

12.11.2011, 11:44

Statussymbol Dienstwagen:

Wunsch-Auto bindet Fahrer und Firma

Mal mehr Limousine, mal mehr Coupé: Die Vorstellungen vom perfekten Auto sind verschieden.

Erfüllte Extrawünsche sollen Arbeitnehmer an das Unternehmen binden. Die Palette ist da breit - und die Hersteller sehen ihre Chance. von André Schmidt-Carré

Klischee hin oder her - gerade beim Auto gibt es offenbar noch kleinere Geschlechterunterschiede. Frauen achten vor allem auf einfache Bedienung, Männer wollen starke Motoren. Das ergab im Sommer eine Umfrage des Gesamtservice-Leasinganbieters Arval. Zudem ist Frauen die Umweltverträglichkeit ihres Autos wichtiger als Männern. "Anders als viele Frauen betrachten Männer einen Dienstwagen eher als Statussymbol", sagt Reinhard Happel, Vertriebsleiter bei Arval. Immerhin: Sicherheit findet sich bei beiden Geschlechtern unter den Top drei.

Fachkräfte sind begehrt und Unternehmen deshalb gewillt, gute Mitarbeiter an sich zu binden und neue anzulocken. "Eines der wichtigsten Instrumente ist nun mal der Dienstwagen", sagt Michael Velte, Vorsitzender des Verbands der markenunabhängigen Fuhrparkmanagementgesellschaften (VMF). Daher gehen viele Unternehmen in die Vollen: User-Chooser heißen Dienstwagenfahrer, die sich ihr Wunschauto weitgehend selbst konfigurieren dürfen. Meist sind dies Mitarbeiter des gehobenen Managements. "Solche Regelungen gibt es schon länger", sagt Velte. "Doch vor allem in wirtschaftlich guten Zeiten sind die sogenannten Motivationsautos ein wichtiges Instrument, um wertvolle Mitarbeiter ans Unternehmen zu binden."

Früher schrieben die Firmen ein Modell vor, bei dem der Mitarbeiter bestenfalls die Farbe selbst bestimmen durfte. Heute ermöglichen sie eine deutlich größere Auswahl. Den Rahmen geben das Gehalt und die sogenannte Car-Policy vor, die Dienstwagenordnung der Firma. "Unternehmen schreiben häufig bestimmte Marken vor", sagt Velte. Meist stehen die deutschen Premiummarken aus München, Stuttgart oder Ingolstadt zur Wahl. Oder das Unternehmen legt sich aufgrund günstiger Konditionen auf einen dieser Hersteller fest. Bei exotischeren Marken, vor allem solchen aus dem Ausland, sind meist Aufschläge fällig.

Mehr zum Thema

► **Schwachstelle Europa** General Motors verdient weniger

(<http://www.ftd.de/unternehmen/industrie/autoindustrie/:schwachstelle-europa-general-motors-verdient-weniger/60127255.html>)

► **Katastrophen und starker Yen** Toyota, Pechvogel der Autobranche

(<http://www.ftd.de/unternehmen/industrie/:katastrophen-und-starker-yen-toyota-pechvogel-der-autobranche/60126591.html>)

► **Flottenmanagement** Dienstwagen für die Sekretärin

(<http://www.ftd.de/karriere-management/management/:flottenmanagement-dienstwagen-fuer-die-sekretaerin/60126343.html>)

► **Rückendeckung für deutschen Autobauer** General Motors adelt Opel-Chef

(<http://www.ftd.de/unternehmen/industrie/autoindustrie/:rueckendeckung-fuer-deutschen-autobauer-general-motors-adelt-opel-chef/60126342.html>)

Mehr zu: [Arbeitnehmer](#), [Dienstwagen](#)

Der Mitarbeiter zahlt dann entweder privat drauf oder wählt beispielsweise ein kleineres Modell, als er gemäß des Standardprogramms nehmen könnte. Schiebedach und Navigationsgerät zählen zu den beliebten Extras. Ebenso Sicherheitsausstattung, zu der je nach Fahrzeugklasse unter anderem Airbags, Brems- und Spurhaltassistenten und Abstandswarner zählen.

"Allerdings schreibt die Car-Policy der Firma eine hohe Sicherheitsausstattung meist ohnehin vor", sagt Arval-Vertriebschef Happel. Zum einen schützt der Arbeitgeber damit seine Mitarbeiter im Straßenverkehr. Zum anderen kommuniziert er so, dass er sich um deren Wohl sorgt.

Häufig bestimmen die Unternehmensvorgaben auch explizit, welche Ausstattung verboten ist: "Breitreifen sind in vielen Firmen tabu", sagt Happel. Allerdings weniger, um den Mitarbeiter vor seinem - möglicherweise - sportlichen Fahrstil zu schützen. Sondern eher, um das Geld für die teuren und verschleißanfälligen Reifen zu sparen und um den gepflegten Auftritt beim Kunden nicht zu ruinieren. Aus dem gleichen Grund sind auch Sportwagen eher selten. "Viele Unternehmen haben Sorge, dass sie mit solchen Autos bei Kunden nicht gut ankommen", sagt Happel.

Teil 2: Spagat zwischen Limousine und Coupé

Einige Hersteller haben die Not dieser finanzstarken Unternehmernklientel entdeckt. Modelle wie Mercedes CLS und Audi A7 Sportback beispielsweise versuchen den Spagat zwischen Limousine und eigentlich verpönten Coupé. "Damit haben die Hersteller vielen Dienstwagenfahrern einen großen Gefallen getan", sagt Vertriebschef Happel.

Doch nicht nur im Edelsegment ist die Modellpalette deutlich breiter geworden. Neben Limousinen und Kombis bieten sich den Mitarbeitern weitere Möglichkeiten. Wem das Platzangebot im Kombi zu gering erscheint, der darf auch einen Van ordern. "Es kann höchstens sein, dass ein Mitarbeiter etwas zuzahlen muss, wenn das Fahrzeug teurer ist als das Referenzmodell in der Hierarchiestufe", sagt Happel.

Auch beim CO2-Wert gibt es Hierarchien

Wenig Erfolg hatten die Flottenbetreiber bisher bei der Ökologisierung ihres Fuhrparks. In einigen Firmen haben CO2-Regelungen zwar schon Einzug gehalten, etwa in Form von Kohlendioxidobergrenzen je nach Hierarchiestufe. Der Chef bekommt dann beispielsweise einen höheren CO2-Ausstoß seines Fahrzeugs zugestanden als seine Angestellten, aber nicht mehr Leistung. Oder Mitarbeiter dürfen aufpreispflichtige Extras ordern, wenn sie unter dem CO2-Richtwert für ihre Hierarchiestufe bleiben. Die Mitarbeiter sind davon allerdings wenig begeistert. Daher haben sich bisher erst wenige Unternehmen auf eine entsprechende Dienstwagenordnung festgelegt. Wohl auch, weil ein grüner Fuhrpark allein noch keine Ökostrategie ist und es dem Großteil der Firmen bislang an einem entsprechenden und umfassenden Konzept fehlt. "90 Prozent verzichten bislang auf solche Regelungen", sagt VMF-Vorsitzender Velte.

Das Modell des Motivationsautos hat vor allem in den gehobenen Hierarchiestufen Konjunktur. In vielen Unternehmen liegt die Firmenwagenquote in sechsstelligen Gehaltsgrößen bei 50 Prozent und mehr; auf Sachbearbeiterebene sind Dienstautos dagegen immer noch die Ausnahme. Die Gründe: Zum einen sind Firmen bei Mitarbeitern in gehobenen Positionen eher dazu bereit, in deren Unternehmensbindung zu investieren. Zum zweiten sind die steuerlichen Vorteile für die Mitarbeiter umso größer, je höher ihr Einkommen ist. Denn zu versteuern ist meist nur der privat genutzte Teil des Fahrzeugs.

Dennoch können Firmenwagen auch für einen Sachbearbeiter Sinn machen. Dieser kann im Vergleich zum selbst angeschafften Privatwagen häufig Geld sparen, da der Arbeitgeber als Flottenbetreiber und Großabnehmer günstige Konditionen bekommt. Außerdem kann dieser bei Bedarf ein gesamtes Leasingpaket etwa mit Versicherung und Werkstattpaket ordern, wenn er sich selbst um nichts kümmern will. "Bei solchen Autos haben die Mitarbeiter einen sehr großen Spielraum", sagt Happel. "Der Arbeitgeber hat allenfalls eine moralische Sorgfaltspflicht, dass sich der Besitzer wirtschaftlich nicht übernimmt."

FTD.de, 12.11.2011

© 2011 Financial Times Deutschland,
