

## **CAMA-Kommentar**

16/2009

### **Gehaltsbestandteil „Firmenwagen“ bei Sparzwang der Unternehmen - Wie verändert sich der Markt insbesondere für die Premiumanbieter?**

In Deutschland wird fast die Hälfte der Pkws an Mietwagengesellschaften, als Firmenwagen oder für den Fuhrpark an Unternehmen verkauft. In den oberen Marktsegmenten werden sogar bis zu 90 Prozent der Pkw auf Unternehmen zugelassen – der überwiegende Teil als Firmenwagen.

Der Absatz von Firmenwagen ist wie der von Nutzfahrzeugen sehr viel stärker von Konjunkturschwankungen betroffen als der Pkw-Absatz an Privatpersonen. Es wäre deshalb denkbar, dass der Sparzwang in der gegenwärtigen Wirtschaftskrise Unternehmen dazu veranlasst, bei den Firmenwagen zu kürzen oder sie ganz zu streichen und damit insbesondere die Premiumanbieter in Absatznöte bringt.

Firmenwagen sind jedoch in der Regel ein wichtiger Gehaltsbestandteil. Viele Unternehmen haben ihren Mitarbeitern vertraglich Fahrzeuge in einem bestimmten Marktsegment, oft sogar eines bestimmten Herstellers und mit einer bestimmten Ausstattung und eine bestimmte Haltedauer zugesichert. Das sind Vergünstigungen, die Unternehmen ohne Einverständnis mit ihren Mitarbeitern weder deutlich kürzen noch ganz streichen können. Und selbst wenn sie gestrichen werden könnten, bestünde die Gefahr, dass die gut qualifizierten und Know-how tragenden Firmenwagenfahrer demotiviert werden und aus Verärgerung über die indirekten Lohnkürzungen das Unternehmen verlassen könnten – keine gute Voraussetzung zur Überwindung der aktuellen Krise.

Die Unternehmen müssen deshalb beim Thema Firmenwagen einen **Mittelweg zwischen dem Sparzwang und der Motivation der gut qualifizierten Mitarbeiter** finden. Er könnte z.B. darin bestehen, die Firmenwagen länger zu behalten, die Ausstattung etwas zurückzunehmen oder zu etwas günstigeren Modellen in der gleichen Fahrzeugklasse zu wechseln. Ein Wechsel der Fahrzeugklasse wäre ebenfalls denkbar, aber schon ein deutlich stärkerer Einschnitt in die bestehenden Vergünstigungen.

Es stellt sich nun die Frage, inwieweit der Sparzwang von Unternehmen angesichts der aktuellen Wirtschaftsentwicklung in Deutschland Auswirkungen auf den Kauf von Firmenwagen hat und wie sich dadurch der Markt insbesondere für die Premiumanbieter verändert.

Das Center für Automobil-Management (CAMA) hat in Süddeutschland 50 Unternehmen unterschiedlicher Größe und aus unterschiedlichen Branchen zu ihren Firmenwagenkäufen vor der Krise (2005), zu ihren gegenwärtigen Firmenwagenkäufen und zu möglichen Veränderungen bis 2012 befragt.

Die **CAMA-Untersuchung** zeigt vier wesentliche Entwicklungen beim Kauf von Firmenwagen, die den Markt für diese Fahrzeuge deutlich verändern:

### **1. Weiterer Anstieg der Haltedauer der Fahrzeuge**

Die durchschnittliche Haltedauer der Firmenwagen hat sich seit 2005 um etwa 3 Monate auf 4,07 Jahre erhöht, da diese Veränderung der Firmenwagenregelung von den Mitarbeitern am besten hingenommen wird. Diese Entwicklung wird sich weiter fortsetzen: die Befragten rechnen mit einem weiteren Anstieg der Haltedauer von Firmenwagen um durchschnittlich vier Monate.

### **2. Leichte Verschlechterung der guten Ausstattung von Firmenwagen**

Während 2009 noch etwa 48 Prozent der Befragten angaben, dass sich die Ausstattung der Firmenfahrzeuge in ihren Unternehmen gegenüber 2005 auf einem sehr guten Niveau gehalten und sogar noch leicht verbessert hat, werden bis 2012 von 70 Prozent der Befragten keine weiteren Veränderungen oder sogar leichte Abstriche bei der Fahrzeugausstattung erwartet.

### **3. Künftig stärkere Akzeptanz preisgünstigerer Firmenwagen der Marken VW und Audi**

Während die Präferenzen der Firmenwagenfahrer zwischen 2005 und 2009 in etwa gleich geblieben sind – sie lagen klar bei Fahrzeugen der Marken Mercedes und BMW – sind hier bis 2012 Veränderungen zu erwarten, weil die Kunden die Marken VW und vor allem Audi als immer „salonfähiger“ ansehen. 2012 können sich z.B. einige der Befragten einen VW-Passat als Firmenwagen vorstellen.

### **4. Künftig stärkerer Wechsel in niedrigere Fahrzeugklassen**

Die Befragung zeigt, dass in den Unternehmen von über 70 Prozent der Befragten seit 2005 beim Kauf von Firmenwagen die Fahrzeugklasse nicht gewechselt wurde. Bis 2012 erwarten allerdings 54 Prozent der Befragten, dass es beim Neukauf von Firmenwagen zu einem Wechsel der Fahrzeugklasse kommen dürfte, 41 Prozent erwarten einen Wechsel in eine niedrigere Fahrzeugklasse. In einigen der Unternehmen haben die Vorstände bereits die Fahrzeugklasse gewechselt und damit den Segmentwechsel eingeläutet.

Die Untersuchung zeigt, dass Unternehmen im Sparzwang durch die Wirtschaftskrise auch den Gehaltsbestandteil „Firmenwagen“ antasten, hier allerdings bislang behutsam vorgehen, was eine Demotivation der besser qualifizierten Mitarbeiter begrenzen dürfte: Sie haben bereits in den letzten Jahren die Haltedauer der Fahrzeuge verlängert und die Ausstattung leicht zurückgenommen und werden diese Entwicklung fortsetzen. Angesichts der starken Krise, sind sie künftig aber auch zu stärkeren Sparmassnahmen gezwungen: Es wird erwartet, dass sie preisgünstigere Modelle und teilweise auch in niedrigeren Marktsegmenten kaufen.

Ein solcher Trend zum „downsizing“ ist anders als der durch die Abwrackprämie ausgelöste Trend, private Pkws in niedrigeren Marktsegment zu kaufen, nicht vorübergehend und nach Ende von Prämie und Krise (CAMA-Kommentar 15/2009) auch nicht reversibel, sondern dürfte anhalten: Im zunehmenden Wettbewerb mit Konkurrenten aus Niedriglohnländern werden Firmen(kunden) weiter sparen müssen.

Damit verschlechtert sich in Deutschland der Markt für Premiumfahrzeuge dauerhaft, ein Trend, den die Anbieter von Firmenwagen und damit insbesondere die Premiumanbieter nur durch Absatz von Firmenwagen in Emerging Markets ausgleichen können: dort werden in immer mehr Unternehmen bestausgestattete Firmenwagen teurerer Modelle in den obersten Fahrzeugklassen gefahren.

Haben Sie Anmerkungen zu diesem Kommentar?

[info@cama-automotive.de](mailto:info@cama-automotive.de) – wir antworten umgehend!