



Fotos: Belmoto

Innovationstreiber | Michael Müller, Geschäftsführer der Belmoto Mobility GmbH (l.), zusammen mit den Belmoto-Chefs Philip Kneissler (Mitte) und Ralf Knaier. Belmoto wird in Zukunft verstärkt im Markt für innovative Mobilitätskonzepte aktiv sein – ein Beispiel ist die Belmoto Mobility Card

Über den Tellerrand hinaus

Mobilitätsbudget | Belmoto forciert die ganzheitliche Mobilität: Mit der Mobility Card der Hamburger lässt es sich auch ohne Auto bequem von A nach B reisen.

— Die Mobilität, da ist sich Philip Kneissler, Geschäftsführer des Hamburger Mobilitätsdienstleisters Belmoto, sicher, wird sich in naher Zukunft signifikant verändern. Gerade mit Blick auf die Unternehmensmobilität fragt sich Kneissler, welche Werte und Anforderungen auch in Sachen Unternehmensattraktivität eine Rolle spielen werden: „Wird den Menschen die Freiheit, zwischen mehreren Mobilitätsoptionen die jeweils intelligenteste wählen zu können, wichtiger werden als der eigene Dienstwagen? Fühlen Menschen sich durch einen fest zugeordneten Dienstwagen in ihrer Wahlfreiheit beschränkt? Und werden Dienstwagen in naher Zukunft überhaupt noch den Status besitzen, den sie früher hatten?“ Auch wenn es auf all diese Fragen sicherlich keine schnellen und für jeden Fuhrpark eindeutigen Antworten gibt – Kneissler richtet Belmoto stringent auf die künftigen Anforderungen der Unternehmensmobilität aus. „Die flexible Fahrzeugbereitstellung und -nutzung wird weiterhin

eine wichtige Säule unseres Geschäfts sein“, erläutert Kneissler seine Strategie. „Aber wachsen können wir vor allem mit modernen innovativen Mobilitätskonzepten.“

Deshalb gibt es seit einiger Zeit die Belmoto Mobility GmbH, die sich mit der Entwicklung und Umsetzung zukunftsorientierter Mobilitätskonzepte beschäftigt.

„Jeder weiß, dass das Auto nicht immer das effektivste Verkehrsmittel ist.“

Michael Müller, Belmoto Mobility GmbH

Geschäftsführer dieser Einheit ist seit Juli Michael Müller, vielen noch als Mobilitätsmanager des japanischen Pharmakonzerns Daiichi Sankyo bekannt. Seine Hauptaufgabe derzeit: das Serien-Rollout der Belmoto Mobility Card. Nutzt ein Unternehmen diese Karte, bietet sie dessen Mitarbeitern Zugang zu allen Mobilitätsoptionen – inklusive des

öffentlichen Nahverkehrs. Zwar hat Kneissler den Firmenwagen noch lange nicht abgeschrieben: „Das Auto war bislang das größte Incentive, das die meisten bekamen. Doch im Stau hat es besonders in Metropolen mehr und mehr an Attraktivität verloren.“ Daher ändere sich die Einstellung zur Unternehmensmobilität: „Wir erleben gerade die größte Mobilitätstransformation seit Erscheinen des Automobils“, so Kneissler. „Und mit der Belmoto Mobility Card stellen wir uns auf diese neue Situation ein.“

Multi-Optionskarte | Was kann die Karte also? Kurz gesagt handelt es sich um ein vom Arbeitgeber zur Verfügung gestelltes Mobilitätsbudget, das die bargeldlose Nutzung verschiedener Mobilitätsangebote – vom Bus über die U-Bahn über das Fahrrad und den Zug bis hin zum Mietauto und Flugzeug – ermöglicht. Hauptzielgruppe des Angebots sind Unternehmen mit Incentive-Fuhrpark. Aber, so hebt Michael Müller diese Einschränkung ein Stück weit auf: „Auch für

weiße Flotten macht eine Kombination aus kleinerem Auto und Mobilitätsbudget Sinn.“ Denn, so weiß Müller aus seiner Erfahrung mit dem Ballungsraum München: „Dort steigen Vertriebsmitarbeiter immer öfter auf Bus und Bahn um, einfach um schneller beim Kunden zu sein. Und mit einem kleineren Auto finden sie auch eher eine Parklücke, sind also beweglicher.“

Ein Argument, das sicherlich jedem Unternehmer einleuchtet. Aber wie sieht es bei den Mitarbeitern aus? Welche Überzeugungsarbeit ist bei ihnen zu leisten? Michael Müller meint: „Mitarbeiter haben heute einen gewissen Leidensdruck. Jeder weiß, dass das Auto nicht immer das effektivste Verkehrsmittel ist. Oft kommt der Wunsch, mehr als diese eine Option zu haben, doch von den Mitarbeitern selbst.“ Deshalb müssten Unternehmen ihre Mitarbeiter, nach seiner Erfahrung, nicht mehr bekehren: „Wir laufen offene Türen ein.“

Wahlfreiheit | „Entscheidend für den Erfolg der Mobility Card ist es, sie für alle verfügbaren und effektiven Verkehrsmittel zu



Eine für alles | Über die Belmoto Mobility Card können Unternehmen die Mobilitätsbudgets ihrer Mitarbeiter abrechnen. Die wiederum haben die Möglichkeit, die für sie sinnvollsten Verkehrsmittel zu wählen

öffnen“, unterstreicht Philip Kneissler. Dann eröffne sich für die Mitarbeiter sehr schnell der Mehrwert des Angebots, weil er nicht mehr auf eine Mobilitätsoption festgelegt sei: „Er kann einen Dienstwagen haben, aber vielleicht nur für den Winter. Im Sommer kann er auf das Fahrrad umsteigen, oder die U-Bahn nehmen – das ist Flexibilität. Die Karte lässt dem Mitarbeiter Wahlfreiheit.“ Außerdem wichtig: „Ein sparsamer Umgang mit dem Budget lohnt sich. Denn nicht verbrauchtes Budget kann für private Zwecke

eingesetzt werden.“ Weil die Mitarbeiter mit der Mobility Card, laut Kneissler und Müller, in der Regel effizienter unterwegs sind, generieren die Unternehmen, die sie einsetzen, messbare Kosteneinsparungen.

Wie müssen Unternehmen also aufgestellt sein, um eine Mobility Card einzuführen? Organisatorische Voraussetzungen gibt es nicht, meint Müller. Es komme „nur“ auf die Innovationsbereitschaft an. Also genau das, was einen attraktiven Arbeitgeber heute ausmacht. | cfm

Anzeige



Fahrzeugortung und Routendokumentation

Alle Fahrzeuge auf einen Blick.

- ✓ Einfache Ortung Ihrer Fahrzeuge in Echtzeit
- ✓ Dokumentation gefahrener Routen
- ✓ Optimierung von Fahrtwegen und Routenplänen

Informieren Sie sich jetzt unter:

vimcar.de/fleet

