



Premiumfahrzeuge im Flottenmanagement: Eine andere Disziplin

Wohl in keinem anderen Land der Welt finden sich anteilmässig mehr Premiumfahrzeuge in Flottenverbänden als in der Schweiz. aboutFLEET sprach mit Daniel Lanz, CEO der CarNet Management AG, über das Schweizer Phänomen im Flottenbereich, die Folgen fürs Fuhrparkmanagement und die hiesigen Lieblinge aus dem Premiumsegment. Interview: Rafael Künzle

aboutFLEET: Die Schweiz zählt nicht nur zahlenmässig zu den autoverrücktesten Ländern, auch bezüglich Ausstattung und Motorisierung lässt man sich hierzulande den rollenden Liebling einiges kosten. Macht sich dies auch im Flottenbusiness bemerkbar?

Daniel Lanz: Der Schweizer Flottenmarkt unterscheidet sich insbesondere im Premiumbereich mit seiner hohen Dichte deutlich von den anderen europäischen Ländern. Dies betrifft nicht nur die Fahrzeuge an sich. Nehmen wir beispielsweise den Audi A6: Dieser wird in der Schweizer Flottenbranche nicht nur häufiger gekauft als beispielsweise in Deutschland, auch die Motorisierung und das Niveau der Ausstattung sind hierzulande höher als anderswo.

Worauf führen Sie dies zurück?

Dies liegt einerseits am hohen Schweizer Lohnniveau, bedingt durch die nach wie vor starke Schweizer Volkswirtschaft, was sich natürlich auch auf den Fahrzeugmarkt auswirkt. Des Weiteren erfordert die Topografie der Schweiz mit ihren zahlreichen Bergen

eine höhere Motorisierung als in einem flachen Land wie Holland. Zudem existiert in der Schweiz keine Luxussteuer auf stark motorisierte Fahrzeuge.

Hatte auch der Frankenschock einen Einfluss auf den Premiumboom?

Natürlich. Dadurch fielen die Fahrzeugpreise quasi über Nacht, wodurch insbesondere mehr Premiumfahrzeuge gekauft wurden. Dabei muss aber beachtet werden, dass die Folgekosten bei Treibstoff, Reifenverschleiss, Versicherung etc. bei einem Premiumfahrzeug in der Regel höher ausfallen als bei einem Flottenfahrzeug aus dem mittleren Preissegment. Aus diesem Grund empfehlen wir, die TCO (Total Cost of Ownership) in der unternehmensinternen Car Policy einzubeziehen.

Kommen Premiumfahrzeuge in erster Linie als User-Chooser-Fahrzeuge zum Einsatz oder stellen Sie im Fuhrparkmanagement vermehrt fest, dass ganze Flotten mit Premiumfahrzeugen ausgestattet werden? Premiumfahrzeuge werden hauptsächlich als User-Chooser-Fahrzeuge eingesetzt. Wir



Daniel Lanz, CEO der CarNet Management AG.

stellen aber fest, dass insbesondere die Premiummarken in der jüngsten Vergangenheit preislich attraktiver wurden und dank gezielten Steuerungsmassnahmen wie hohen Rabatten zur immer stärkeren Konkurrenz der weissen Flottenfahrzeuge werden.

Ein Premiumfahrzeug als Bonus – ist dies noch immer ein beliebtes Goodie oder zieht das Auto als Anreiz heute weniger als früher?

Ein Premiumfahrzeug zieht nach wie vor als Motivationsfaktor, insbesondere bei Männern ist es ein beliebtes «Boys-Toy». In der Arbeitswelt sehe ich es aber mehr als Goodie im Gesamtpaket denn als Bonus, welcher meist on top zu Lohn und Firmenfahrzeug bezahlt wird.

Welches sind denn die Schweizer Flottenlieblinge bei den Premiumfahrzeugen?

Fahrzeuge wie der Audi A6, 5er BMW oder die E-Klasse von Mercedes führen die Wunschliste im Premiumbereich weiter an. Wir stellen aber fest, dass Modelle von Marken aus der vermeintlichen Mittelklasse, wie der Skoda Superb oder der Opel Insignia, immer stärker ins Jagdrevier der Premium-

marken vordringen. Wie bereits angesprochen, preschen aber auch die Modelle der Premiummarken immer stärker in Bereiche vor, welche einst ausschliesslich von der Mittelklasse besetzt wurden.

Gibt es Fälle/Aspekte, wo die Anschaffung eines Premiumfahrzeugs mehr Sinn macht als die Anschaffung eines Fahrzeuges aus tieferen Preiskategorien?

Fahrzeuge sind die Visitenkarte eines Unternehmens und transportieren eine bestimmte Botschaft. Dies führt dazu, dass je nach Unternehmensleitbild auch Premiumfahrzeuge im KMU-Bereich anzutreffen sind. Zudem rücken die Gesamtkosten anstelle der Anschaffungskosten immer stärker ins Zentrum, was es den Premiummarken ermöglicht, flottenfähig zu sein.

Insbesondere in der zurückhaltenden Schweiz gab es viele Firmen, welche aus Imagegründen bewusst darauf verzichteten, Premiumfahrzeuge in der Flotte zu haben. Existieren diese Vorbehalte noch immer?

Wir stellen diesbezüglich eine Verwässerung im Vergleich zu früheren Zeiten fest. Nehmen wir Porsche als Beispiel. Die Marke schloss 2016 in der Schweiz mit einem der besten

Ergebnisse aller Zeiten ab. Dies ist nicht nur mit Topprodukten möglich, es bedarf auch einer Wahrnehmungsveränderung seitens der Käufer. Dasselbe gilt auch für die SUV, welche einst verpönt waren, nun aber den Geist der Zeit wie kein anderes Fahrzeugsegment treffen.

Gibt es Unterschiede im Fuhrparkmanagement bei Premiumfahrzeugen im Vergleich zu Fahrzeugen aus tieferen Preissegmenten?

Der Unterschied ist wahrhaftig riesig. Nur schon die Konfiguration beim Kauf eines Premiumfahrzeugs ist durch die grössere Anzahl an Optionen eine ganz andere Disziplin als bei einem weissen Flottenfahrzeug, welches in grosser Anzahl und in derselben Ausstattung ab Stange anrollt. Dies zieht sich durch den gesamten Lebenszyklus des Fahrzeugs. Nehmen wir beispielsweise das Reifenmanagement: Während ein Flottenfahrzeug aus der Mittelklasse mit einer Stahlfelge für Sommer und Winter auskommt, werden im Premiumbereich Alufelgen im Sommer erwartet – die Premiumklientel ist dementsprechend anspruchsvoll. Selbst nach beendeter Dienstzeit des Fahrzeugs ist der Aufwand

höher, schliesslich benötigt man einen Käufer, der bereit ist, den höheren Preis zu bezahlen.

Gibt es besondere Aspekte, welche Firmen mit Premiumfahrzeugen in ihren Reihen beachten sollten?

Ich kann den Wunsch nach Individualisierung des eigenen Flottenfahrzeugs nachvollziehen. Trotzdem sollten in der Car Policy vernünftige Standards festgelegt werden. Denn nicht alles, was der Mitarbeiter für wichtig oder vernünftig erachtet, entspricht den Bedürfnissen des Unternehmens.

Werden anteilmässig künftig noch mehr Premiumfahrzeuge in Flotten anzutreffen sein?

Im Moment sieht es gemäss Statistiken danach aus, denn der Wunsch nach Individualisierung ist tief verankert, und die wirtschaftlichen Bedingungen sind in der Schweiz nach wie vor auf einem hohen Niveau, wovon übrigens nicht nur Premiumfahrzeuge profitieren. Auch der Anteil an Elektro- und Hybridfahrzeugen steigt, durch die tieferen Preise und höheren Reichweiten der Fahrzeuge, hierzulande an. Spätestens in drei bis fünf Jahren wird die Elektromobilität auch im Flottenbereich salonfähig sein. ■