Wie der Radroutenplaner Deutschland helfen kann

Der Radroutenplaner Deutschland ist nicht nur ein nützliches Tool für Freizeitradler:innen, sondern auch eine ideale Unterstützung für Pendler:innen, die ihren Arbeitsweg mit dem Fahrrad planen möchten. Ob schnell, sicher oder bequem – der Planer bietet individuelle Routenoptionen, angepasst an persönliche Vorlieben und den Fahrradtyp.

## Hier sind einige Vorteile des Planers:

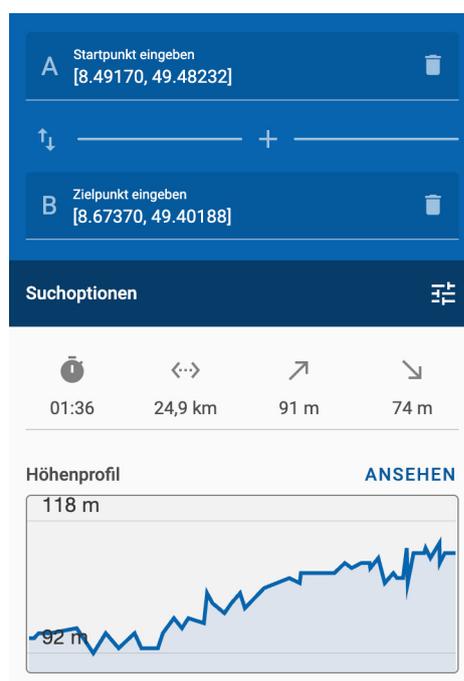
- ▶ **Individuelle Streckenanpassung:**  
Er berücksichtigt verschiedene Fahrradtypen (z. B. Rennrad, Mountainbike, etc.) und Präferenzen, wie die schnellste oder sicherste Route.
- ▶ **Integration von öffentlichen Verkehrsmitteln:**  
In einigen Bundesländern können die Daten mit ÖPNV-Optionen kombiniert werden, falls Sie einen Teil der Strecke mit Bus oder Bahn zurücklegen möchten.
- ▶ **Angabe von Steigungen:**  
Der Planer zeigt Höhenprofile und kann Strecken vorschlagen, die steile Anstiege vermeiden.
- ▶ **Aktuelle Daten:**  
Der Routenplaner basiert auf aktuellen Daten zu Radwegen, Baustellen und Straßensperrungen, was für tägliche Wege relevant ist.
- ▶ **GPS-Integration:**  
Die geplanten Routen können häufig exportiert und in Fahrrad-Apps oder Navigationsgeräte importiert werden.

*So wird z. B. die Strecke von Mannheim nach Heidelberg ausgegeben*

## Allerdings gibt es auch ein paar Einschränkungen zu beachten:

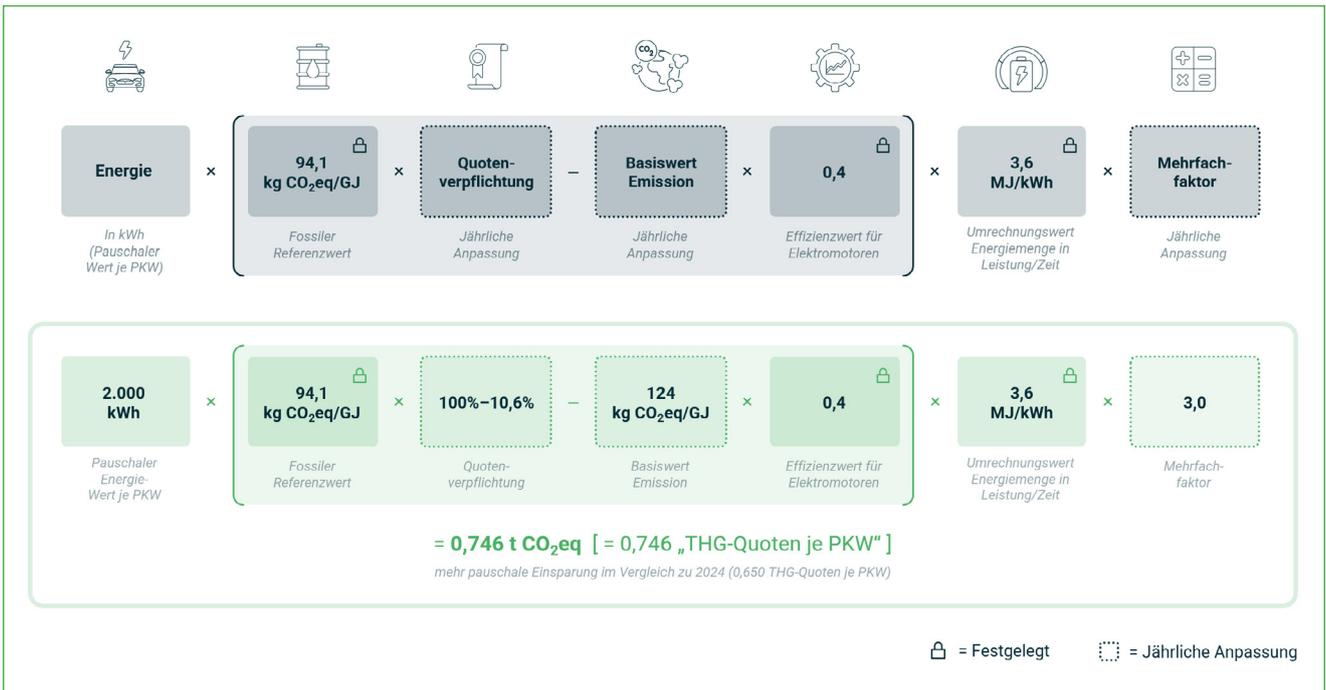
- ▶ **Regionale Abdeckung:**  
Der Routenplaner ist zwar für ganz Deutschland verfügbar, allerdings können die Daten je nach Region variieren
- ▶ **Pendlerfreundlichkeit:**  
Wenn der Arbeitsweg durch Gebiete mit wenig ausgebauter Radinfrastruktur führt, könnte die Route suboptimal sein.
- ▶ **Kein Echtzeitverkehr:**  
Der Planer berücksichtigt keine aktuellen Verkehrsbedingungen wie Staus oder kurzfristige Baustellen.

→ [Hier](#) können Sie sich selbst ein Bild vom Radroutenplaner machen.



Unser Fördermitglied und Kooperationspartner EMOVY informiert

# Berechnung der THG-Quote 2025



ANZEIGE

Die THG-Quote wird anhand der eingesparten Strommenge, CO<sub>2</sub>-Einsparungen und gesetzlichen Einsparungsquoten berechnet. Diese Quoten steigen von mindestens 10,6 Prozent in 2025 auf über 25 Prozent in 2030. Die Höhe der THG-Quote ist dabei in § 37a Absatz 4 Bundesimmissionsschutzgesetz (BImSchG) geregelt.

**Bei der Berechnung werden sowohl der pauschale Energiewert als auch der fossile Referenzwert berücksichtigt.** So wird im Rahmen der THG-Bescheinigung durch das Umweltbundesamt die Strommenge in MWh je Fahrzeug sowie die dadurch eingesparten THG-Emissionen ausgewiesen. Als Grundlage dienen hierfür die vom Gesetzgeber festgelegten Schätzwerte der jeweiligen Fahrzeugklasse. Der fossile Referenzwert multipliziert die energetische Menge aller vom Quotenverpflichteten in den Verkehr gebrachten Kraftstoffe mit dem sogenannten Basiswert.

Das Umweltbundesamt berechnet die CO<sub>2</sub>-Einsparung variabel, basierend auf einer Schätzung der eingesparten Treibhausgasemissionen.

## Mit der THG-Prämie Ihre Fuhrpark-Kosten reduzieren

Unternehmen, die ihre Fuhrparks auf Elektroautos umstellen, können die THG-Quote verkaufen und sich pro E-Auto und Jahr für CO<sub>2</sub>-Einsparungen entlohnen lassen – das gilt auch für öffentliche Ladepunkte.

Vertrauen Sie dem einzigen Experten, der sich auf B2B-Flottenkunden spezialisiert hat und sichern Sie sich die THG-Quote zu Sonderkonditionen!

- ✓ Abwicklung mit Behörden und Abnehmern
- ✓ Risikoloses Festpreisangebot
- ✓ Ohne großen Aufwand für den Flottenbetreiber

**Jetzt vom 10% BBM-Mitgliedervorteil profitieren!**

n.krueger@emovy.de



**ONLINE  
KURSE**

Kostenfrei für Verbandsmitglieder, kostengünstig für Nicht-Mitglieder

# Online-Selbstlernkurse

**Das können wir  
unseren Mitarbeitenden  
nicht zumuten**

**UVV-Unterweisung  
Online**

**Die ersten 100 Tage  
im Fuhrparkmanagement  
überleben**

**FLEETRICITY**

Der Kurs für Elektro-  
mobilität im Fuhrpark

**Die Besteuerung  
von E-Fahrzeugen**

**Laden von E-Fahrzeugen  
im Fuhrpark**

**Fuhrparkmanagement  
bei Elektrofahrzeugen**

**Grundlagen  
der Halterhaftung für  
Fuhrparkverantwortliche**

**Leasingwissen  
für Fuhrpark-  
verantwortliche**

**Besteuerung  
von Dienstwagen**  
Grundlagen

**Dienstwagensteuer**  
Firmenwagennutzung  
aus Fahrzeugpool

**Dienstwagensteuer**  
Optimierungsmöglichkeiten  
bei Firmenwagennutzung

**Kostenrechnung  
und Controlling**

**Mobilitätsbudget**  
Einführung im Unter-  
nehmen, Chancen und  
Herausforderungen

**Dienstrad-Leasing**

Weitere Infos und Anmeldemöglichkeiten finden Sie → hier.

# Übersicht der Termine



10. Dezember 2024

## Starter-Kit Modul 5

Versicherung- und Schadenmanagement

12. Dezember 2024

## Vorstellung des BBM-Qualifizierungsprogramms 2025

16. Dezember 2024

## Rat & Tat mit Inka Pichler

18. Dezember 2024

## Starter-Kit Modul 6

Finanzierung und Leasing

21. Januar 2025

## E-Mobilität: Wirtschaftliche Perspektiven und Kostenrechnung im Detail

23. Januar 2025

## Mobilitätsbudget erfolgreich managen und durch Anreizsysteme nachhaltig gestalten

30. Januar 2025

## Rat & Tat mit Inka Pichler

Schwerpunkt Schadenmanagement

5. Februar 2025

## Starter-Kit Modul 1

Fuhrparkmanagement – Grundüberblick und Basiswissen für die Praxis

11. Februar 2025

## Nachhaltiges Schadenmanagement

Gebrauchteil-Reparatur und der grüne Kreislauf

13. Februar 2025

## Wie man Mitarbeitende zur E-Mobilität motiviert: Einwände und Mythen verstehen

25. Februar 2024

## Starter-Kit Modul 2

Car Policy, Nutzungsüberlassung und Dienstwagenmanagement



REGIONALKONFERENZEN 2025 AUGSBURG • KÖLN • FRANKFURT

## Krisensicheres Fuhrpark- und Mobilitätsmanagement

STRATEGIEN – KOSTENREDUZIERUNG – SCHADENPRÄVENTION

JETZT ANMELDEN!

### Regionalkonferenzen 2025: Save the Date

Sind Sie bereit, die Zukunft Ihres Fuhrparks und Mobilitätsmanagements zu gestalten? Dann verpassen Sie nicht die Regionalkonferenz 2025 in Ihrer Nähe! Hier erwarten Sie **spannende Einblicke in aktuelle Herausforderungen** wie steigende Versicherungskosten für Elektrofahrzeuge und effektives Schadenmanagement. Erfahren Sie, wie Ihr Mobilitätsmanagement auch in Krisenzeiten resilient bleibt und welche **Strategien zur Krisenbewältigung** unerlässlich sind. In unserer Live-Sprechstunde haben Sie die Möglichkeit, Ihre drängendsten Rechtsfragen **direkt an unsere Experten** zu richten. Kommen Sie ins Gespräch mit Kolleg:innen und profitieren Sie von wertvollem Erfahrungsaustausch! **Seien Sie Teil des Dialogs – wir freuen uns auf Ihren Beitrag!**

11. Februar 2025

#### Regionalkonferenz Süd in Augsburg

20. Februar 2025

#### Regionalkonferenz Nord-West in Köln

29. April 2025

#### Regionalkonferenz Mitte in Frankfurt am Main



**FLEETRICITY**  
DER KURS FÜR ELEKTROMOBILITÄT  
IM FUHRPARK

**Jetzt  
anmelden –  
Start jederzeit  
möglich!**

**DER KURS FÜR ELEKTROMOBILITÄT IM FUHRPARK**

# Die volle Ladung Know-how

## **Umfassend**

Alle relevanten Aspekte zu Einführung und Management von Elektromobilität im betrieblichen Fuhrpark

## **Fokussiert**

Der Kurs befasst sich ausschließlich mit der betrieblichen Elektromobilität

## **Neutral**

Wissensvermittlung ohne marktpolitische Agenda

## **Praxisnah**

Inhalte, Experten und Referenten aus der Praxis

[WWW.FLEETRICITY.DE](http://WWW.FLEETRICITY.DE)

# Impressum

## **Herausgeber**

Bundesverband Betriebliche Mobilität e.V.  
Am Oberen Luisenpark 22  
68165 Mannheim  
[info@mobilitaetsverband.de](mailto:info@mobilitaetsverband.de)

## **Vorstand**

Vorsitzender: Marc-Oliver Prinzing  
Stv. Vorsitzende: Heinrich Coenen, Dieter Grün, Melanie Schmahl

## **Geschäftsführer**

Axel Schäfer (V. i. S. d. P.)

## **Redaktion**

Nina Seutter  
[presse@mobilitaetsverband.de](mailto:presse@mobilitaetsverband.de)

ISSN 2944-4659

**Folgen Sie uns:**



Bundesverband  
**Betriebliche Mobilität**  
Expertise für Fuhrpark- & Mobilitätsmanagement