Foto: Getty Images/iStockphoto

Motivation durch PS | Benefit-Fahrzeuge gibt es besonders häufig in der Finanz- und Versicherungsbranche. Ihr Anteil liegt dort rund bei einem Drittel

Leistungsantriebe

Dienstwagen als Benefit | Die Bedeutung von Firmenfahrzeugen als Anreizinstrument für Führungskräfte und als Recruiting-Tool steigt weiter, allerdings öfter als Teil eines Paketes von Mobilitätslösungen.

Rund 28,7 Prozent beträgt aktuell der Anteil an Flotten, in denen es reine Benefit-Fahrzeuge gibt. 2011 bewegte sich dieser Wert dagegen bei rund zwölf Prozent. Zu diesem Ergebnis kommt Dataforce in einer Erhebung. Darin haben die Marktforscher 557 Fuhrparks via Stichprobe befragt, von denen rund 16 Prozent ab 100 Pkw, rund 14 Prozent zwischen 50 und 99 Pkw und etwa 21 Prozent zwischen 25 und 49 Pkw im Bestand zählen. Die restlichen verteilen sich auf Flotten unter 24 Einheiten.

„Statistisch kommen Benefit-Fahrzeuge – mit nahezu 100 Prozent Privatnutzung – eher in größeren Flotten zum Einsatz. Knapp 50 Prozent der Flotten mit mindestens 100 Pkw setzen diese Fahrzeuge ein, bei den kleinen Fuhrparks mit ein bis neun Pkw sind es nur zirka 16 Prozent", sagt Dataforce-Geschäftsführer Marc Odinius. Klare Unterschiede macht er auch nach Branchen aus. Oft seien diese Fahrzeuge zum Beispiel im Finanz- und Versicherungsgewerbe mit einer Quote von gut einem Drittel zu finden.

Dienstwagen als Motivationsmittel gewinnen als Alternative zur Privatanschaffung an Bedeutung.

Firmenwagen zur Motivation boomen | Was die Attraktivität von Firmenwagen bei den Mitarbeitern besonders steigen lassen hat, sei etwa die „Stadtflucht junger Familien, „arbeitsfernes Wohnen" und die zunehmende Frauenquote unter den Dienstwagennutzern. Folge: Unternehmen sind mit der Zeit flexibler geworden, was die Bereitstellung von Firmen-Pkw betrifft. Damit einhergehend sind laut Odinius etwa eine Öffnung für immer mehr Marken und Modelle, vorausgesetzt, Leasingrate und Restwerte stimmen. „Auf diese Weise haben sich zum Beispiel die SUV in den vergangenen 15 Jahren von einem Anteil von drei Prozent in 2001 auf rund 16 Prozent in 2015 zum drittstärksten Firmenwagen-Segment entwickelt", erklärt der Dataforce-Chef.

Und er hat weitere Wachstumschancen ermittelt: „In den nächsten Jahren wird sich der Dienstwagen als Motivationsinstrument noch stärker als Alternative zur privaten Anschaffung etablieren, denn immer weniger Privatkunden sind bereit, die nötigen finanziellen Mittel für die Anschaffung eines Neufahrzeuges aufzubringen." Zugleich nehme die Bedeutung der Firmen-Pkw zur Mitarbei- ▶

tergewinnung und -bindung zu. Daneben stuft er auch alternative Antriebe als geeignet ein, um den Anteil an Dienstwagenfahrern weiter zu beflügeln.

Bestandteil von Cafeteria-Modellen | Dass Dienstwagen nach wie vor eine große Rolle innerhalb von Incentivierungs-Modellen für die ältere Generation der Führungskräfte in Unternehmen spielen, meint Udo Bohdal-Spiegelhoff, Partner HR Advisory Services bei Deloitte Deutschland. Gleichwohl sieht er in den vergangenen fünf bis sechs Jahren deren Intensität sinken. Vielmehr seien Mobilitätslösungen – vor allem in großen Unternehmen getrieben durch den Einzug der Generation Y in die Fach- und Führungskräftepositionen – gefragt, mit denen den Mitarbeitern eine breite Palette an Möglichkeiten geboten wird. Diese reichten mit Blick auf die jeweilige Lebensphase vom Carsharing-Angebot über Bahncard 100 bis hin zum Dienstwagen. „Infolgedessen kommen mehr sogenannte Cafeteria-Modelle, in denen die Führungskräfte und zugangsberechtigten Mitarbeiter viel aktiver nachdenken müssen, wie sie mit einem bestimmten Zusatzbudget für Benefits umgehen wollen und wie sie den Betrag nutzen", sagt Unternehmensberater Bohdal-Spiegelhoff.

In diesem Kielwasser werden die Car Policies flexibler und bieten mehr Auswahlmöglichkeiten und Leistungspakete bei den Fahrzeugen. In der Praxis sei dabei inzwischen vielen Mitarbeitern die Ausstattung mit Entertainment-, Kommunikationssystemen und Interieur wichtiger als die nächsthöhere Motorisierung. „Die Zukunft gehört daher sicherlich den Mobilitäts-Policies, mit denen sich Unternehmen entsprechend den Mitarbeiterbedürfnissen breiter aufstellen."

Mehr Gründe für Pkw als Anreize | Parallel dazu bestätigen große Leasinggesellschaften: Die Nutzerkreise von Dienstwagen, die seit jeher starke Leistungsantriebe für Top Executive und andere Führungskräfte sind und bleiben, erweitern sich sukzessive. So registriert etwa Karsten Rösel, Geschäftsführer der ALD Automotive, teilweise auch bei Serviceflotten, die per se stark auf Funktionalität ausgerichtet seien, dass zunehmend auf Mitarbeiterzufriedenheit bei der Wahl der Fahrzeuge geachtet werde. Und Sebastian Fruth, Commercial Director bei Arval Deutschland, hat den Firmenwagen gerade in strukturschwachen Regionen zu einem Auswahlkriterium für das jeweilige Unternehmen ausgemacht.

Philipp Berg, Leiter Vertrieb und Marketing der Daimler Fleet Management (DFM), sieht neben dem Dienstwagen als Motivationsinstrument innovative Mobilitätslösungen auf dem Vormarsch, die Mitarbeiter nicht nur für geschäftliche, sondern auch für private Zwecke nutzen dürfen. Beispiel: das Carsharing.

Ähnlich äußert sich Tim Beltermann, Leiter Vertrieb und Marketing bei Alphabet Deutschland: „Gefragt sind zunehmend intelligente und ganzheitliche Angebote, die verschiedene Mobilitätsformen integrieren. Eine Alternative zum klassischen Dienstwagen ist die Nutzung von unternehmensinternen Carsharing-Systemen." Denn damit könnten zusätzlich Mitarbeiter erreicht werden, die sonst vielleicht keinen Zugang zu einem eigenen Dienstwagen hätten.

Gerhard Künne, Sprecher der Geschäftsführung der Volkswagen Leasing, gibt trotz des hohen Stellenwerts von Pkw als Benefit zu bedenken, dass deren Akzeptanz aber von Firma zu Firma und von Branche zu Branche individuell zu bewerten sei: „Unternehmen mit Fachkräftemangel oder Standortnachteilen gehen anders mit dem Thema Dienstwagen um als Unternehmen, die kostenoptimierend arbeiten müssen."

Dienstwagen oder ein höheres Gehalt? 78 Prozent würden sich für Ersteres entscheiden.

Im Gegensatz dazu herrscht unter den meisten Mitarbeitern und Führungskräften anscheinend Einigkeit, was den Firmen-Pkw als Motivationsfaktor betrifft. Darauf lassen die Resultate des jüngsten Mobilitätsmonitors von Leaseplan schließen, an dem fast 500 deutsche Dienstwagenfahrer teilgenommen haben.

Gemäß Gunter Glück, Geschäftsleitung Vertrieb und Kundenbetreuung, mit einem eindeutigen Ergebnis: „Für 96 Prozent der Befragten gehört das Auto zu den beliebtesten Transportmitteln. Vor die Wahl gestellt, ob sie lieber einen Dienstwagen oder eine Gehaltserhöhung möchten, würde sich die überwiegende Mehrheit von 78 Prozent für das Firmenfahrzeug entscheiden."

Motivationsanteile bei Leasinggebern | Nur die wenigsten großen Leasinggesellschaften machen jedoch Angaben, wie hoch der Part an Pkw als Anreizinstrument für Mitarbeiter am Fahrzeug- respektive Vertragsbestand bei ihnen ist. Lediglich Arval schätzt seinen Anteil von Pkw ohne jegliche berufliche Notwendigkeit auf rund 25 Prozent. Deren Verträge belaufen sich derzeit auf mehr als 70.000. Zudem beziffert etwa Leaseplan Deutschland den generellen Anteil an Motivationsfahrzeugen mit rund 75 Prozent von insgesamt rund 99.000 Fahrzeugen und die Deutsche Leasing Fleet mit rund 20 Prozent von 164.000 Fahrzeugen im Bestand. Keine konkreten Zahlen nennen ALD Automotive, Alphabet, DFM, Mobility Concept, Sixt Leasing und Volkswagen Leasing. Athlon Car Lease hat sich an der Umfrage generell nicht beteiligt.

Unabhängig davon dominieren bei den Leasinggebern wie vor zehn Jahren die Modelle der deutschen Hersteller Audi, BMW, Mercedes-Benz und Volkswagen, sobald die Pkw als Incentive dienen. Einige Anbieter wie Arval und die Deutsche Leasing betonen, dass außerdem Ford, Opel, Volvo und die anderen VW-Konzernmarken wie Skoda nachgefragt würden.

Wandel und künftige Nachfrage | Dessen ungeachtet treibt der Wandel der vergangenen Jahre auch die künftigen Formen der Nachfrage an. So hat nach Beobachtungen von Harald Frings, Geschäftsführer Fleet der Deutschen Leasing, etwa durch Green-Fleet-Policies ein Trend zum Downsizing bei Motoren eingesetzt.

Gunter Glück von Leaseplan Deutschland registriert nach einer extrem kostenorientierten Phase in den Nachwehen der Wirtschaftskrise von 2009 eine Fokussierung auf Corporate Social Responsibility (CSR) mit einer umweltfreundlich orientierten Ausrichtung der Flottenpolitik und entsprechender Auswahl an Modellen. Und Christian Schweikhardt, Projekt- und Vertriebsmanagement bei Mobility Concept, konstatiert wiederum: „Mitarbeiter haben inzwischen die Möglichkeit, aus einem sehr breiten Spektrum an Fahrzeugen zu wählen, inklusive SUV, Vans und E-Autos."

Gleichwohl würden die Firmenwagen laut Gerhard Künne heute zunehmend mit vermeintlich „weichen" Faktoren, die vor einigen Jahren noch eine geringere Bedeutung eingenommen haben, wie „Work-Life-Balance" oder die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, gerade bei vielen jüngeren Berufstätigen konkurrieren. Diese Entwicklungen würden sich voraussichtlich in den kommenden Jahren fortsetzen. Der Firmenwagen als Motivationsfaktor behalte dabei jedoch eine Schlüsselposition und fungiere als Wegbereiter neuer Antriebskonzepte, beispielsweise für eine höhere Präsenz auf den Straßen von gut ausgestatteten Hybrid- und Elektrofahrzeugen als Differenzierungsmerkmal. | *Annemarie Schneider*

Ausgezeichnet.

Für unser Geschäftsmodell „Transparent Fleet Management Solution“ wurden wir von der europäischen Fachwelt mit dem International Fleet Industry Award 2015 ausgezeichnet. Die Jury überzeugte vor allem die faire Abrechnung nach Ist-Kosten pro Monat, Fahrzeug und Service-Modul. Als Alternative zu klassischen, geschlossenen Full-Service-Leasing-Verträgen schafft unser „Pay-as-you-go“-Modell echte Transparenz, denn Unternehmen zahlen ausschließlich für aktuell genutzte Services – ohne versteckte Preisaufschläge und Margen. Zudem besitzen sie über ARI *insights*® Online-Zugriff auf sämtliche entscheidungsrelevanten Reports. Die weltweit wohl innovativste webbasierte Informationsplattform im Fuhrparkmanagement ermöglicht in Echtzeit den konsolidierten Blick auf den gesamten Fuhrparkbetrieb, um gezielt und entlang der gesamten Wertschöpfungskette Einsparpotenziale zu nutzen: von der Fahrzeugbestellung über Wartung und Unfallmanagement bis hin zum Remarketing von Rückläufern.

Profitieren auch Sie von True-TCO im Fuhrparkmanagement.
+49-711-6676-17100 | sales@arifleet.de | www.arifleet.de

Wertschätzung fördern

Im Urteil von Fuhrparkleitern | Welchen Raum die Pkw als zusätzlichen Benefit für Mitarbeiter einnehmen und wohin die Reise im Unternehmen geht, skizzieren sechs Flottenmanager.

Thomas Schmuck, Vice President SVP/CPO General Services der Software AG, Darmstadt, ist europaweit verantwortlich für zirka 650 Pkw, die grundsätzlich alle Motivationsinstrument sind.

Die Software AG misst den Dienstwagen als Motivationsfaktor einen hohen Stellenwert bei. Dafür sieht Thomas Schmuck fünf zentrale Gründe: Anerkennung des Mitarbeiters, das Image nach außen, hochwertiges Dienstauto als Statussymbol, Privatnutzung und Rundum-sorglos-Paket mit regelmäßigem, kalkulierbarem Fahrzeugaustausch. Diese Ausrichtung hält sich seit Jahren konstant oder ist eher vertieft worden. „Dienstwagen sind nach wie vor ein sehr hoher Motivationsfaktor – nicht nur in Deutschland, hier allerdings besonders ausgeprägt."

„Darüber hinaus geht es heute noch mehr in Richtung wirtschaftlich vertretbarer Individualisierung, zum Beispiel hin zur Elektromobilität", so Thomas Schmuck. Deshalb rechnet er auch damit, dass der Dienstwagen als Motivationsinstrument in Zukunft mindestens gleich wichtig bleibt.

Thomas Herbstritt, Leiter Fuhrparkmanagement, BN Netze GmbH, Freiburg, mit rund 250 Einheiten, die zu 87,5 Prozent als Motivationsfahrzeuge dienen.

Beim badischen Energieversorger ist die Bedeutung des Dienstwagens als Motivationsfaktor abhängig vom Bereich. Während sie im Vertrieb elementar sind, spielen sie im Bereich der Technik, ausgenommen dort bei den Führungskräften, nur eine geringe Rolle.

Es stehen jedoch Neuerungen vor der Tür. Bisher hat BN Netze auf eine Green-Car-Policy mit geregelten CO_2-Vorgaben und Kfz-Segmenten mit einer Wertobergrenze je Ebene gesetzt. „Neu wird sein, dass wir von Finanzleasing zu Full-Service-Leasing umstellen werden und es dann eine Referenzrate pro Hierarchiestufe geben wird", sagt Thomas Herbstritt und fügt hinzu: „Denn die Bedeutung wird größer, gerade um auf dem Arbeitsmarkt Personal zu rekrutieren."

Fuhrparkleiter eines Finanzdienstleisters in Hessen mit mehr als 400 Pkw, davon 370 als Benefit für Führungskräfte und Leistungsträger.

Das Institut hat sowohl Dienstwagen als Arbeitsmittel für Mitarbeiter mit Außendiensttätigkeit im Einsatz als auch Fahrzeuge im Management, die an die Position im Unternehmen gebunden sind. „Dabei hat der Pkw einen hohen Motivationsfaktor, stellt er doch einen Ausdruck von Wertschätzung dar und rechnet sich für die meisten Mitarbeiter trotz Versteuerung des geldwerten Vorteils", so der Fuhrparkmanager. Daran habe sich in den vergangenen Jahren nichts geändert. Dementsprechend sind auch exotischere Modelle wie Cabrios oder Sportwagen möglich.

Foto: Saklakova/iStock/ThinkstockPhoto

Dienstwagen | Wichtig für die Mitarbeiterbindung

Unabhängig davon bemerkt er einen Wandel: „Tendenziell wird die Generation Facebook wohl weniger Wert auf den Besitz eines eigenen Fahrzeugs legen. Temporäre Nutzung wie zum Beispiel Carsharing oder Mietwagen wird zunehmen. Ähnliche Tendenzen könnten sich bei Dienstwagen entwickeln." Allerdings hat er im Rennen zwischen mehr Freizeit und Geld statt Dienstwagen noch keinen Gewinner ausgemacht.

Fuhrparkleiter eines Maschinenbauers in Baden-Württemberg mit über 500 Pkw, davon etwa die Hälfte Motivationswerkzeuge.

Der Hersteller von Fertigungsmaschinen nutzt Dienstwagen als Motivationsfaktor, weil sie Mitarbeiter binden und die Attraktivität als Arbeitgeber erhöhen. Dementsprechend hat das Unternehmen sein Angebot leicht modifiziert und erweitert, zum Beispiel um Vans für Familien und SUV mit Allrad. Der Fuhrparkleiter rechnet jedoch langfristig mit einer Veränderung in Richtung Mobilitätsbudget. Er begründet: „Irgendwann werden der Kostendruck, Zeit, Umweltthematik und das ständige ‚im Stau stehen' zu hohe Kosten produzieren."

Die Telefonkonferenz am Bildschirm werde aber nur einen Teil der Reisen in der Zukunft reduzieren können, da das persönliche Gespräch weiterhin benötigt werde. Daher werde sich wohl das Reisen ändern: „Kombireisen mit Taxi, Carsharing, Flug und Bahn werden zunehmen und wir werden mehr unterwegs arbeiten."

Fuhrparkleiter einer IT-Schmiede in Süddeutschland mit rund 120 Fahrzeugen in Europa, die etwa zur Hälfte als Motivationsinstrument und zur anderen als Gehaltsbestandteil fungieren.

„Der Fuhrpark besteht ausschließlich aus Premiummarken zur Abgrenzung vom Wettbewerb beziehungsweise um mit dem Wettbewerb mithalten zu können", sagt der Flottenmanager. Trotzdem wurde die Dienstwagenrichtlinie enger gefasst, sodass Ausnahmen nun sehr selten genehmigt würden. „Wir haben zwar einen hohen Standard, gemessen an der Leasingrate, Hersteller- und Modellauswahl, wir lassen aber keinen Freiraum für Individualität wie Sondermodelle oder ausgefallene Ausstattung", so der langjährige Verantwortliche. Grund seien die steigenden Kosten bei Austritt von Mitarbeitern mit Sonderregelung.

Seine Prognose: „Wenn man es nicht schafft, alternative Regelungen, etwa für E-Mobilität und eine Flexibilität bei der Verfügbarkeit verschiedener Fahrzeugtypen, zu finden, wird der Dienstwagen lediglich ein Gehaltsbestandteil und weniger zu Motivationszwecken einsetzbar sein."

Flottenmanagerin eines Maschinenbaukonzerns in Süddeutschland mit etwa 350 Fahrzeugen, davon ca. 110 für berechtigte Firmenfahrzeugnutzer, bei denen in 80 Prozent der Fälle das Auto einen Motivationsfaktor darstellt.

Die Dienstwagen haben eine wichtige Rolle zur Mitarbeiterbindung. Deshalb können die berechtigten Mitarbeiter nicht nur alle drei bis vier Jahre neue Modelle aus einer großen Fahrzeugauswahl zu planbaren Kosten für die Fahrer im Full-Service-Leasing ordern, sondern können für Privatwünsche zuzahlen. Diese Philosophie gilt seit Jahren und hat sich nicht wesentlich gewandelt. „Und der Dienstwagen wird weiterhin ein wichtiges Motivationsinstrument bleiben", resümiert die Flottenmanagerin.

| Protokoll: Annemarie Schneider