

Mobilität: Fahren statt besitzen

Die Automobilindustrie ist unter Druck: die Zahl verkaufter Fahrzeuge ist rückläufig. Derweil pushen Anbieter von Miet- und Leasing-Modellen ihre Dienstleistungen. Und auch Unternehmen springen mit ihren Fahrzeugflotten auf neue, nachhaltigere Mobilitätskonzepte auf.

VON THOMAS BERNER

Elon Musk wurde neulich wieder einmal mit einer brisanten Aussage zitiert: Er wolle demnächst keine E-Autos mehr verkaufen. Vielmehr wolle er sich dem Abo-Modell zuwenden. So aufsehenerregend diese Verlautbarung klingt, so neu ist sie allerdings nicht mehr. Denn schon seit 2019 liess der Tesla-Chef immer wieder durchblicken, dass es einmal mit für alle erschwinglichen Elektroautos aus seinem Hause vorbei sein werde. Das Fernziel von Elon Musk: Selbstfahrende Autos lassen sich via App bestellen und holen die Nutzer vor der Haustür ab, um sie von A nach B zu bringen.

Bis 2025 wohl jedes zweite Auto mit einem elektrischen Antrieb

So weit ausgereift ist die «Full Self Driving»-Technologie von Tesla allerdings noch nicht. Glaubt man Elon Musk, dürfte man aber Ende 2022 so weit sein. Ab diesem Zeitpunkt wird der Autobauer seine Fahrzeuge also nur noch vermieten und nicht mehr verkaufen wollen. Der Trend, der sich bereits jetzt abzeichnet, wird sich

demnach beschleunigen: Schon heute werden immer mehr Autos nicht mehr gekauft, sondern gemietet, abonniert oder geleast. Auch wenn während der Corona-Krise die Zahl der in Verkehr gesetzten Neuwagen drastisch sank – Auto Schweiz spricht von einem um einen Drittel kleineren Automarkt allein im Jahr 2020 – stieg die Zahl der Leasingverträge an, wie der Geschäftsbericht des Schweizerischen Leasingverbands ausweist. 2020 konnten 9,3 Prozent mehr neue Leasingverträge abgeschlossen werden. Und ein weiterer Trend, der unabhängig vom Nutzungsmodell nun voll durchschlägt: Es werden

«2020 konnten 9,3 Prozent mehr Leasingverträge abgeschlossen werden.»

immer mehr voll-elektrisch oder hybrid angetriebene Neuwagen in Verkehr gesetzt. Gemäss einer Umfrage von Auto Schweiz unter ihren Mitgliedern könnte bis 2025 der Marktanteil der elektrischen Antriebe, also Elektroautos, Plug-in-Hybride und Brennstoffzellen-Fahrzeuge, 51,9 Prozent betragen, jedenfalls bei Personenwagen. Gegenüber 2021 soll sich der E-Anteil in der Schweiz und in Liechtenstein von 22,4 Prozent innerhalb von vier Jahren mehr als verdoppeln, rechnet der Branchenverband hoch. Das grösste Wachstum bis 2025



Externes Flottenmanagement

Diese Fragen sollten Sie sich stellen, wenn Sie auf externes Flottenmanagement setzen möchten:

- Was ist Ihnen an Ihrem Fuhrpark wichtig (Mobilitätsbedarf, Nachhaltigkeit, Antriebsarten, Betriebsdauer der Fahrzeuge)?
- Welche Rolle spielt für Sie die Finanzierung Ihrer Flotte?
- Welche Risiken sollen wie bewertet werden?
- Wie sollen Kosten erfasst und geprüft werden?
- Wie erfolgt das Schadenmanagement?
- Welche weiteren administrativen Aufgaben will man an den Dienstleister auslagern (Führerscheinkontrollen, Tankkarten-Management u. degl.)?



Die Digitalisierung bietet grosse Chancen für ganzheitliche Mobilitätskonzepte über das Auto hinaus.

werde den batterieelektrischen Modellen zugetraut, die dann 38,3 Prozent des Marktes ausmachen sollen. Auto Schweiz bemängelt allerdings, dass das öffentliche Ladenetz diesem Wachstum immer noch hinterherhinke. 17 Steckerfahrzeuge müssten sich derzeit eine Ladestation teilen. Das ideale Verhältnis läge bei 10 Fahrzeugen auf 1 Ladestation.

Autokauf: Schnee von gestern?

Einen Nicht-Verbrenner kaufen – oder doch nicht? Unabhängig von der Antriebstechnik werden derzeit intensiv als Alternative zum Kauf oder Leasing sog. Abo-Modelle beworben. Als Pionier bezeichnet sich das 2018 gegründete Unternehmen Carvolution. Die Vision: Jede und jeder soll einfacher und preiswerter zu einem eigenen Auto kommen. Heute werden All-inclusive-Pakete angeboten mit dem Versprechen, dass die Auto-Nutzerinnen und -Nutzer nur noch selbst tanken müssten. Zulassung, Versicherungen, Steuern, Service, Wartung und sogar die Autobahnvignette im ersten Nutzungsjahr ist im Abonnement eingeschlossen. Und auch für Geschäftskunden bestehen Angebote, einschliesslich Flottenmanagement mit Fahrtenbuch, Poolcar-Management, GPS-Tracking und anderem mehr. Die Monats-Tarife reichen von CHF 299.- (Dacia Spring Step 1 Edition) bis CHF 1443 (Polestar 2), gerechnet jeweils für eine Mindestlaufzeit von 24 Monaten bei 850 km/Monat. Auch andere Anbieter mischen inzwischen in diesem Markt mit, darunter Automobil-Importeure wie Amag oder der Versicherer Axa mit seiner Tochterfirma «Upto». Der Vergleichsdienst Flexdrive.ch nennt inzwischen 28 Anbieter von solchen Auto-Abos. Wie hoch der Marktanteil von abonnierten PKW allerdings ist,

darüber existieren (noch) keine exakten Zahlen. Auch die Anbieter von Auto-Abos selbst lassen sich diesbezüglich nicht in die Karten schauen.

Die angebotenen Pakete unterscheiden sich zwischen den Anbietern kaum. Der Teufel könnte aber im Detail stecken, etwa bei der Versicherung, wie ein Nutzer in einem Erfahrungsbericht zu Carvolution anmerkt: «Am Ende ist alles ein wenig anders: Alles inklusive ist ein Trugschluss. Informiert euch über die Versicherungsleistung (Selbstbehalt bei Parkscha-den usw.)» Und auch der Service scheint nicht überall gleich gut zu sein, wie weitere Erfahrungsberichte zu einigen bei Flexdrive.ch gelisteten Abo-Anbietern zeigen. So habe eine Autogarage ein für das Abo vorgesehene Auto bereits verkauft und der Abonnent ging leer aus. Und bei einem anderen Anbieter, einer bekannten deutschen Automarke notabene, wird die Qualität des Kundendienstes als «unterirdisch» bezeichnet. Das bedeutet: Je nach dem könnte sich – besonders für private Nutzer – ein Autokauf immer noch als günstiger erweisen, weil man etwa bei Versicherungen, Werkstatt, Ausstattung und gefahrene Kilometer mehr Wahlfreiheit hat. Folgende Faustregel dürfte weiterhin Gültigkeit haben: Wer viel fährt, kauft, wer es bequem haben und längerfristig kalkulieren will, least das Auto, und wer sein Auto nur für ein paar Monate benötigt, für die oder den eignet sich ein Abo.

Firmenflotten: Ganzheitliche Mobilitätskonzepte

Neue Nutzungsmodelle bringen auch Bewegung in den Betrieb von Firmenflotten. Dies bestätigt Ralf Käser, Vorstandsmitglied des Schweizerischen Mobilitätsverbands, dem die wichtigsten Flottenma-

nagement-Dienstleister angehören (siehe Interview). Dieser Dachverband hat bereits einen Paradigmawechsel vollzogen: Es geht nicht mehr primär um das Angebot von Vorzugskonditionen bei der Fahrzeug-Beschaffung, sondern um Wissenstransfer für das gesamte Mobilitätsthema. «Mobilität ist ein Kostenfaktor», sagt Ralf Käser. Doch zum Flottenmanagement gehöre es heute nicht mehr allein, Kosten zu optimieren. Man müsse immer mehr in ganzheitlichen Mobilitätskonzepten denken. Und dazu brauche es entsprechendes Know-how, so Käser. Deshalb hat der Schweizerische Mobilitätsverband etwa auch den CAS in Flotten- und Mobilitätsmanagement an der Fachhochschule OST entwickelt, dessen Lehrgangsleiter Ralf Käser ist. Die Mobilität, auch jene in Unternehmen, ist im Wandel. Die Denkweise, dass ein Auto auch ein Statussymbol sein muss, verliert an Stellenwert. Heute wird Status immer mehr auch über andere Werte, etwa Umweltbewusstsein bei der Mobilität, definiert. Entsprechend verändern sich auch in Unternehmen die Mobilitätsbudgets – auch in Richtung hin zu Mobilitätskonzepten im Zusammenhang mit Employer Branding: An die Stelle des klassischen Firmenwagens treten nun immer häufiger Angebote für ÖV-Abonnemente, Shared Mobility, Ladestationen für Elektro-Fahrzeuge (auch E-Bikes) und dergleichen. Und die Flottenmanagement-Dienstleister machen mit: Arval etwa bietet nach eigenen Angaben seit etwas mehr als einem Jahr ein Full-Service-Leasing für Elektro-Fahrräder im Geschäftskundenbereich an.

**«Am Ende
ist alles ein
wenig anders:
Alles inklusive
ist ein Trugschluss.»**

Umdenken zeichnet sich ab

Damit sich neue Konzepte durchsetzen, braucht es einen Kulturwandel. «Im Gegensatz zu anderen europäischen Ländern ist in der Schweiz der Anteil gekaufter Flotten hoch. Damit sind viele finanzielle Mittel gebunden. In anderen Ländern wird mehr gemietet oder geleast», erläutert Ralf Käser. «Aber es ist inzwischen zu beobachten, dass Unternehmen im urbanen Bereich immer stärker elektrisch unterwegs sind, etwa auch mit Cargo-Bikes. Dies, weil viele Innenstädte für den Motorfahrzeugverkehr gesperrt sind. Und schliesslich bieten immer mehr Unternehmen Elektrofahrzeuge als Benefit-Cars und wollen sich damit als umweltbewusste Arbeitgeber positionieren. Der regulatorische Druck nimmt zu: Zunehmend werden Berichte zu Nachhaltigkeit vorgeschrieben. Da liegt es nahe, die Elektromobilität als konkrete Massnahme ins Feld zu führen.»

«Es geht mehr denn je um «Smart Mobility»»

Die Mobilität per Auto ist im Umbruch. Die Automobilindustrie ist dabei, sich nicht nur bei den Antriebskonzepten neu zu erfinden, sondern auch in Sachen Nutzungsmodelle. Der Trend hin zu Mobility-as-a-Service scheint nun voll lanciert zu sein. Kann da ein starres Flottenmanagement noch zeitgemäss sein?

Herr Käser, allgemein gefragt: Wie beeinflussen neue Nutzungsmodelle für Fahrzeuge (Miete, Abos u. dgl.) das Geschäft mit Flottenmanagement-Lösungen?

RALF KÄSER: Diese Trends führen dazu, dass sich Flottenmanager immer mehr zu einer ganzheitlichen Mobilität Gedanken machen müssen. Das klassische Fuhrparkmanagement erodiert: Heute muss man eine Balance finden zwischen Kostenoptimierung und effektiver Nutzung der Fahrzeuge. Wenn ein Firmenfahrzeug pro Tag nur eine Stunde bewegt wird und die restlichen 23 Stunden steht: Weshalb soll man dieses über fünf Jahre finanzieren? Diesbezüglich bieten neue Modelle mehr Flexibilität: Nutzen steht vor Besitzen, besonders sichtbar ist dieser Trend im B2C-Bereich. Im B2B-Bereich ist dieser Trend allerdings noch weniger zu beobachten. Statische Modelle sind planbarer, und dies ist immer noch ein wichtiges Argument. Doch die neue Nutzungsmodelle bieten die Möglichkeit, z.B. den Einsatz von Elektrofahrzeugen einfach mal auszuprobieren, ohne dass man bereits eine grosse Investition tätigen muss.

Wie stark schreitet die Elektrifizierung der Fahrzeugflotten in der Schweiz denn voran?

Viele Unternehmen sind am Ausprobieren. Wie gesagt: Neue Nutzungsmodelle bergen weniger Risiken. Denn die Herausforderung ist die Energieversorgung; Durch flexible Nutzungsmodelle können solche Unsicherheiten abgefedert werden. Die Elektrifizierung von Fahrzeugflotten führt auch dazu, dass Unternehmen ihre Reisetätigkeiten überdenken. Muss man für jedes Meeting eine lange Fahrt unternehmen, wenn nicht an jeder Ecke eine Strom-Tankstelle verfügbar ist? Hinzu kommt, dass die Preisgestaltung im öffentlichen Stromnetz sehr heterogen gestaltet ist. Im Gegensatz zu den Benzinpreisen, die sich

je nach Tankstelle vielleicht um ein paar Rappen unterscheiden, ist dies beim Strom viel undurchsichtiger.

Wie weit fortgeschritten ist die Digitalisierung im Flottenmanagement?

Im Fuhrparkmanagement ist es hierzulande vielerorts noch so, wie wir es während der Pandemie im Gesundheitswesen beobachten konnten: Die manuelle Datenerhebung ist noch gang und gäbe. Erst wenige, fortschrittliche Unternehmen sind dabei, ihre Fahrtenbücher zu digitalisieren. Gerade die Abo-Modelle sind in Sachen Digitalisierung schon einiges weiter und verstärken den Trend hin zu «Seamless Mobility» mit einfacher Datenverwaltung per Smartphone. Die Chance der Digitalisierung im Flottenmanagement besteht ja gerade darin, den Nutzen von Daten in den Vordergrund zu stellen.

Wer über einen eigenen Fuhrpark verfügt: Wo sollten nun die Prioritäten für die weitere Entwicklung gesetzt werden?

Es kommt darauf an, wer als Treiber fungiert. Aus ökologischer Sicht gilt es, die Flottengrösse zu reduzieren. Denn die Verfügbarkeit der Verkehrsachsen bleibt nur dann sichergestellt, wenn wir unsere Mobilität einschränken. Oder man fördert Alternativen: Mehr Öffentlicher Verkehr, mehr E-Bikes. Vielleicht erleben sogar Werksbusse eine Renaissance oder man setzt als Unternehmen Anreize für Fahrgemeinschaften.

Gerade wenn man an Firmen-E-Bikes denkt: Dann soll man diese konkret ins Fuhrparkmanagement einbeziehen?

Ja. Es geht mehr denn je um «Smart Mobility». Unternehmen müssen diesbezüglich auch die Infrastruktur neu denken: Neben genügend Parkplätzen müssen z.B. auch Duschen für Mitarbeitende, die mit dem

«Vielleicht erleben sogar Werksbusse eine Renaissance.»



© BILD CREDIT

Ralf Käser

Velo zur Arbeit kommen, zur Verfügung stehen. Und vergessen Sie nicht: Unternehmen, die das Radfahren fördern, sind gesünder. Nicht zuletzt ist aber auch der Gesetzgeber gefordert, indem er Voraussetzungen schafft, etwa durch steuerliche Anreize, damit Unternehmen mehr auf Velos setzen.

Wenn ich Ihre Aussagen richtig zusammenfasse: Im Prinzip sollte jedes Unternehmen – unabhängig davon, ob es nun einen Fuhrpark besitzt oder nicht – das Thema «Mobilität» angehen?

Die Antwort lautet klar: Ja. Es ist absolut sinnvoll, ein eigenes Mobilitätskonzept zu entwickeln. Die Mobilität wird zu oft stiefmütterlich behandelt, stellt aber trotzdem den zweit- oder drittgrössten Kostenblock eines Unternehmens dar. Es ist wie bei der Investition in eine neue Maschine: Dies tut man in der Regel, um wettbewerbsfähig zu bleiben. So verhält es sich auch mit einem Mobilitätskonzept: Wer über ein solches verfügt, kann diese Karte im Wettbewerb um neue Mitarbeitende ausspielen. Wichtig ist denn auch, dass man bei der Implementierung eines solchen Konzepts die eigenen Mitarbeitenden aktiv involviert.

Viele Unternehmen dürften da aber auch vor der Frage stehen: Make or Buy?

Es richtig, dass viele Betriebe keinen vollamtlichen Flottenmanager haben. Ob man aber ein Mobilitätsmanagement einkauft oder nicht, ist bedürfnisabhängig. Es gibt also keine klare Antwort, weil die Thematik einfach zu heterogen ist. Ich empfehle, für eine Bedürfnisanalyse externe Unterstützung beizuziehen.