

Foto: Michael Blumenstein/Autoflotte

Studienleiter Konrad Weßner (rechts) stellte die ersten Ergebnisse auf dem Autoflotte Fuhrparktag in Gründau vor. Nun folgt der Rest

Zwei Sichtweisen

Der Fuhrparkleiter sieht manche Dinge anders als die Dienstwagenfahrer, das ist normal. Was dies aber für den nötigen Wandel in den Flotten bedeutet, hat Puls Marktforschung für die Autoflotte ermittelt.

Sie sprechen oft miteinander, aber nicht immer mit derselben Sprache. Fuhrparkverantwortliche und Dienstwagenfahrer bestreiten eine enge Symbiose, in der die Wünsche des einen nicht immer deckungsgleich mit denen des anderen sein müssen.

Beispiel: Plug-in-Hybrid. Die Mitarbeiter freuen sich, dank der 0,5-Prozent-Versteuerung, ihren Dienstwagen mit Extra-Power und vielen Extras ausstatten zu können und dennoch das Gleiche monatlich zu versteuern, als wäre in der Front allein ein schwacher Motor für fossile Brennstoffe verbaut, der mit 1,0 Prozent versteuert wird. Wahlweise stockt der Nutzer nicht auf, sondern zahlt weniger für den geldwerten Vorteil. Der Fuhrparkleiter ärgert sich indes, dass eben jener CO₂-erzeugende Motor als Dauerlösung agiert und der E-Motor oft ruht, da das Ladekabel zu selten gesteckt wird. Teures Benzin landet regelmäßig auf der Tankkartenabrechnung und die Kosten galoppieren davon, also besteht Rede- und Handlungsbedarf.

Zwei Gruppen, gleiche Fragen

Wir haben zusammen mit der Puls Marktforschung beide Parteien unabhängig voneinander zu den Themen Elektromobilität, Auto-Abo/Langzeit-Miete und Corporate Carsharing befragt. **225 Dienstwagenfahrer** standen **200 Fuhrparkverantwortlichen** gegenüber, wobei die Mindestflottengröße drei Einheiten betrug. Sowohl Kleinst- (bis zehn) wie auch größere Flotten (über 100) wurden selten interviewt. Das Gros lag zwischen elf und 99 Einheiten, was die Mehrzahl der Flotten in Deutschland sind. Der Transporteranteil lag mit 42 Prozent hoch, der Anteil alternativer Antriebe indes war noch verhalten (Hybrid: sieben, Phev: sieben, Strome: acht). Interessant waren die Anteile an Barkäufern (20 Prozent), Mietkauf (fünf Prozent) und Auto-Abo-Nutzern (vier Prozent).

Die befragten **Dienstwagenfahrer** waren zu einem Viertel weiblich, im Schnitt 45 Jahre alt und verteilten sich nahezu gleich-

mäßig auf ländliche Regionen, Klein- und Großstädte sowie Metropolen. Sie fuhren naheliegenderweise überwiegend Pkw (94 Prozent), hälftig mit Diesel und in acht Prozent als Strome (Hybrid: zehn, Phev: acht).

Blick ins Binnenverhältnis

Soweit die kurze Typologie der Umfrage. Blicken wir auf die Frage, welchen Einfluss der Fuhrparkleiter beziehungsweise der Dienstwagenberechtigte bei der Ausgestaltung der Car Policy und den Entscheidungen rund um die Flotte nimmt oder nehmen kann. Die Selbst- und Fremdwahrnehmung liegen am nächsten bei der Grundsatzfrage zusammen, welche Art von Fahrzeugbeschaffung ansteht – ist es Leasing, Auto-Abo oder Ähnliches. Alle weiteren Merkmale des Dienstwagens bestimmen nach Lesart der Mitarbeiter diese entscheidend mit. So glauben zwischen 60 und 70 Prozent der Dienstwagenfahrer,

dass ihre Stimme beim Flottenleiter im hohen Maße Gehör findet, wenn es um die Marke und das Modell, die Nutzungsmöglichkeiten (persönlicher Dienstwagen oder Corporate Carsharing), die Antriebsart (E, Phev oder klassisch) und die Ausgestaltung der Car- oder Mobilitäts-Policy geht.

Die Dienstwagenfahrer fühlen sich also gut betreut. Die Flottenleiter wiederum bemessen den Einfluss der Mitarbeiter auf diese Themen mit einem Wert zwischen 40 und 48,5 Prozent. Das heißt, nur jeder zweite Fuhrparkchef sieht einen hohen Einfluss der Mitarbeiter auf diese Themen.

Was wenig verwundert, da der Flottenchef oft zwischen den Stühlen sitzt und die Belange der Firmenleitung (CO₂-Sparen, Kostendisziplin etc.) ebenso bedenken muss, wie die Wünsche derer, die sich im Konfigurator austoben dürfen. Man ist also auch hier eine vielgefragte Person.

Hybrid/Stromer statt Diesel

Dass wir gerade einen Arbeitnehmermarkt haben, zeigt sich an der Beantwortung der Frage, welchen Einfluss die Mitarbeiter künftig auf die Fuhrparkentscheidungen haben werden. Beide Seiten sehen das Gewicht in Richtung der Mitarbeiter kippen.

Auf dem absteigenden Ast sieht man die klassischen Verbrenner-Modelle. Die Fuhrparkentscheider glauben eher an den Elektroantrieb, den Plug-in und den selbstladenden Hybriden, wie ihn Toyota großflächig im Angebot hat. Auch die Dienstwagenfahrer zeigen sich recht offen für alternative Antriebe. Jeder zweite befragte Dieselfahrer würde gern auf einen Hybriden oder Stromer umsteigen.

Studiendesign



Dienstwagenfahrer

- Stichprobe: n = 225 Dienstwagenfahrer
- Repräsentative Verteilung nach Alter, Geschlecht und Region
- Erhebungsmethode: Online-Interviews auf Basis von Panels langjähriger Feldpartner
- Interviewdauer: ca. 10 Minuten



Flottenverantwortliche

- Stichprobe: n = 200 Unternehmen mit mindestens 3 Firmenfahrzeugen
- Erhebungsmethode: Online-Interviews auf Basis eines kontinuierlich gepflegten Panels mit Flottenverantwortlichen
- Interviewdauer: ca. 15 Minuten

Quelle: Puls Marktforschung im Auftrag der Autoflotte

Stichprobe

Alter	
18–30 Jahre	11
31–40 Jahre	27
41–50 Jahre	33
51–60 Jahre	21
Über 60 Jahre	8
Ø Alter	45
Geschlecht	
Weiblich	25
Männlich	75
Region	
Ländliche Gegend	20
Kleinstadt (bis 20.000 Einwohner)	15
Mittelgroße Stadt (20.000–100.000 Einw.)	21
Großstadt (100.000–500.000 Einwohner)	19
Metropole (über 500.000 Einwohner)	25

Unternehmensgröße	
Unter 50 Mitarbeitende	29
50 bis unter 500 Mitarbeitende	32
500 bis unter 1.000 Mitarbeitende	12
1.000 und mehr Mitarbeitende	28
Branche	
Baugewerbe/Bau	12
Finanz- und Versicherungsdienstleistungen	11
Gesundheits- und Sozialwesen	7
Handel & Reparatur	14
IT & Kreativwirtschaft	13
Verarbeitendes Gewerbe	13
Sonstige Dienstleistungen	20
Sonstiges	11

Dienstwagenfahrer	
Fahrzeugart	
PKW	94
Transporter	6
Fahrzeugmotorisierung	
Benzin	25
Diesel	48
Voll-Hybrid	10
Plug-in-Hybrid	8
Reiner Elektroantrieb	8
Anschaffungsform des Fahrzeugs	
Barzahlung	21
Voll-/Teilfinanzierung	13
Klassisches Leasing (Laufzeit 36–48 Mon.)	49
Flexibles Leasing (kürzere/flexible Laufzeit)	7
Auto-Abo	2
Langzeitmiete/Mietkauf	1
Weiß nicht	6

Basis: n = 225 | Angaben in % | Rundungsbedingte Differenzen zu 100 % möglich

Quelle: Puls Marktforschung im Auftrag der Autoflotte

Stichprobe

Flottenverantwortliche

Branche	Unternehmensgröße	Fahrzeugmotorisierung (Ø Anteil)
Baugewerbe/Bau 17	Unter 50 Mitarbeitende 10	Benzin 28
Finanz- und Versicherungsdienstleistungen 5	50 bis unter 500 Mitarbeitende 55	Diesel 48
Gesundheits- und Sozialwesen 9	500 bis unter 1.000 Mitarbeitende 15	Voll-Hybrid 7
Handel & Reparatur 10	1.000 und mehr Mitarbeitende 19	Plug-in-Hybrid 7
IT & Kreativwirtschaft 11	Fuhrparkgröße	Reiner Elektroantrieb 8
Öff. Verwaltung, Verteidigung, Sozialversich. 8	3 bis 10 Fahrzeuge 10	Nutzungsart (Ø Anteil)
Verarbeitendes Gewerbe 18	11 bis 24 Fahrzeuge 28	Persönlich zugeordnete Dienstfahrzeuge 52
Sonstige Dienstleistungen 13	25 bis 49 Fahrzeuge 30	Corporate-Carsharing-Fahrzeuge 46
Sonstiges 10	50 bis 99 Fahrzeuge 26	Sonstiges/Wechselnde Zuordnung 2
Region	100 und mehr Fahrzeuge 8	Anschaffungsform der Fzg. (Ø Anteil)
Ländliche Gegend 7	Fahrzeugart (Ø Anteil)	Barzahlung 20
Kleinstadt (bis 20.000 Einwohner) 14	PKW 58	Voll-/Teilfinanzierung 17
Mittelgroße Stadt (20.000 -100.000 Einw.) 24	Transporter 42	Klassisches Leasing (Laufzeit 36–48 Mon.) 45
Großstadt (100.000 -500.000 Einwohner) 36		Flexibles Leasing (kürzere/flexible Laufzeit) 9
Metropole (über 500.000 Einwohner) 20		Auto-Abo 4
		Langzeitmiete/Mietkauf 5

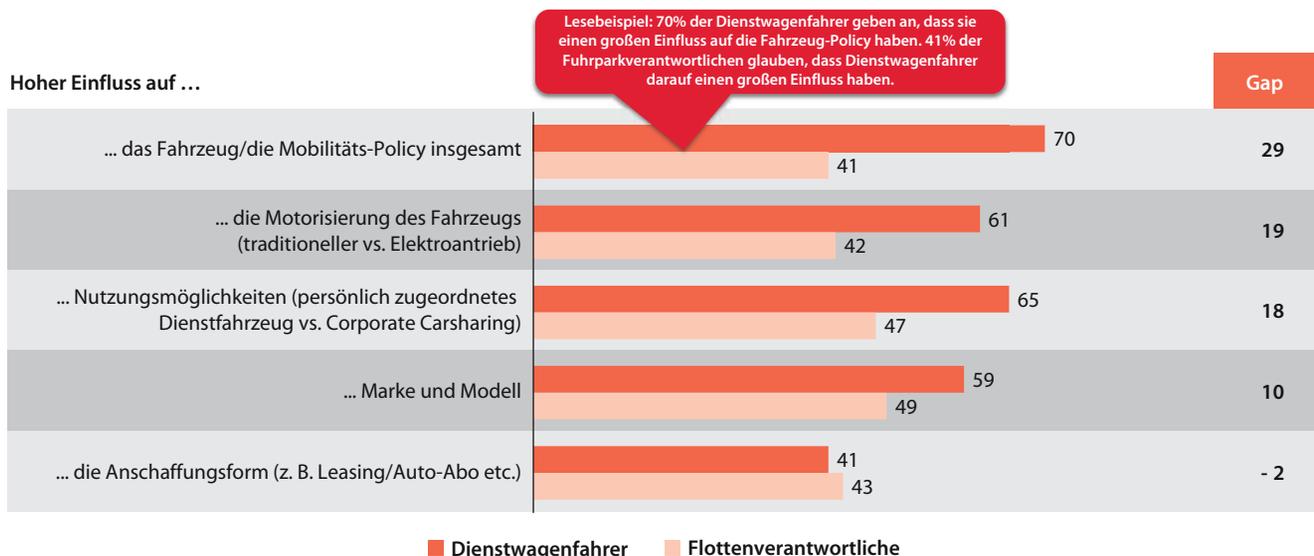
Basis: n = 200 | Angaben in % | Rundungsbedingte Differenzen zu 100 % möglich

Quelle: Puls Marktforschung im Auftrag der Autoflotte

Die Dienstwagenfahrer schätzen ihren Einfluss auf die Fuhrpark-Entscheidungen höher ein, als es die Flottenverantwortlichen sehen.

Einfluss der Mitarbeitenden auf Fuhrpark-Entscheidungen

Wie hoch war Ihr persönlicher Einfluss bei der Entscheidung, welchen Firmenwagen Sie erhalten? Wie hoch ist in Ihrem Unternehmen der Einfluss der Dienstwagen-Fahrer auf Fuhrpark-Entscheidungen?



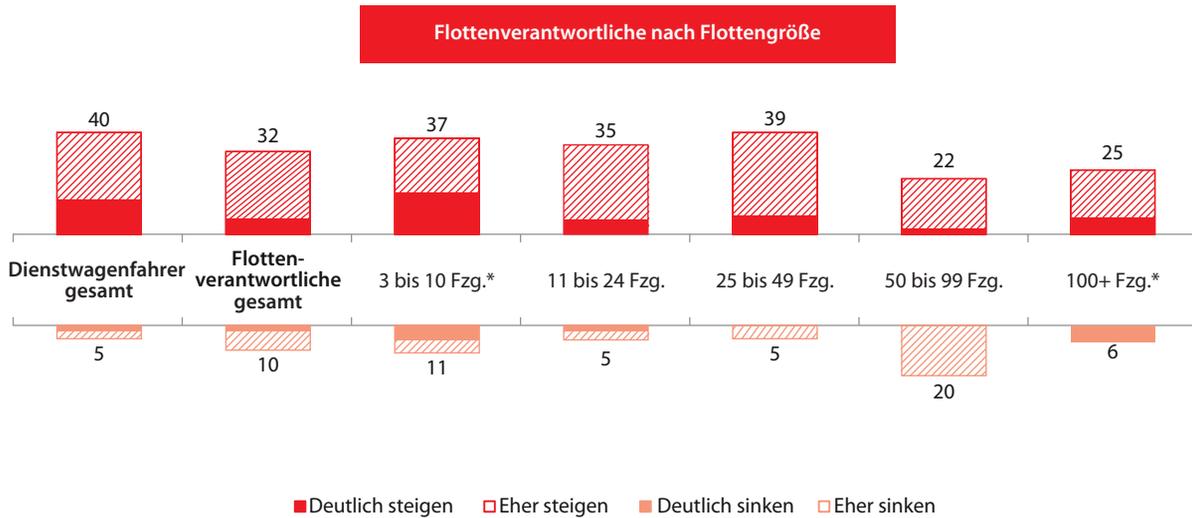
Quelle: Puls Marktforschung im Auftrag der Autoflotte

Basis: n = 225 / 200 | Angaben in %

Sowohl Flottenverantwortliche als auch Dienstwagenfahrer rechnen mit einem steigenden Einfluss der Mitarbeitenden auf Fuhrpark-Entscheidungen.

Erwartete Entwicklung des Einflusses der Mitarbeitenden auf Fuhrpark-Entscheidungen

Wird der Einfluss der Dienstwagenfahrer insgesamt auf Fuhrpark-Entscheidungen in Ihrem Unternehmen Ihrer Meinung nach in den nächsten Jahren eher steigen oder sinken?



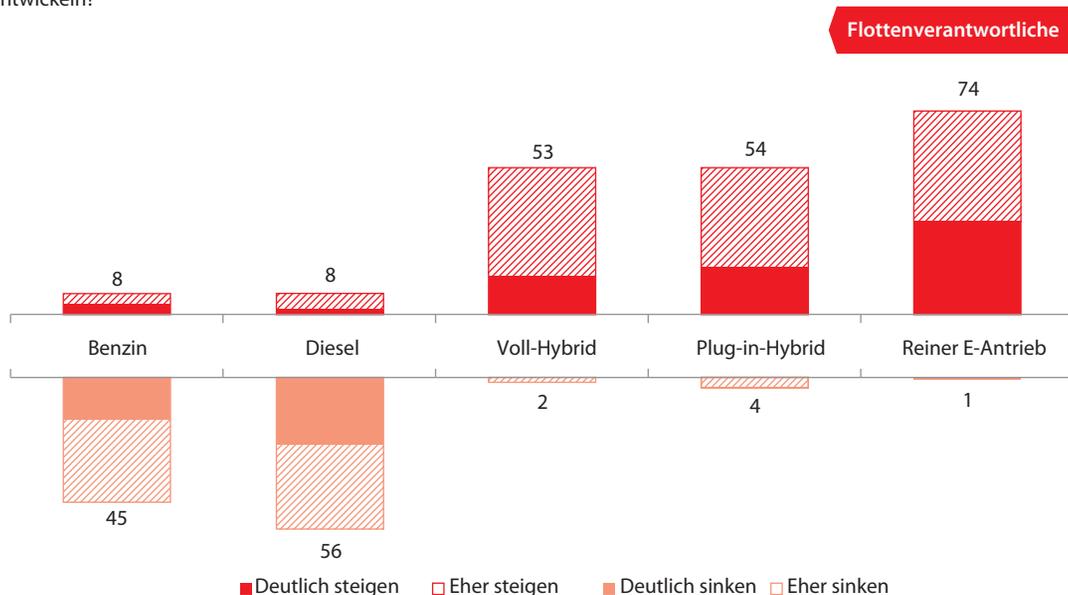
Quelle: Puls Marktforschung im Auftrag der Autoflotte

Basis: variiert | *Achtung Basis n < 20 | Angaben in % | Differenz zu 100 % = gleich bleiben/weiß nicht

Insbesondere für reine E-Autos wird deutliches Wachstum erwartet – auf Kosten von Verbrennern.

Von Flottenverantwortlichen erwartete Entwicklung der Motorisierung des Fuhrparks

Wie werden sich diese Anteile (Motorisierung der Firmenfahrzeuge) Ihrer Meinung nach in Ihrem Unternehmen in den nächsten drei Jahren entwickeln?



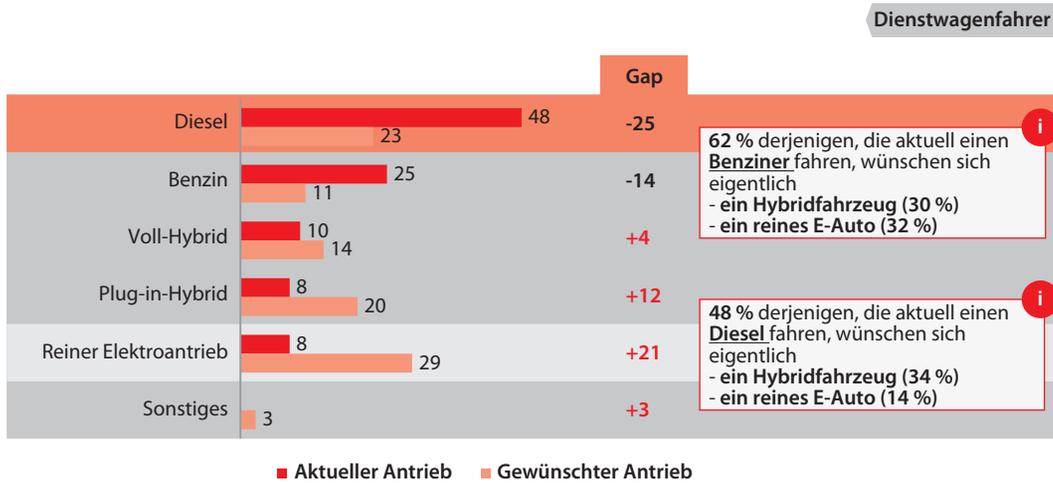
Quelle: Puls Marktforschung im Auftrag der Autoflotte

Basis: n = 200 | Angaben in % | Differenz zu 100 % = gleich bleiben/weiß nicht

29 Prozent der Dienstwagenfahrer wünschen sich ein reines E-Auto, aber nur acht Prozent nutzen es aktuell.

Antriebsart: Status quo und Wunsch der Dienstwagenfahrer

Welche Art von Motorisierung hat Ihr Firmenfahrzeug? Entspricht das so Ihren Wünschen? Welche Art von Motorisierung wäre Ihnen am liebsten für Ihr Firmenfahrzeug?



Quelle: Puls Marktforschung im Auftrag der Autoflotte

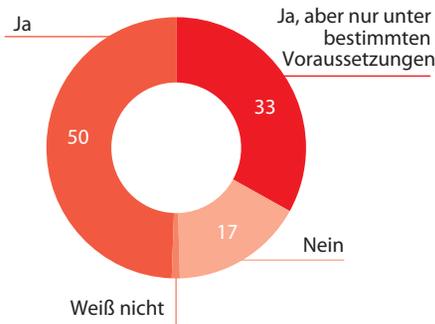
Basis: n = 225 | Angaben in %

Vier von fünf Dienstwagenfahrern können sich den Umstieg von einem Verbrenner auf ein E-Auto vorstellen.

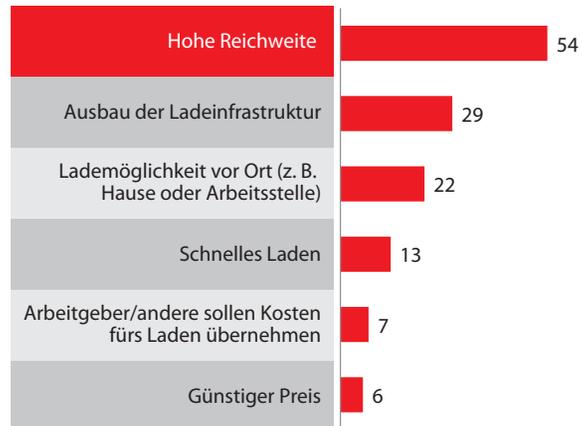
Vorstellbarkeit E-Auto als Firmenfahrzeug bei Dienstwagenfahrern mit Verbrennern

Können Sie sich prinzipiell vorstellen, ein Elektroauto (reines E-Auto) als Firmenfahrzeug zu fahren? Unter welchen Voraussetzungen?

✓ Basis: Nur Dienstwagenfahrer, die aktuell kein reines E-Auto fahren



Voraussetzungen, unter denen ein reines E-Auto als Firmenfahrzeug vorstellbar ist



Quelle: Puls Marktforschung im Auftrag der Autoflotte

Basis: n = 206/68 | Angaben in % | Rundungsbedingte Differenzen zu 100 % möglich

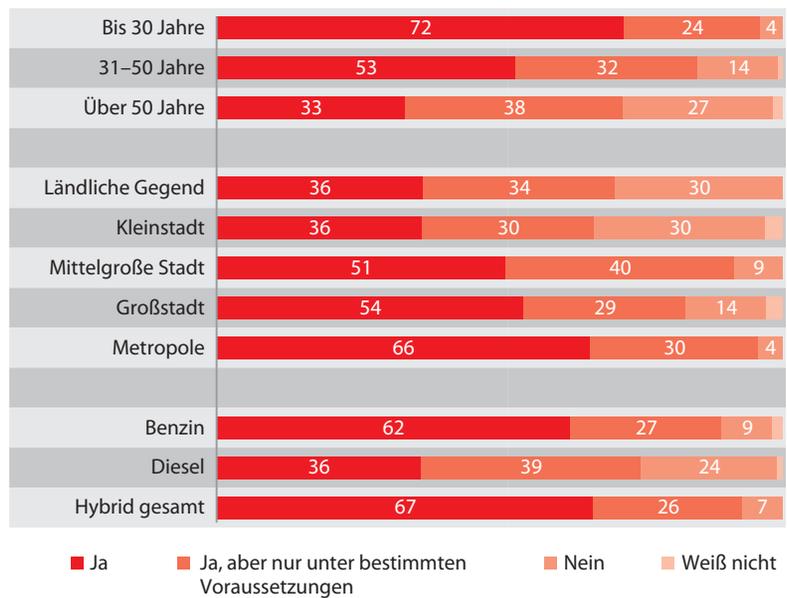
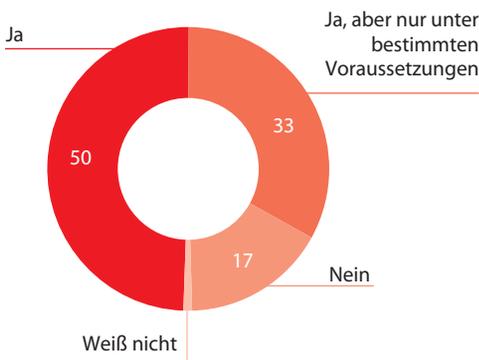
Vor allem für jüngere, urbane Zielgruppen ist der Umstieg auf ein E-Auto vorstellbar.

Vorstellbarkeit E-Auto als Firmenfahrzeug bei Dienstwagenfahrern mit Verbrennern

Können Sie sich prinzipiell vorstellen, ein Elektroauto (reines E-Auto) als Firmenfahrzeug zu fahren? Unter welchen Voraussetzungen?

✓ Basis: Nur Dienstwagenfahrer, die aktuell kein reines E-Auto fahren

Dienstwagenfahrer



Quelle: Puls Marktforschung im Auftrag der Autoflotte

Basis: variiert | Angaben in % | Rundungsbedingte Differenzen zu 100 % möglich

Starke Marken, wenig bekannt

Wer „E“ sagt, muss natürlich auch „Ladeinfrastruktur“ folgen lassen. Wie tief die Fuhrparkverantwortlichen hier bereits in der Materie sind und welche Marken jetzt schon ihr Potenzial in den Flotten nutzen können, war die Fragestellung im zweiten Teil der Studie.

Die Ladekartenanbieter beispielsweise machen in Summe bereits einen guten Job, denn von den zehn bewerteten Marken lag keiner unter dem Image-Wert von 7,4 (maximal waren 10,0 möglich, was der Note sehr gut entspricht). In die Wertung gekommen sind nur jene, die wenigsten 30 Nennungen erhielten. Den Platz an der Sonne teilten sich **Teslas Supercharger** und die **DKV Mobility Tankkarte**. Hauchdünn dahinter folgten EnBW und Aral mit ihren Ladekarten.

Bei den Wallboxen, eine der wichtigsten Stellschrauben für die Mobilität der Flotte, profitierte die Siemens-Tochter eMobility sicher vom überragenden Bekanntheitsvorteil der Marke Siemens unter den Kandidaten und landete auf Platz zwei. Noch besser beleumundet ist **EVBox**, der Sieger in dieser Kategorie. Eng dahinter landeten Schneider Electric, ABB und Menekes.

Die Wallbox verbaut in der Regel ein Projektverantwortlicher für die Ladelösung, in dieser Kategorie der ganzheitlichen Ladeinfrastrukturanbieter ging es ebenfalls knapp zu und sie endete sogar mit einem Herzschlagfinale. **BayWa Mobility Solutions** holte den Titel haarscharf (Image-Note 7,77 gegenüber 7,74) vor der Lösung von Alphabet (AlphaElectric). Die arrivierten Marken The Mobility House, EnBW und das Trio Shell Recharge/New Motion/Ubritrlicity folgten.

Auto-Abo und Carsharing

Von den Dienstwagenfahrern wiederum wollten wir wissen, wie sie zum/zur Auto-Abo/Langzeit-Miete stehen. Nur jeder vierte Befragte lehnte diese Art der Mobilitätsbeschaffung ab, die meisten zeigten sich offen, sofern das Preis-Leistungs-Verhältnis und die flexiblen Vertragsbestimmungen passen sollten. Die Befragung unter den Fuhrparkleitern wiederum zeigte, dass vor allem der Leasingmarktführer VW Financial Services (Rent-a-car, Euro-Leasing) und Care by Volvo bekannt sind, Image-Gewinner wurde aber **ViveLaCar**.

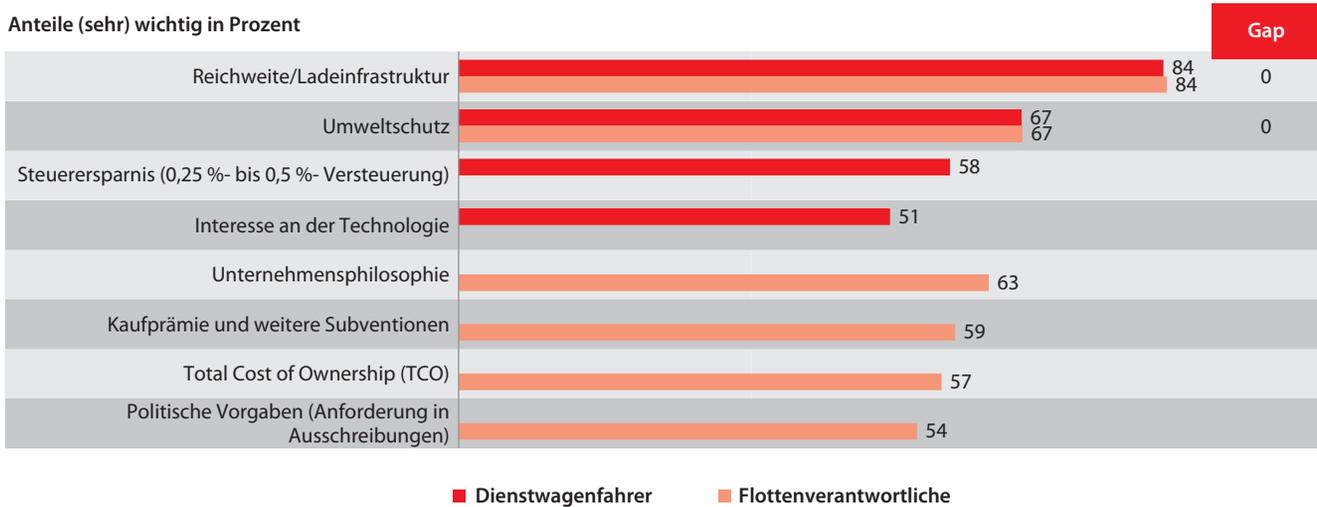
Corporate Carsharing ist für gut 46 Prozent der Mitarbeiter nicht praktikabel, für die Nutzer/Interessierten wiederum steht die permanente Verfügbarkeit an erster Stelle. Hier siegte der Branchenriese **Sixt** knapp vor dem Konkurrenten Hertz. *rs*

Die Relevanz von Reichweite/Ladeinfrastruktur und Umweltschutz wird von Dienstwagenfahrern und Flottenverantwortlichen gleich hoch eingeschätzt.

Relevanz einzelner Kriterien bei der Präferenz für E-Auto vs. Verbrenner als Firmenfahrzeug

Bitte geben Sie für die folgenden Kriterien an, wie wichtig sie für Sie persönlich bei der Entscheidung sind, ob Sie lieber ein Elektroauto oder ein Fahrzeug mit traditionellem Antrieb als Firmenwagen fahren würden.

Anteile (sehr) wichtig in Prozent



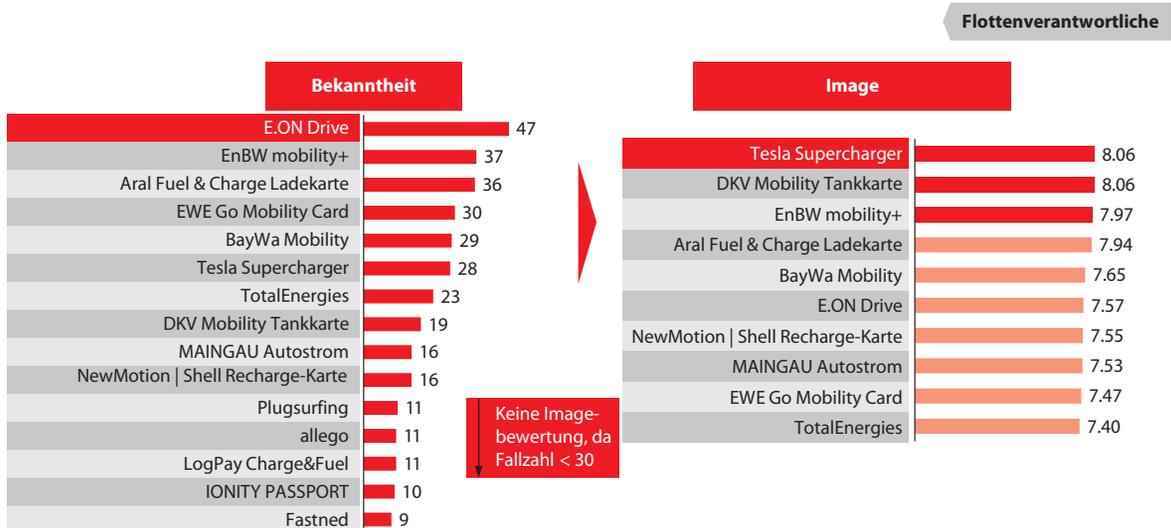
Quelle: Puls Marktforschung im Auftrag der Autoflotte

Basis: n = 225/199 | Angaben in %

Auswertung Ladekartenanbieter: Tesla und DKV teilen sich Platz 1.

Ladekarten: Bekanntheit und Image bei Flottenverantwortlichen

Welche der folgenden Anbieter von Ladekarten für Elektroautos kennen Sie, wenn auch nur den Namen nach? Bitte beurteilen Sie die folgenden Anbieter von Ladekarten für Elektroautos rein gefühlsmäßig und unabhängig davon, ob Sie aktuell mit ihnen zusammenarbeiten.



Quelle: Puls Marktforschung im Auftrag der Autoflotte

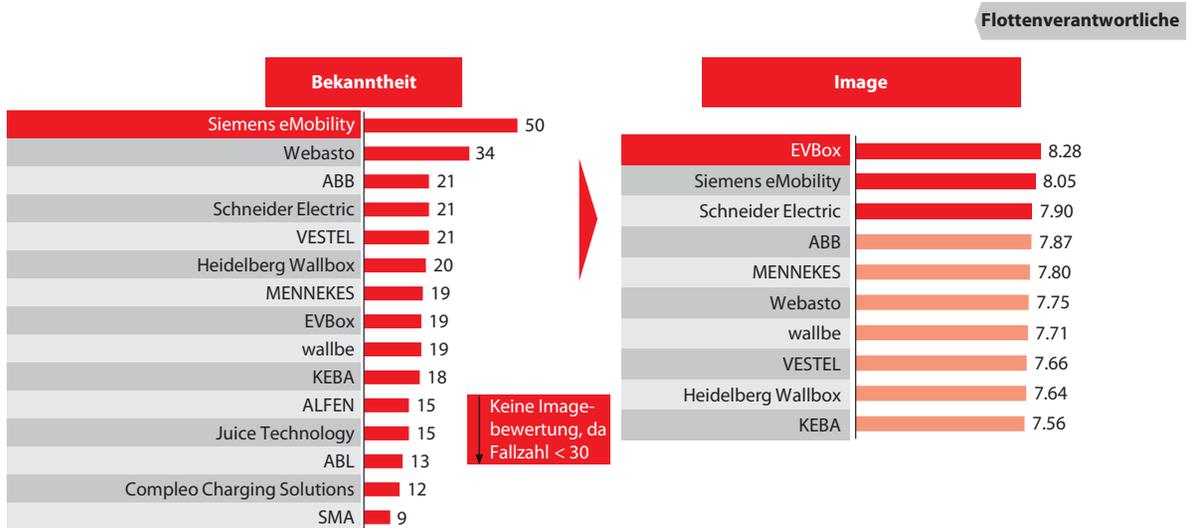
Basis: variiert | Angaben in % bzw. Mittelwerte der Skala von 0 = sehr schlecht bis 10 = sehr gut

Auswertung Wallbox-Hersteller: EVBox ist Imagesieger.

Wallbox-Anbieter: Bekanntheit und Image bei Flottenverantwortlichen

Welche der folgenden Wallbox-Hersteller kennen Sie, wenn auch nur den Namen nach?

Bitte beurteilen Sie die folgenden Wallbox-Hersteller rein gefühlsmäßig und unabhängig davon, ob Sie aktuell mit ihnen zusammenarbeiten.



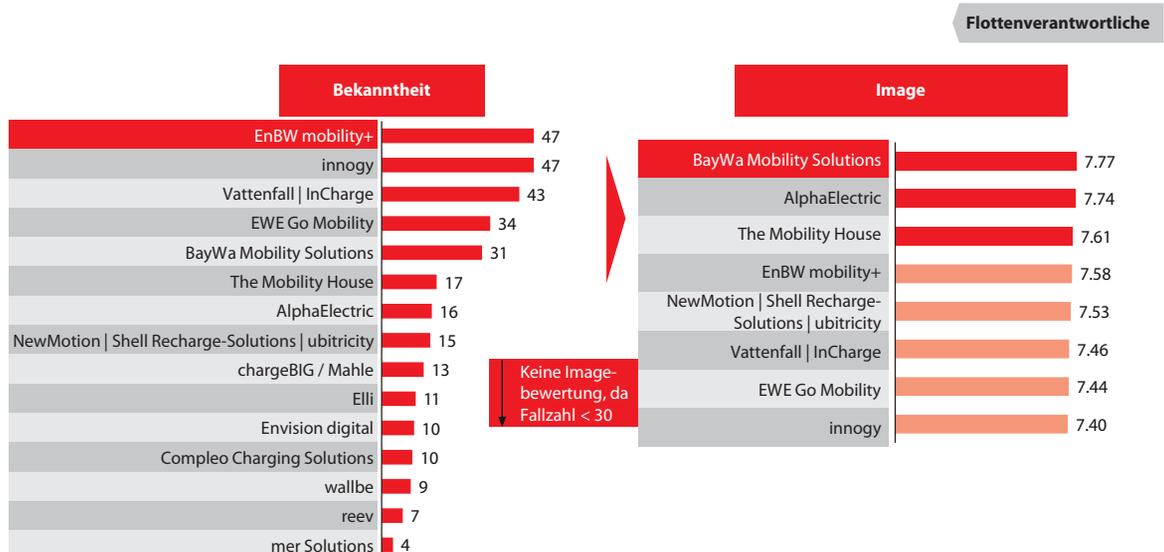
Quelle: Puls Marktforschung im Auftrag der Autoflotte

Basis: variiert | Angaben in % bzw. Mittelwerte der Skala von 0 = sehr schlecht bis 10 = sehr gut

Auswertung ganzheitliche Ladeinfrastrukturanbieter: BayWa Mobility Solutions landet vor AlphaElectric.

Ganzheitliche Ladeinfrastrukturlösungen: Bekanntheit und Image bei Flottenverantwortlichen

Welche der folgenden Anbieter von ganzheitlichen Ladeinfrastrukturlösungen kennen Sie, wenn auch nur den Namen nach? Bitte beurteilen Sie die folgenden Anbieter von ganzheitlichen Ladeinfrastrukturlösungen rein gefühlsmäßig und unabhängig davon, ob Sie aktuell mit ihnen zusammenarbeiten.



Quelle: Puls Marktforschung im Auftrag der Autoflotte

Basis: variiert | Angaben in % bzw. Mittelwerte der Skala von 0 = sehr schlecht bis 10 = sehr gut

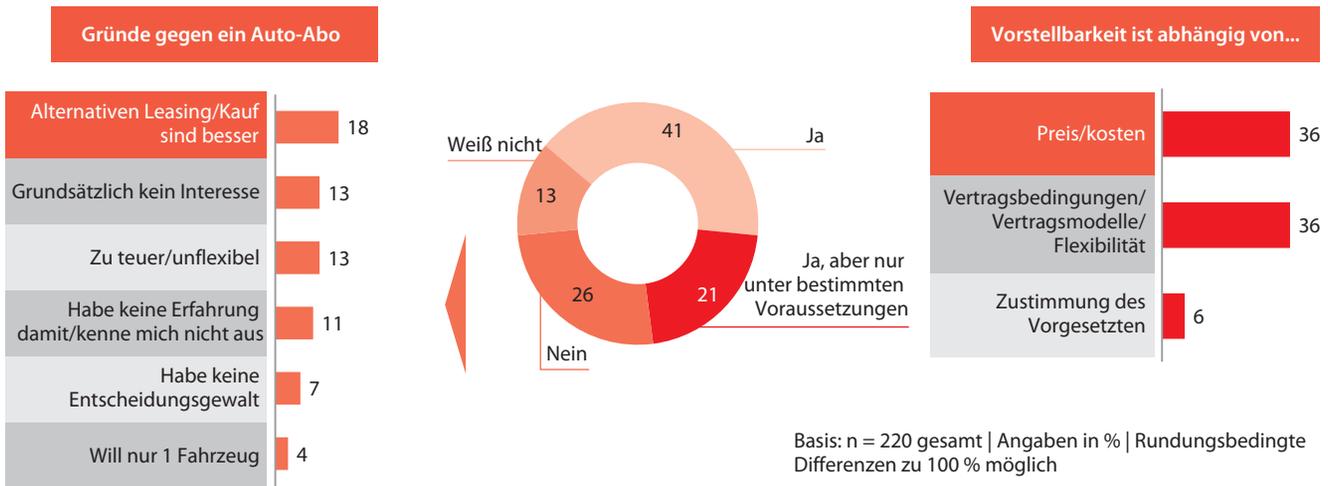
Dienstwagenfahrer halten Auto-Abos überwiegend für interessant.

Vorstellbarkeit Auto-Abo bei Dienstwagenfahrern

Wäre es für Sie prinzipiell interessant, beim Firmenfahrzeug ein Auto-Abo zu nutzen? Unter welchen Voraussetzungen? Wenn nein: warum nicht?

Dienstwagenfahrer

✓ **Basis: Nur Dienstwagenfahrer, die aktuell kein Auto-Abo nutzen**



Quelle: Puls Marktforschung im Auftrag der Autoflotte

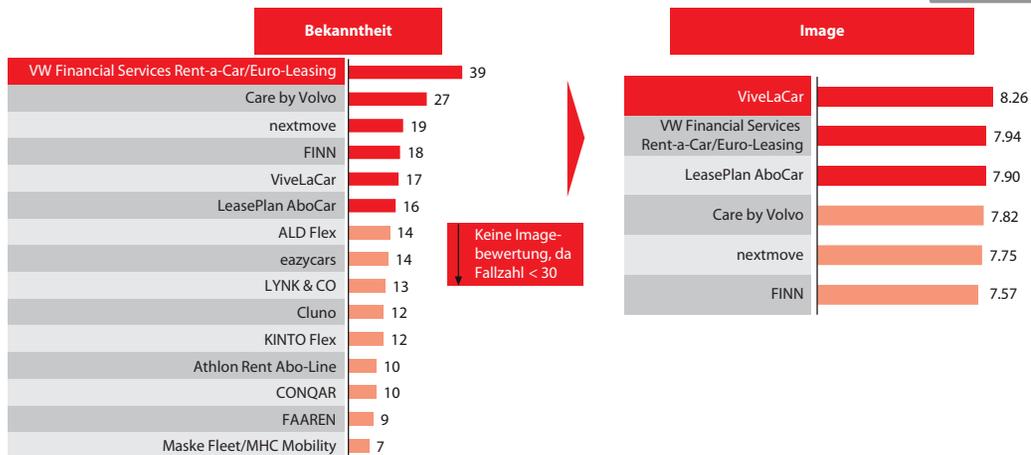
Auswertung Auto-Abo/Langzeitmiete-Anbieter: ViveLaCar übertrumpft VW Financial Services und LeasePlan.

Auto-Abos/Langzeitmiete: Bekanntheit und Image bei Flottenverantwortlichen

Welche der folgenden Anbieter von Auto-Abos oder Langzeitmiete kennen Sie, wenn auch nur den Namen nach?

Bitte beurteilen Sie die folgenden Anbieter von Auto-Abos oder Langzeitmiete rein gefühlsmäßig und unabhängig davon, ob Sie aktuell mit ihnen zusammenarbeiten.

Flottenverantwortliche



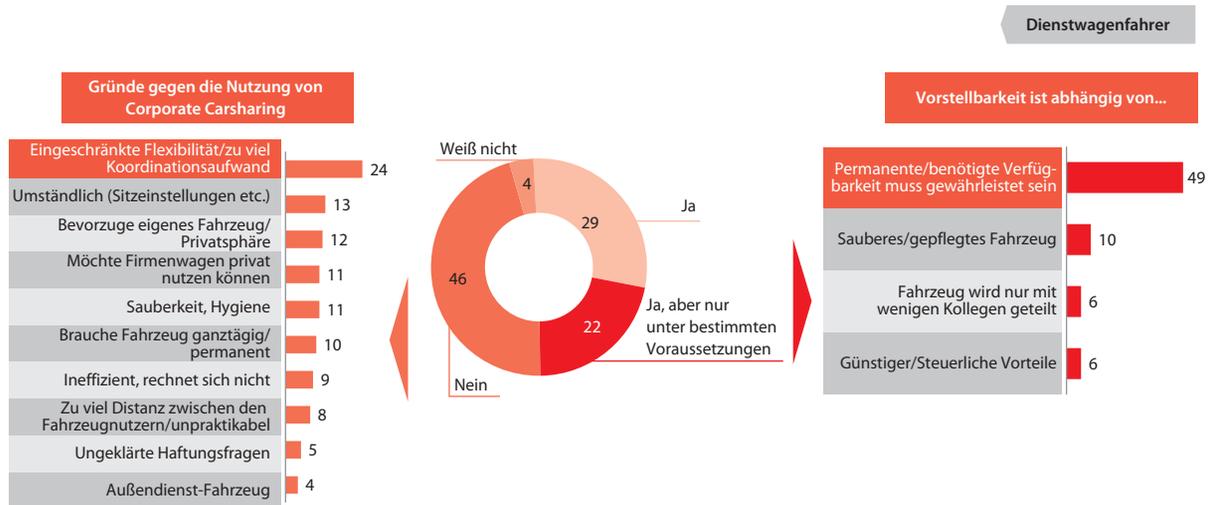
Quelle: Puls Marktforschung im Auftrag der Autoflotte

Basis: variiert | Angaben in % bzw. Mittelwerte der Skala von 0 = sehr schlecht bis 10 = sehr gut

Über die Hälfte der Dienstwagenfahrer kann sich die Nutzung von Corporate Carsharing zumindest unter bestimmten Voraussetzungen vorstellen.

Vorstellbarkeit Corporate Carsharing bei Dienstwagenfahrern

Können Sie sich prinzipiell vorstellen, ein Corporate-Carsharing-Auto zu nutzen, das heißt, das Auto nicht allein zu nutzen, sondern mit Kollegen zu teilen? Unter welchen Voraussetzungen? Wenn nein: warum nicht?



Quelle: Puls Marktforschung im Auftrag der Autoflotte

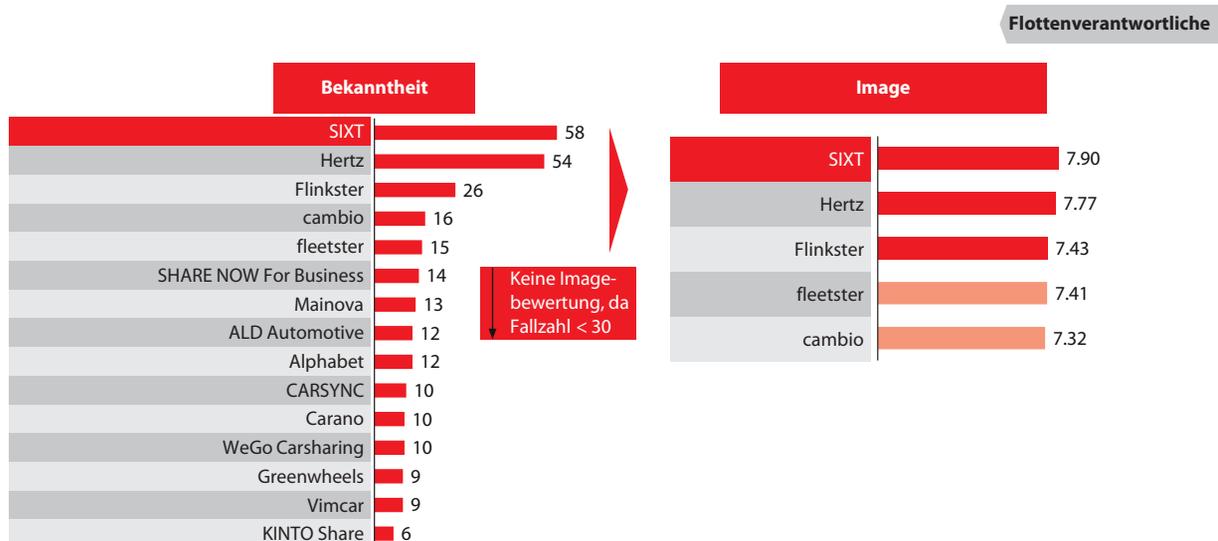
Basis: n = 225 gesamt | Angaben in % | Rundungsbedingte Differenzen zu 100 % möglich

Auswertung Corporate Carsharing: Sixt und Hertz profitieren vom Markennamen.

Corporate Carsharing: Bekanntheit und Image bei Flottenverantwortlichen

Welche der folgenden Anbieter von Corporate Carsharing kennen Sie, wenn auch nur den Namen nach?

Bitte beurteilen Sie die folgenden Anbieter von Corporate Carsharing rein gefühlsmäßig und unabhängig davon, ob Sie aktuell mit ihnen zusammenarbeiten.



Quelle: Puls Marktforschung im Auftrag der Autoflotte

Basis: variiert | Angaben in % bzw. Mittelwerte der Skala von 0 = sehr schlecht bis 10 = sehr gut