

Fahrzeugmarkt | 23.11.2023 | Lesezeit 2 Min.

Mit Abo zum Auto

Potenzielle Autokäufer sind momentan verunsichert, auf welche Technologie sie bei einem neuen Wagen setzen sollen: Benzin, Diesel, Hybrid oder vollelektrisch? Nicht zuletzt deshalb sucht die Branche nach neuen Wegen, um ihre Produkte unters Volk zu bringen. Eine Hoffnung heißt Autoabo.

Fehlende Ladeinfrastruktur für E-Autos – vor allem in ländlichen Regionen –, teure klassische Kraftstoffe sowie der allgemeine Preisanstieg durch die Inflation: Menschen in Deutschland, die einen Autokauf in Erwägung ziehen, zögern ihre Entscheidung derzeit oft hinaus.

Wer unschlüssig ist, welche Antriebsform sein künftiges Auto haben soll, kann mittlerweile ein Auto abonnieren, statt es zu kaufen, und bleibt so flexibel.

Für Unentschlossene gibt es mittlerweile aber einen neuen Weg zum Auto, ohne sich auf Dauer festlegen zu müssen: das Abo. Es kombiniert Elemente einer Mietwagenbuchung mit einer monatlichen Ratenzahlung, also eine Alles-inklusive-Lösung mit dem Konzept eines Leasingvertrags. Das Leasing spielt als Alternative zum Autokauf für die Fahrzeugindustrie ohnehin schon lange eine zentrale Rolle, wie Daten des entsprechenden Bundesverbands zeigen (Grafik):

Im Jahr 2022 hat die deutsche Leasingwirtschaft über 45 Milliarden Euro

ausgegeben, um **Personenkraftwagen** für ihre Kunden zu kaufen.



45,2 Milliarden Euro hat die Leasingwirtschaft im Jahr 2022 in Deutschland ausgegeben, um Personenkraftwagen zu kaufen.

Insgesamt hat die Leasingbranche rund **72** Milliarden Euro für Neuanschaffungen aufgebracht; fast 64 Prozent des Werts aller neuen Leasingobjekte entfielen damit auf Pkw.

Die Leasingquote – der durch Leasing finanzierte Anteil an den gesamtwirtschaftlichen Investitionen – lag 2022 in Deutschland bei **14** Prozent. Neben Autos wurden vor allem **14** Produktionsmaschinen via Leasing finanziert.

Quellen: Bundesverband Deutscher Leasing-Unternehmen, Institut der deutschen Wirtschaft

Anders als beim klassischen Leasing sind beim Autoabo im monatlichen Preis bereits Steuern und Versicherung, der TÜV sowie Wartung und der Wechsel von Verschleißteilen wie Reifen, Öl und Bremsen inklusive.

Viele Anbieter der Abonnementmodelle sind ausschließlich digital unterwegs, der Bestellprozess ist entsprechend schnell erledigt. Teilweise bieten die Dienstleister ihren Kunden Fahrzeuge hersteller- und modellübergreifend an.

Mittlerweile haben sowohl Autohersteller als auch klassische Mietwagenanbieter das Autoabo als Vertriebsweg ausgemacht. Hinzu kommen Anbieter, die den Fahrzeugbestand von verschiedenen Händlern im Abo vermitteln.

Eine Studie des Center Automotive Research aus dem Jahr 2022 attestiert dem Autoabo rosige Perspektiven:

Rund 72 Prozent jener Personen, die in den kommenden drei Jahren in Deutschland ein neues Auto brauchen, können sich ein Abomodell vorstellen.

Ganz ohne Nachteile ist das Abo allerdings nicht. So sind, wie beim Leasing, oft nur verhältnismäßig wenige Freikilometer inklusive und mehr Laufleistung kostet extra oder ist nicht vorgesehen. Der Monatspreis steigt außerdem, je kürzer die Grundlaufzeit des Vertrags ist.

Zwar sind die Fahrzeuge meist kurzfristig verfügbar, dafür aber in der Regel vorkonfiguriert. Das bedeutet: Wagenfarbe und Ausstattung sind vorgegeben und nicht personalisierbar. Damit erinnert das Abonnement an die Ursprünge der Pkw-Produktion, als Henry Ford feststellte: „Jeder Kunde kann ein Auto in jeder gewünschten Farbe haben, solange es schwarz ist.“

Kernaussagen in Kürze:

- Das Autoabo kombiniert Elemente einer Mietwagenbuchung mit einer monatlichen Ratenzahlung.
- Anders als beim klassischen Leasing sind beim Autoabo bereits Steuern und Versicherung, der TÜV sowie Wartung und der Wechsel von Verschleißteilen inklusive.
- Das Abo ist eine Option für alle potenziellen Autokäufer, die unsicher sind, auf welche Technologie sie bei einem neuen Wagen setzen sollen.