



Das Auto wächst einem schnell ans Herz, auch wenn der Trend eher zu kürzeren Bindungsphasen geht

Lassen Sie uns übers Mieten reden

Langzeitmiete oder Auto-Abo? Semantisch liegen hier Welten dazwischen, inhaltlich eher Nuancen. Bleibt am Ende doch nur ein Miet-Modell übrig? Eine gesamtdeutsche Bestandsaufnahme.

Wir haben mit großen Autovermietern gesprochen, um herauszubekommen, wie das Marketingprodukt Auto-Abo den Mietmarkt verändert. Etwa in der Form, dass kaum jemand noch von der klassischen Langzeitmiete redet. Gibt es den Begriff auf absehbare Zeit nicht mehr und geht die Idee dahinter vollends im Auto-Abo auf? Lassen Sie uns gemeinsam auf Spurensuche gehen.

Wir starten im Norden. Um genau zu sein, in Bockel. Das liegt an der A 1 zwischen Hamburg und Bremen und ist die Heimat eines Pioniers der Langzeitmiete. Maske Fleet. Früher unter dem Dach der Hitachi Capital Corporation laufend, gehören die Norddeutschen seit 2021 der Mitsubishi HC Capital an, daher auch der neue Name MHC Mobility. Wie sieht also **Johann Goldenstein**, Commercial Director und Prokurist bei **MHC Mobility**, die beiden Produkte?

„Mit dem Produkt ‚FlexiRent‘ haben wir vor Jahren nicht nur die Langzeitmiete in den Mobilitätsmarkt gebracht, sondern

auch das Original des Auto-Abos, wenn Sie so wollen. Denn auf der Idee der Flexibilität basieren beide Produkte. Neben dem Auto-Abo gibt es bereits eine Reihe von Mobilitäts-Produkten auf dem Markt, die sich hauptsächlich hinsichtlich Nutzungsdauer, Flexibilität und Verpflichtungen sowie der Instandhaltung des Fahrzeugs unterscheiden.“

Goldenstein sieht klare Abgrenzungen zwischen den beiden Angeboten: „Bei der Langzeitmiete haben Sie definitiv mehr Flexibilität und Individualität. Im Gegensatz zur Langzeitmiete fallen zum Beispiel bei den Auto-Abos Gebühren an, die bei der Langzeitmiete nicht zum Tragen kommen. Zudem finden die Auto-Abos hauptsächlich im B2C-Sektor, also im Endkundenbereich, statt.“

Deshalb rät er: „Bei den Anforderungen eines Fuhrparkbetreibers sollten die langfristigen Vertragsbindungen genauestens abgewogen werden, damit ferner keine zusätzlichen Kosten anfallen.“ Dennoch glaubt Goldenstein an eine Parallelität bei-

der Welten, wenn er sagt: „Die Vorteile aus beiden Produkten werden sich langfristig vereinen und bieten dann optimale Lösungen für den Kunden.“ Denn: „Die Langzeitmiete war schon immer ein wichtiger Schritt für die Entwicklung der Mobilität



Johann Goldenstein, Commercial Director und Prokurist bei MHC Mobility

der Zukunft“, so seine Meinung. Seit mehr als sechs Dekaden sind die Norddeutschen in der Langzeitmiete aktiv, wissen also, was Trends bedeuten. „Das kann auch bedeuten, dass die Angebote noch flexibler auf den Kunden zugeschnitten werden müssen und der Markt minutiöser hinterfragt werden muss – was die Konditionen betrifft“, so Goldensteins Credo.

Kunden- und kostenorientiert zugleich scheint die Maßgabe für die Zukunft, wenn man so will, die Fortsetzung jenes Mietkonzepts mit verbesserten technischen Mitteln. Zwar sieht man von Bockel aus auch, dass zahlreiche neue Anbieter versuchen, beide Produkte abzubilden, und auch immer mehr Hersteller den Vertrieb ihrer Fahrzeuge über ein Abo-Modell ausprobieren. Aber man ist sicher, dass „beide Vertragsmodelle in der Zukunft ihren Platz haben werden“.

Wir fahren die A 1 weiter nach Hamburg. Und stellen die Frage: Sieht das **Starcar** ähnlich? Als Teil der Starcar Europa Service Group zählen die Norddeutschen zu den mittelständischen Vermietern am Markt, deren Marken sich 2018 zusammenschlossen haben.

Uns antwortet **Frank Langbein**, der Vertriebsleiter für Deutschland: „Grundsätzlich sind die Produkte Langzeitmiete und Auto-Abo sehr identisch, denn im



Frank Langbein, Vertriebsleiter für Deutschland bei Starcar

Grunde genommen ist beides eine wie auch immer geartete Langzeitmiete“, lautet sein Eingangs-Statement, das wenig Raum für Fantasie lässt. Dennoch sieht auch er Differenzierungsgrade: „Der Unterschied liegt in der Flexibilität der Laufzeit. Während ein Auto-Abo in der Regel zwischen drei und zwölf Monaten läuft, kann das Fahrzeug bei der Langzeitmiete jeden Tag abgegeben werden. In meinen Augen ist das Auto-Abo auch eher ein neudeutscher Begriff für Langzeitmiete.“ Wie bei MHC Mobility entwickelt sich auch bei Starcar die Langzeitmiete aktuell im B2B-Bereich sehr positiv – in dem Fall mit einem zweistelligen Wachstum.

Einen wesentlichen Unterscheidungspunkt spricht Langbein aber an: „Ein vermeintlicher Vorteil des Auto-Abos ist, dass Firmen ein konkretes Modell buchen können. Der Kunde weiß, was er bekommt. Das ist bei der Langzeitmiete nicht bei allen Anbietern so. Starcar ist bei der Langzeitmiete allerdings besonders im B2B-Bereich sehr darum bemüht, die konkreten Wünsche der Kunden zu berücksichtigen, und in den meisten Fällen gelingt das.“

Flexible Tauschmöglichkeit

Über die Konfigurierbarkeit von Subscriptions-Modellen haben wir bereits viel geschrieben. Um schnell Autos zu beziehen, wurde in der vergangenen Mangelphase oft in Pakete investiert, die ein Auto per se mitbringt. Bei der Wahl der Hardware (Auto und Transporter) näherten sich beide Welten also bereits an und das wird auch produktseitig so weitergehen, ist auch Langbein überzeugt: „Die Langzeitmiete der Zukunft wird sich über alle Anbieter hinweg dahin entwickeln, dass in Bezug auf die Modelle flexibler durchgetauscht werden kann. Ich denke, dass beide Produkte ihre Daseinsberechtigung haben, daher werden beide dem Markt erhalten bleiben. Immer unter der Prämisse, dass das Auto-Abo flexibler werden muss.“

Wir setzen die virtuelle Reise fort und fragen den nächsten Experten: **Christian Holler**, Mitglied der Geschäftsleitung von **Enterprise** in Deutschland. Seine Meinung klingt eindeutig: „Aus unserer Sicht sind Langzeitmiete und Auto-Abo synonyme Mobilitäts-Varianten für Unternehmen. Aus der Perspektive eines Fuhrparkbetrei-



Christian Holler, Mitglied der Geschäftsleitung von Enterprise in Deutschland

bers gibt es bis auf den Namen keinen nennenswerten Unterschied zwischen Langzeitmiete und Auto-Abo. Die Digitalisierung des Angebots wird künftig weiter zunehmen, um das Kundenerlebnis und die Integrations-Möglichkeiten zu steigern.“

Den Treiber für dieses Zusammengehen kann Holler auch benennen: „Die Mobilität der gesamten Gesellschaft und damit auch der Unternehmen entwickelt sich immer weiter in Richtung Multimodalität. Die Fahrzeugmiete mit ihren vielfältigen Varianten wie Kurzzeit, Langzeit-Miete, Auto-Abo oder Corporate Carsharing ist eine tragende Säule des Shared-Mobility-Ökosystems und leistet einen wichtigen Beitrag zum Gelingen der Verkehrswende. Die verfügbaren Mobilitäts-Optionen und Transportmittel werden aus unserer Sicht in Zukunft weiter digitalisiert und integriert, sodass die Übergänge fließend sind und die Menschen und Unternehmen von reibungsloser, nachhaltiger Mobilität profitieren.“

Der zentrale Begriff ist für ihn also die Miete. Dass dies der Markt momentan zumindest ähnlich sieht, belegen auch bei

Enterprise die aktuellen Geschäftszahlen. „Wir beobachten, dass die Nachfrage der Unternehmen nach variablen, transparenten und direkt verfügbaren Mobilitätslösungen ohne Kapitalbindung und ohne lange Vertragslaufzeiten seit Jahren steigt. Dieser Trend setzt sich 2023 weiter fort und wir gehen von weiterhin starkem Wachstum in den nächsten Jahren aus – vor allem im B2B-Bereich.“

Der nächste Stopp ist ganz im Süden. Bei **Sixt** in Pullach heißen Langzeitmieten „Sixt rent“. Diese laufen länger als 28 Tage und werden online gebucht. Das Auto-Abo nennt sich „Sixt+“ und bindet sich entweder 30 Tagen oder sechs beziehungsweise zwölf Monate an den Kunden. Beide Segmente wachsen weiterhin stark und man ist mit der Entwicklung sehr zufrieden, heißt es aus Süddeutschland. Deshalb verwundert es nicht, dass man auch in Zukunft Anwendungsfälle sowohl für Langzeitmieten, als auch für Auto-Abos sieht. Beide Produkte haben ihre Daseinsberechtigung, so die Konklusion.

Unser letzter kundiger Gesprächspartner, **Gerhard von Hasselbach**, Commercial Director und Mitglied der Geschäftsführung **Europcar Mobility Group**, verweist bei der Langzeitmiete auf das eigene Produkt, das maximal 84 Tage läuft. Beendet werden kann es jederzeit. Das Abo (myEuropcar) ist wiederum auf End-

kunden – verstärkt jüngeres Publikum im urbanen Umfeld, das man in unterschiedlichen Lebensabschnitten mit passenden Fahrzeugen begleiten möchte – zugeschnitten. Von Hasselbach betont aber auch: „Bei Europcar haben wir Abos für Privat- und Firmenkunden. Alle können in verschiedenen Stufen gebucht und nach der Mindestlaufzeit monatlich gekündigt werden. Im Gegensatz zu vielen Wettbewerbern erheben wir keine Startgebühren, die Kosten sind transparent und viele Leistungen (zum Beispiel Zusatzfahrer, Schutzpaket oder Freikilometer) sind bereits inklusive.“

Als Wettbewerbsvorteile sieht der Mietprofi „die kurzfristige Verfügbarkeit und das starke bundesweite Stationsnetzwerk“. Das Auto-Abo für Pkw habe sich im Firmenkundenbereich inzwischen fest etabliert. Gleichzeitig ergänzt er: „In Bezug auf die künftige Nachfrageentwicklung erwarten wir bei der Langzeitmiete, dass dieses Angebot aufgrund des Kostendrucks und der hohen Anschaffungskosten für Fahrzeuge immer attraktiver werden wird.“

Beide Bereiche wachsen also, aber nähern sie sich auch inhaltlich an? „Die reinen Prozesse beider Angebote im Hintergrund unterscheiden sich nur geringfügig. Daher prüfen wir regelmäßig, welche wir angleichen können, um unseren Service für unsere Kunden weiter zu vereinfachen. Beide



Gerhard von Hasselbach, Commercial Director Germany Europcar Mobility Group

Angebote haben aber ihre eigenen spezifischen Vorteile, decken unterschiedliche Mobilitätsbedürfnisse unserer Kunden ab und ergänzen sich daher optimal.“ *rs*

Anzeige



VERTRAUEN SIE DEM SERIEN-TESTSIEGER



Platz 1 von 9



Platz 1 von 10

18x GESAMTSIEGER*

TOP LEISTUNG AUF NASSER UND AUF SCHNEEBEDECKTER FAHRBAHN*

BLIZZAK LM005



*Testerfolge des Blizzak LM005: 18x Gesamtsieg, 41x Bester „auf Nässe“, 17x Top 3 „auf Schnee“. Für weitere Informationen scannen Sie den QR-Code.

Bridgestone Europe NV/SA,
Niederlassung Deutschland

www.bridgestone.de

BRIDGESTONE
Solutions for your journey