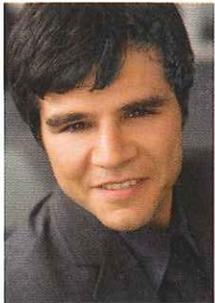


## Starke Motoren immer noch vor Umweltfreundlichkeit

# Dienstwagen 2010



**Davide Vitolo,**  
Hewitt Associates, München

**Eines scheint sicher zu sein: Das Auto ist und bleibt der Deutschen liebstes Kind. Obwohl Umweltschutz mittlerweile in allen Lebensbereichen im Trend liegt, gilt beim Auto immer noch: Je größer das Modell und je stärker der Motor, desto höher das Ansehen des Fahrers. Zumindest zeigen das die Ergebnisse unserer aktuellen Studie „Dienstwagen – Praxis und Trends 2009 – 2010“.**

## 1 Große Modelle mit starken Motoren machen das Rennen

75 Unternehmen in Deutschland wurden befragt und Daten von mehr als 3.900 Einzelpositionen erhoben: Bei 78 % hat der Dienstwagen weiterhin einen hohen Stellenwert als Bestandteil der Gesamtvergütung – trotz steigender Kosten, nicht zuletzt durch hohe Benzinpreise und erhöhte Steuerbelastung bei großmotorigen Modellen.

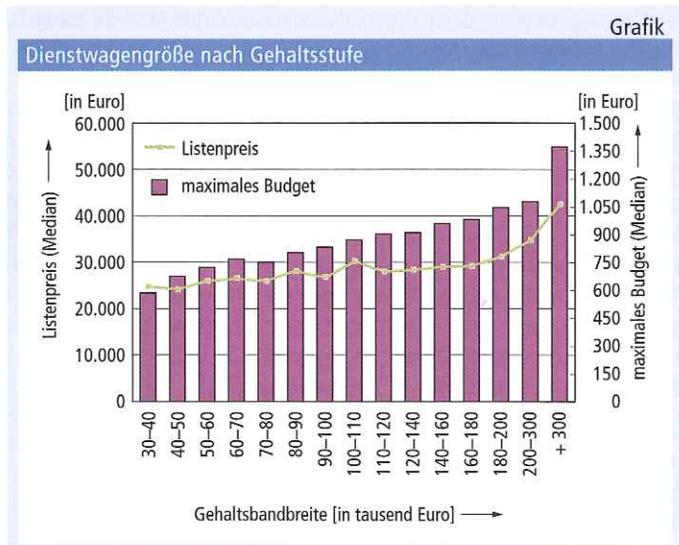
Insgesamt haben 18 % aller Mitarbeiter das Recht, einen Dienstwagen zu fahren. In erster Linie sind dabei Mitglieder des gehobenen Managements und Vertriebsmitarbeiter zu nennen: Mit 97 % gibt es den höchsten Anteil an Dienstwagenberechtigten unter den Geschäftsführern. Im Topmanagement sind es 94 %, im Management insgesamt 69 %. Von den Vertriebsmitarbeitern dürfen immerhin 64 % einen Dienstwagen fahren.

Geht es um den Dienstwagen, ignorieren Arbeitnehmer fast immer Umweltgesichtspunkte und reizen die Grenzen des Möglichen oftmals aus. Bei der Auswahl des Fahrzeugs stellen i. d. R. das verfügbare Budget oder eine definierte Modellpalette den Rahmen. Die wichtigsten Auswahlkriterien bleiben Preis (83 %) und Sicherheit (53 %). Die Gestaltungsspielräume variieren allerdings oft: Bei Kostenbeteiligung genehmigen viele Unternehmen eine größere Fahrzeugkategorie bzw. höhere Motorisierung. 57 % der Dienstwagenberechtigten nehmen diese Wahlmöglichkeit tatsächlich in Anspruch und wählen ein größeres Fahrzeugmodell als vorgesehen. Die Mehrkosten werden dabei direkt über das monatliche Gehalt abgerechnet, teilweise aus dem Bruttogehalt in Form einer Gehaltsumwandlung, teilweise aber auch aus dem Nettogehalt. Die Überschreitung des Budgets ist in den meisten Fällen beschränkt, häufig auf einen maximalen Prozentsatz der Leasingrate, seltener auf einen maximalen Betrag. Kommen Beschäftigte in den Genuss einer erweiterten Fahrzeugberechtigung, die i. d. R. mit einem Anstieg des Gehalts einhergeht, entscheiden sie sich dann oft für eine höhere Motorleistung.

## 2 Auswahloptionen und Einschränkungen

Am häufigsten sind Kombinationen ausgewählter Marken und Modelle bis zu einer bestimmten maximalen Leasingrate bzw. bis zu einem Bruttolistenpreis in definierter Höhe. Rund die Hälfte der Geschäftsführer, Manager und Vertriebsmitarbeiter kann unter diesen Bedingungen ihren Dienstwagen auswählen.

- Kriterium Treibstoffkosten – der Firmenwagen muss oft ein Diesel sein: Regelmäßig ist ein Dieselfahrzeug vorgegeben. Der Zwang zum Diesel ist bei Vertriebsmitarbeitern – die jährlich auch meist weite Strecken mit dem Auto zurücklegen – am stärksten ausgeprägt: Fast zwei Drittel der Außendienstmitarbeiter sind auf ein Dieselfahrzeug festgelegt. Bei den Geschäftsführern sind nur 41 % auf einen Diesel limitiert.
- Fun-Faktor unzulässig – keine Sportfahrzeuge und Geländewagen: Die meisten Unternehmen lassen weder Geländefahrzeuge noch Sportwagen als Dienstfahrzeuge zu. Immerhin gut drei Viertel der Mitglieder der Geschäftsführung dürfen kein Sportfahrzeug als Dienstwagen wählen, zwei Drittel kein Cabrio. Begrenzen die Unternehmen die CO<sub>2</sub>-Emissionen für Dienstwagen, müssen Sportfahrzeuge und Geländefahrzeuge aus dem Auswahlkatalog genommen werden, weil sie i. d. R. die Richtwerte überschreiten würden.



## 3 Gelebter PS-Patriotismus: Deutsche Autobauer vorn

Die deutschen Premiumhersteller stehen bei Arbeitnehmern und Arbeitgebern weiterhin hoch im Kurs: Rund 87 % der Dienstfahrzeuge auf deutschen Straßen sind heimische Fabrikate. Französische und schwedische Marken sind eher selten zu finden, asiatische Fahrzeuge stehen auf der Wunschliste an letzter Stelle. Für diese Prioritätensetzung gibt es zwei Hauptgründe: Zum einen fühlen sich viele Mitarbeiter offenbar mit deutschen Marken verbunden, zum anderen überzeugen sie die besseren Konditionen beim Leasen deutscher Fahrzeuge, häufig durch den höheren Restwert.

Das beliebteste Fahrzeug im oberen und mittleren Management ist der Audi A6 Diesel mit einem Hubraum von 2.500 bis 3.000 Kubikzentimetern. Aber auch auf niedrigeren Hierarchiestufen sowohl bei Fachkräften als auch im Vertrieb fahren die Mitarbeiter meist Fahrzeuge mit einem Hubraum von mehr als 2.000 Kubikzentimetern. Am beliebtesten sind hier der Audi A4, dicht gefolgt vom VW Passat.

Allerdings scheinen sich die Automobilhersteller in den einzelnen Funktionen der Unternehmen unterschiedlicher Beliebtheit zu erfreuen:

- So fahren Mitarbeiter im HR-Bereich über alle Hierarchiestufen hinweg mit großer Mehrheit Audi,
- abgesehen von den Spezialisten, die größtenteils im BMW sitzen.
- Mitarbeiter der Rechtsabteilung entscheiden sich vor allem für Mercedes,
- im Marketing dominiert wieder Audi
- und im Kundenservice VW.

## 4 CO<sub>2</sub>-Richtlinien auf dem Vormarsch

Inzwischen hat auch die Flottenmanager in den Unternehmen die Diskussion um klimaschonende Fahrzeuge erreicht. Häufig achten sie heute bereits bei der Gestaltung der Dienstwagenrichtlinien auf CO<sub>2</sub>-Richtwerte.

### Wichtig

Trotzdem kann man nicht von einer umweltfreundlichen Politik der Unternehmen in Sachen Firmenwagen sprechen, denn üblicherweise verbrauchen größere Fahrzeuge mit größeren Motoren auch mehr Kraftstoff und haben einen weit höheren CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Zudem spielen Hybridfahrzeuge in den aktuellen Auswahlkatalogen bisher noch keine nennenswerte Rolle. Dies mag vor allem daran liegen, dass die bewährten Modelle hauptsächlich aus Japan kommen.

Generell stecken die Unternehmen in einer Zwickmühle, denn das Auto ist und bleibt ein wichtiges Vehikel der Selbstdarstellung. Einschränkungen in der Motorisierung würden daher Unruhe und Missmut erzeugen und die tatsächlichen Einsparungen stünden hierzu in keinem adäquaten Verhältnis. Hinzu kommt, dass viele Mitarbeiter, z. B. in Vertriebs- und Servicefunktionen, auf ein leistungsfähiges Fahrzeug angewiesen sind. Diese Autos machen häufig den größten Anteil der Flotte eines Unternehmens aus. Blicke nur die unpopuläre Alternative, das Budget für den Fahrzeugkauf allgemein herunterzusetzen und damit den Druck zu erhöhen, ein kleineres, umweltfreundlicheres Fahrzeug zu wählen.

Dennoch folgen viele Unternehmen dem Trend zu einem „grünen Image“ und führen CO<sub>2</sub>-Vorgaben für Dienstfahrzeuge ein, vgl. auch Sieg, AuA 5/09, S. 270 ff. Die Akzeptanz dieser Maßnahme dürfte höher sein als eine pauschale Kürzung der Budgets für die Anschaffung von Firmenwagen.

### Praxistipp

Eines der einfachsten und gängigsten Modelle zur Umsetzung einer solchen Vorgabe ist ein CO<sub>2</sub>-Limit, das nicht überschritten werden darf. Rund ein Drittel der von Hewitt befragten Unternehmen regelt den maximalen CO<sub>2</sub>-Ausstoß eines Fahrzeugs bereits in der Dienstwagenrichtlinie. Ein weiteres Drittel wird dies in den kommenden Jahren tun. Im Durchschnitt liegen die Werte zwischen 155 g/km CO<sub>2</sub>-Ausstoß bei den Dienstwagen von Außendienstmitarbeitern und 190 g/km CO<sub>2</sub>-Ausstoß bei Firmenautos des Topmanagements.

Begrenzung des CO <sub>2</sub> -Ausstoßes (in g/km CO <sub>2</sub> -Emission)						Übersicht
	Sachbearbeitung	Außendienst	Vertrieb	Management	Topmanagement	General Management
Median	173	160	155	175	190	190
Durchschnitt	170	167	165	174	182	185

Unterschiedliche Limits pro Hierarchieebene sind häufiger anzutreffen als ein Richtwert, der alle Mitarbeiter des Unternehmens betrifft. Es gilt: Je höher die Position, desto mehr CO<sub>2</sub> darf man ausstoßen. So gewährleisten Unternehmen, dass sich die Position des Mitarbeiters bei der Wahl des Fahrzeugs widerspiegelt. Die gute Nachricht ist, dass sich die Autoindustrie auf den Trend der CO<sub>2</sub>-Regulierung bereits eingestellt hat, daher sind die Werte mindestens alle zwei Jahre, wenn nicht sogar jedes Jahr, anzupassen.

## 5 Maßnahmen für umweltschonendes Verhalten

Inzwischen bieten 33 % der Arbeitgeber ihren Beschäftigten mit Dienstwagenberechtigung Fahrtrainings an. Denn nicht nur auf die Technik kommt es an, sondern vor allem auch auf den Fahrer. Eine ökonomische und vorausschauende Fahrweise kann bis zu 30 % Kraftstoff sparen. Zu den Maßnahmen, die Unternehmen hier ergreifen, gehören

- Spritspar- und Ecotrainings,
- das Monitoring des Kraftstoffverbrauchs sowie
- Kraftstoffverbrauchswettbewerbe wie der EcoDriver.

### Praxistipp

Einen besonderen Anreiz für umweltschonendes Verhalten schaffen sog. Bonus-Malus-Systeme. Über- oder unterschreitet ein Mitarbeiter mit seinem Dienstwagen den Richtwert, hat das jeweils einen Bonus oder eine „Strafzahlung“ zur Folge. Die Bandbreite liegt zwischen fünf und zehn Euro pro Gramm CO<sub>2</sub>-Ausstoß über oder unter dem Richtwert. Dabei hat sich das Malus-System in der Praxis häufiger durchgesetzt. Ein interessanter Ansatz könnte sein, die Bonuszahlungen bei einer deutlichen Unterschreitung der CO<sub>2</sub>-Grenzen in ein Umweltprojekt zu investieren und dies für Public-Relations-Zwecke zu nutzen. Allerdings muss man hierbei die administrativen Kosten berücksichtigen.

## 6 Fazit: Was der Umwelt dient, dient auch dem Unternehmen

Für welches Modell der CO<sub>2</sub>-Regulierung sich Arbeitgeber auch entscheiden – letztlich kommt dies nicht nur der Umwelt zugute, sondern schon zudem die Budgets der Unternehmen. Auch wenn die Firmen kein Geld für die Fahrzeuge direkt sparen und eine deutliche Ersparnis nur dann realisierbar wäre, wenn alle Mitarbeiter auf kleinere Fahrzeuge umsteigen, reduziert eine Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen den Treibstoffverbrauch. Bei Senkung des Benzinverbrauchs pro 100 Kilometer um einen Liter durch einen kleinen Motor liegt die Summe bei einer Flottengröße von 1.000 Autos schnell bei mehreren hunderttausend Euro. Das macht sich nicht nur für die Umwelt, sondern auch für die Firmen bezahlt. Spannend wird sicher die Entwicklung in diesem Bereich, wenn deutsche Hybridfahrzeuge salonfähig werden.