

# Fahrspaß trifft Umwelt



René Bock (re.) und Achim Külgen (beide Mazda, li.) unterstützen Jörg Haake (Green IT, Mitte) bei der Umsetzung der grünen Flottenstrategie.

Eine Verbindung aus ökonomischem Handeln und ökologischem Denken für einen ganz bestimmten Zweck – dem nachhaltigen Erfolg ihrer Kunden und dem nachhaltigen Schutz unserer Umwelt – zu schaffen, das hat sich die Green IT Das druckende Systemhaus GmbH aus Dortmund auf die Fahnen geschrieben. Das inhabergeführte Unternehmen ist das erste Unternehmen der Branche, das sich mit nachhaltigen, energieeffizienten IT- und Druckkonzepten grün positioniert. Dabei erfolgt die Beratung von der Analyse bis zur Verwaltung. Reibungslose Prozesse unter der Berücksichtigung eines effizienten Energieeinsatzes und der intelligenten Nutzung vorhandener Systeme stehen dabei im Vordergrund.

Mit 32 Fahrzeugen sind Servicetechniker und Vertriebsmitarbeiter rund 40.000 bis 50.000 Kilometer jährlich im Sinne der ökologischen sowie ökonomischen Optimierung von IT- und Druckkonzepten unterwegs. Herr über diesen ausschließlich aus Mazda- und Mercedes-Benz-Modellen bestehenden Fuhrpark ist Jörg Haake, der sich neben seiner Tätigkeit als Leiter des Vertriebsinnendienstes und Umweltbeauftragter im Rahmen des ISO-Standards 14001 mit diesem Thema auseinandersetzt. Dabei stehen den Mitarbeitern neben zehn Mazda6 und einem Sprinter noch A-, B- und C-Klassen zur Bewältigung ihrer täglichen Aufgaben zur Verfügung. Ein grundlegendes Kriterium für die Auswahl der Modelle und Marken war die Energieeffizienzklasse A für Pkw, denn „wo Green IT drauf steht, ist auch Green IT drin“, erklärt Jörg Haake.

Seit April 2013 hat das junge Unternehmen mit den zehn Mazda6-Modellen Fahrzeuge zur Verfü-

gung, welche die Themen Ökonomie und Ökologie im Hinblick auf das große Ziel Nachhaltigkeit auch im Fuhrpark verbinden. Ausgangspunkt für diese Zusammenarbeit war der nunmehr freundschaftliche Kontakt zum ortsansässigen Mazda-Autohaus Bonnermann & Hüls. Doch trotz des schon bestehenden Kontakts wäre die Zusammenarbeit fast nicht zustande gekommen: „Wir sind ganz froh, dass Mazda die Fahrzeuge mit der neuen Technologie herausgebracht hat, ansonsten wären sie raus gewesen“, berichtet der Fuhrparkverantwortliche des Dortmunder Beratungs- und Serviceunternehmens. Zusätzlich zu dem Kriterium Energieeffizienzklasse A waren aber noch andere Themen, wie beispielsweise Design, Leistung und Ausstattung, wichtig bei der Auswahl.

#### Umweltbewusstsein

Mit der neuen SKYACTIV Technologie ist Mazda nunmehr einen neuen Weg gegangen. Denn von

Grund auf wurden die neuen Modelle überarbeitet, das hieß für den japanischen Autobauer neue Plattformen, neue Karosserien, neue Fahrwerke, neue Getriebe und nicht zuletzt auch neue Motoren. All dies geschah unter der Maßgabe, das Gewicht zu reduzieren: „Beispielsweise wurde der Mazda6 im Vergleich zu seinem Vorgänger um 100 Kilogramm leichter. In Kombination mit einer extrem hohen Verdichtung, ähnlich der eines Formel-1-Fahrzeugs, ist es gelungen die Verbrennung sehr viel effizienter zu gestalten und damit wiederum auch den Kraftstoffverbrauch weiter zu senken“, erläutert René Bock, Leiter Fleet & Remarketing bei der Mazda Motors Deutschland GmbH. Im Vergleich zu anderen Herstellern hat man damit bewusst einen anderen Weg eingeschlagen, denn nicht das Downsizing beim Hubraum mit servicekostenintensiver Turboaufladung standen im Vordergrund, sondern die Fahrzeuge mit einem angemessenen Hubraum, aber auf einer effizienten Motorentechnologie namens SKYACTIV basierend, weiterzuentwickeln. Dadurch gelang es, Fahrspaß mit einer gleichzeitig deutlichen Reduktion der Treibstoffkosten zu verbinden. So verbraucht die Mazda6-Limousine nur 3,9 l/100 km bei 104 g CO<sub>2</sub>-Ausstoß in der 150-PS-Diesel-Variante, dies aber mit 380 Nm Fahrspaß.

Diese Kombination war auch für den Fuhrpark von Green IT ein nicht zu vernachlässigendes Kriterium bei der Auswahl der Fahrzeuge: „Wir brauchen uns nicht über Themen wie Ausstattung oder Sicherheit zu unterhalten, denn da bietet uns der Mazda6 alles, was wir brauchen.“

**Jörg Haake:**  
„Die Identifikation mit dem Unternehmen ist bei uns anders. Die Loyalität zur Geschäftsführung und untereinander ist enorm. Wir sind Green IT und sind stolz darauf, unsere Marke nach außen zu tragen“



Aber wenn man sich hingegen einmal bewusst wird, dass ein Mitarbeiter mit dem Fahrzeug 40.000 bis 50.000 Kilometer im Jahr unterwegs ist, dann sollte das Thema Fahrspaß nicht vergessen werden“, weiß Jörg Haake zu berichten. Denn man sollte bei allem Umweltbewusstsein nicht vergessen, dass es sich dabei um ein wirkliches Arbeitsinstrument handelt. Der Fahrer möchte in sein Fahrzeug steigen können und auch mal das Gaspedal ganz durchdrücken können, denn das macht den meisten wirklich Spaß. Hingegen ist das ökologisch bewusste Fahren und die damit verbundene Kontrolle des Momentanverbrauchs vielen Autofahrern ein Dorn im Auge. „Ich weiß zwar nicht genau, wie es technisch funktioniert, aber ich finde es spannend, dass ich Start/Stop und i-ELOOP habe. Damit reduziere ich den Kraftstoffverbrauch um bis zu zehn Prozent“, fügt er hinzu.

Der Einsatz von Elektrofahrzeugen in der Flotte – in einem Umfang von ein bis zwei Fahrzeugen – beschäftigt auch Green IT. Aktuell sind die Anschaffungskosten sowie die Rahmenbedingungen noch nicht ideal, daher wurde diese Thematik erst mal verschoben, wird aber weiterhin verfolgt. Auch auf Seiten von Mazda ist man sich dieser aktuellen Problematik in Deutschland bewusst: „Wir bieten reine Elektrofahrzeuge in Japan an, aber aufgrund des aktuell geringen Marktvolumens in Deutschland von nur einigen tausend verkauften Einheiten pro Jahr verzichten wir derzeit noch auf die Einführung dieser alternativen Antriebe. Für Mazda stehen Antriebskonzepte, welche praxisorientiert sind und einen Kundenbedarf decken, aktuell klar im Vordergrund. Allerdings sind wir vorbereitet, sollte der Kundenbedarf sich ändern. Auf der Tokyo Motor Show zeigen wir eine Hybridversion des Mazda3, das heißt, es kommt ein speziell entwickelter 2,0-Liter-SKYACTIV-Benzinmotor in Verbindung mit einem Elektromotor zum Einsatz. Das Antriebssystem sorgt für ein begeisterndes Fahrerlebnis bei herausragender Kraftstoffeffizienz“, erläutert Achim Küllgen, Fleet Manager Region West bei der Mazda Motors Deutschland GmbH.

#### Außenwirkung

Kraft und Schönheit in der Bewegung von Tieren und Athleten inspirierte die neue Mazda-Designsprache „KODO – Soul of Motion“. So untermalen drei klar definierte Muskelstränge die lang gezogene Linie des neuen Mazda6 Kombi. Dadurch

## Green IT Das druckende Systemhaus GmbH

*Die Green IT Das druckende Systemhaus GmbH ist ein inhabergeführtes, herstellerunabhängiges Beratungs- und Serviceunternehmen mit 50 Mitarbeitern und Sitz im Dortmunder Technologiepark. Es ist das erste Unternehmen der Branche, das sich mit nachhaltigen, energieeffizienten IT- und Druckkonzepten grün positioniert. Die Konzepte der Green IT reduzieren die Kosten, steigern die Performance und schonen gleichzeitig die Umwelt. Reibungslose Prozesse unter der Berücksichtigung eines effizienten Energieeinsatzes und der intelligenten Nutzung vorhandener Druck- und Kopiersysteme stehen dabei im Vordergrund. Weitere Infos unter [www.greenit-dortmund.de](http://www.greenit-dortmund.de) oder 0800/28 680 28.*

sollen sich beim Japaner der Vorwärtsdrang, die außerordentliche Kraft und Spannung sowie der unbedingte Wille schon beim Hinsehen erahnen lassen. Mit diesem Design konnte auch Green IT überzeugt werden: „Natürlich spielt für uns das Design eine wichtige Rolle. Wir haben uns bewusst für den Mazda6 entschieden, da das junge, dynamische Auftreten optimal zu uns passt“, erklärt Jörg Haake. Die neuen Modelle des japanischen Autobauers – angefangen beim Kompakt-SUV CX-5 über den erwähnten Mazda6 bis zum gerade erschienenen Mazda3 – folgen alle der gleichen Designsprache namens „KODO“, welche neben vielen anerkannten Designpreisen unter anderem auch mit dem Red Dot Design Award für

(Fortsetzung auf S. 18)



Athlon – wünscht frohe Weihnachten.

**ATHLON**  
— CAR LEASE —

*René Bock (Leiter Fleet & Remarketing bei Mazda, re.), Achim Külgen (Fleet Manager Region West, 2.v.re.), Jörg Haake (Leitung Vertriebsinnendienst Green IT, 3.v.re.) und Stephanie Oberschelp (Leitung Unternehmenskommunikation Green IT, li.) erläutern Bernd Franke (Flottenmanagement, 2.v.li.) sowie Steven Bohg (Flottenmanagement, 3.v.li.) die Umsetzung von ökologischen und ökonomischen Aspekten im Fuhrpark von Green IT*



herausragendes Produktdesign ausgezeichnet wurde. Aber nicht nur mit dem Design lässt sich eine gewisse Außenwirkung erzielen, so spielt vor allem auch das Image einer Marke eine nicht zu unterschätzende Rolle. Beispielsweise sind Modelle deutscher Premiumhersteller oft mit dem Begriff des Statusymbols behaftet, was zum einen auf die bereits seit Jahren verfolgte Premiummarkenpolitik hindeutet, aber auf der anderen Seite vielleicht für einen Teil der Menschen zu überzogen ist. „Dennoch wirkt sich die Marke Mercedes-Benz nicht negativ auf unsere Außenwirkung aus. Da es sich zwar um eine ‚dicke Karre‘ handelt, aber mit der Effizienzklasse A. Damit sind unweigerlich alle Diskussionen nach dem Warum im Keim erstickt“, berichtet der Flottenleiter des druckenden Systemhauses.

Ein Streitthema in vielen Unternehmen ist die Beschriftung, insbesondere wenn es sich dabei um Fahrzeuge handelt, die über die Ein-Prozent-Regel versteuert werden müssen. Nicht selbstverständlich ist es da für den Dienstwagennutzer, auch privat mit einem stark beschrifteten Fahrzeug umherzufahren. „Die Identifikation mit dem Unternehmen ist bei uns anders. Die Loyalität zur Geschäftsführung und untereinander ist enorm. Wir sind Green IT und sind stolz darauf, unsere Marke nach außen zu tragen“, verdeutlicht Jörg Haake. Auch auf Seiten des Mazda-Händlers vor Ort zeigt sich diese Loyalität, so wurde hier zur Beklebung beispielsweise der Showroom zur Verfügung gestellt, um die Fahrzeuge auch in einem betriebsfertigen Zustand an die Green IT übergeben zu können. Die Fahrzeuge wurden in einem auffälligen, weiß-grünen Design beschriftet sowie mit dem Unternehmenslogo, der Internet- und Facebook-Adresse und zwei großen „ee“s versehen. Diese stehen für das Versprechen der Green IT: „Act economic. Think ecologic.“

Dieses Bestreben nach der optimalen Kombination von Effizienz und Wirtschaftlichkeit steht auch bei Mazda im Vordergrund: „Wir haben

### Mazda Motors Deutschland GmbH

*Seit über vierzig Jahren ist Mazda in Deutschland vertreten. Seit 2012 setzt Mazda seine Philosophie von konsequenter Leichtbauweise in Form der neuen SKYACTIV Technologie in Verbindung mit dynamischem Design um. Die mehrfach prämierten Produkte vom Kompakt-SUV CX-5, über den Mazda6 bis zum neuen Mazda3 sind die Grundlage für die höchste Verkaufsteigerung bei den gewerblichen Zulassungen in 2013 versus Vorjahr gegenüber allen Wettbewerbern in Deutschland. Weitere Infos unter [www.mazdafleet.de](http://www.mazdafleet.de) oder 0700/MAZDAFLEET (0700/6293235338)*

bei EurotaxSchwacke einen Betriebskosten-Vergleich für den Mazda6 und jetzt auch für den Mazda3 in Auftrag gegeben, der diese Modelle den drei deutschen Hauptwettbewerbern auf Grundlage der Gesamtkostenbilanz gegenüberstellt. Und das Resultat zeigt, dass wir uns hier absetzen konnten und die niedrigste Gesamtkostenbilanz aufweisen können“, berichtet René Bock. Auch wie sich der Kraftstoffverbrauch mit dem Fahrzeug in der Fahrpraxis im Vergleich zu einer Testsituation gestaltet, ist ein nicht zu vernachlässigendes Kriterium bei der Betrachtung von Betriebskosten. Denn oft zeigt sich im Flottenalltag, dass der im Prospekt ausgewiesene kombinierte ECE-Kraftstoffverbrauch nicht annähernd den Verbräuchen in der Realität entspricht. „Was mich natürlich sehr gefreut hat, ist, dass wir beim ADAC Eco Test mit dem Mazda6 den ersten Platz belegt haben. Das bedeutet, dass wir der Hersteller mit dem Produkt sind, das die geringste Differenz zwischen kombiniertem ECE-Verbrauch und Praxiswert hat. Denn anders als bei den unter Laborbedingungen erfolgten Tests wird im Flottenalltag auch das Radio und die Klimaanlage angeschaltet. Daher freut es mich umso mehr, dass wir mit SKYACTIV eine Technologie auf den Markt gebracht haben, die dies so umzusetzen vermag“, ergänzt der Leiter für Fleet & Remarketing bei der Mazda Motors Deutschland GmbH.

Neben den Kriterien für Design und Wirkung nach außen spielt auch der Komfort eine wichtige Rolle bei der Auswahl des passenden Firmenwagens. Die Green IT GmbH hat sich dabei für die Vollausrüstung, die sogenannte Sports-Line, entschieden. Neben zahlreichen Assistenten wie Toter-Winkel-Assistent, Fernlicht- oder Spurhalteassistent beinhaltet diese unter anderem auch eine Freisprecheinrichtung mit Spracheingabe und Bluetooth, Sitzheizungen vorn und eine Klimatisierungsautomatik. Damit sind nahezu alle Komfortbedürfnisse des Fahrers auch auf langen Fahrten ausreichend berücksichtigt. Bei der Motorisierung und dem Getriebe unterscheidet man hingegen bei Green IT zwischen Vertrieb, deren Mazda6 über 175 PS und ein Automatikgetriebe verfügt, und den Technikern, die den

sportlichen Japaner mit einem Schaltgetriebe und 150 PS zur Verfügung gestellt bekommen. „Neben den drei Ausstattungslinien bieten wir unseren Gewerbekunden aber auch die Mazda6-Business-Line-Modelle an. Diese verfügen über den 150 PS starken 2,2 SKYACTIV-D Motor und die serienmäßige Ausstattung von Farb-Touchscreen, integrierter Freisprecheinrichtung und Navigationssystem zu einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis“, erläutert Achim Külgen.

**René Bock:**  
„Im Vergleich zu seinem Vorgänger wurde der Mazda6 um 100 Kilogramm leichter. In Kombination mit einer extrem hohen Verdichtung konnte der Kraftstoffverbrauch weiter gesenkt werden“



### Ausblick

Gerade nach Erscheinen des neuen Mazda3 stellt sich auch bei der Green IT die Frage, ob nicht die eine oder andere A- beziehungsweise B-Klasse durch den dynamischen Japaner ersetzt werden kann: „Wir sind da schon bestrebt, den Weg mit Mazda fortzuführen. Denn für mich als Familienvater beispielsweise stehen eben auch die Kosten im Vordergrund und bei der Ein-Prozent-Regel muss ich nicht lange nachdenken, ob ich einen Stern oder einen Mazda versteuere“, erklärt Jörg Haake. Aber zunächst bleiben die folgenden Monate des dreijährigen Leasingvertrages abzuwarten, welche neuen und kraftstoffsparenden Technologien Einzug in den Flottenalltag finden. Daneben müssen sich beide Marken aber auch über die gesamte Laufzeit beweisen, denn für Green IT stehen ökonomische und ökologische Aspekte für ein nachhaltiges Gesamtkonzept bei jeder Entscheidung im Vordergrund.