

Automobile Trends und Flottenmanagement IV

Wie Auto-Abonnements die Fuhrparkbeschaffung verändern

Anbieter von Auto-Abonnements sind im Aufwind. Gegen eine monatliche Gebühr kann der Kunde ein Fahrzeug mieten, ohne sich um die administrativen Angelegenheiten und die Wartung kümmern zu müssen. Klingt verlockend, doch was steckt genau hinter diesen Angeboten?

› Dr. Irma Ambauen, Susanna Auf der Maur-Quinn

Wie so oft kommt auch das Auto-Abo aus den USA. «Vehicle subscription» wurde in den USA 2010 erstmals angeboten. Das Flatrate-Angebot für Autos war zunächst unter dem Namen «Flexlease» und später unter «Carousel» bekannt. Bis heute haben sich weltweit zahlreiche Unternehmen, darunter viele Start-ups, auf das Anbieten von Auto-Abonnements spezialisiert. Nun hat diese Entwicklung auch die Schweiz erreicht: Unternehmen wie Upto, Juicar, FlatDrive oder Carvolution, um nur einige zu nennen, aber auch klassische Autohändler wie die Auto Kunz AG oder die Amag (unter dem Namen «Clyde») bieten Mietautos an.

Vor allem an Privatpersonen

Die Auto-Abos sind in erster Linie auf Privatpersonen zugeschnitten. Mit ein paar einfachen Klicks lässt sich online unkompliziert ein Fahrzeug abonnieren. Es wird dabei weder Eigentum am Auto erworben, noch hat sich der Kunde wie bei Leasingverträgen langfristig zu binden. Das Angebot ist vergleichbar mit Mietautos, welche gelegentlich für wenige Tage in den Ferien gebucht werden.

Es bietet viel Flexibilität und ist ideal, wenn man beispielsweise lediglich in den Wintermonaten ein Auto benötigt oder während der Sommermonate mit einem Cabrio Ausflüge machen möchte.

Braucht man das Auto nicht mehr, kann es nach Ablauf der Mindestlaufzeit zurückgegeben werden. Das Mietfahrzeug darf in der Regel auch von Familienmitgliedern oder Freunden gefahren werden, teilweise jedoch nur, wenn die Perso-

nen vorgängig dem Vermieter gemeldet werden. Die meisten Angebote beinhalten eine limitierte Anzahl Kilometer pro Monat. Fährt der Kunde mehr als die maximale Kilometeranzahl, werden die zusätzlichen Kilometer verrechnet. Teilweise werden nicht gefahrene Kilometer dem Kunden für den Folgemonat angerechnet.

Vergleichen lohnt sich

Unterschiede zwischen den konkurrierenden Anbietern bestehen nicht nur in den zur Verfügung stehenden Fahrzeugmodellen, sondern auch in der Mindestlaufzeit und der generellen Preisgestaltung, wobei die meisten Anbieter Vielfahrer von Gelegenheitsfahrern unterscheiden.

Bei Amag, FlatDrive und der Auto Kunz AG beträgt die Abo-Mindestlaufzeit drei Monate. Upto und Carvolution sehen eine Mindestlaufzeit von einem halben Jahr vor. Einzig bei Juicar, die Abonnements für Elektroautos anbieten, kann man ein Auto auch nur für einen Monat mieten. Hingegen verlangt Juicar für Neukunden eine einmalige Anmeldegebühr in der Höhe von 299 CHF. Amag und Upto ver-



kurz & bündig

- › Zahlreiche Anbieter werben derzeit mit «All inclusive»-Auto-Abonnements.
- › Geringer Administrationsaufwand, Kostentransparenz und Flexibilität sind die Vorteile gegenüber dem herkömmlichen Leasing oder Kauf.
- › Vergleichen lohnt sich auf jeden Fall sowohl für Privat- als auch für Geschäftskunden. Dabei ist allerdings ein Blick ins Kleingedruckte unerlässlich.



langen für die Anmeldung keine Gebühr. Bei Carvolution und Auto Kunz AG wird eine einmalige Einstiegsgebühr von 390 CHF verrechnet. Bei der Auto Kunz AG ist dafür das SBB-Halbtax-Abo inklusive. Generell belaufen sich die monatlichen Mieten, je nach Fahrzeugmodell und maximalen Kilometern, auf 300 CHF (Kleinwagen ohne Kilometer) bis 1000 CHF. Aber auch Luxuswagen für monatlich 2500 CHF sind zu haben.

Die Vorteile

Die Vorteile gegenüber einem Kauf oder dem Leasing liegen auf der Hand. Mit

dem Auto-Abo hat der Kunde einen Ansprechpartner. Das führt zu transparenten Kosten und weniger administrativem Aufwand für den Kunden. Der Kunde muss sich nicht mehr selbst um Vignette, Versicherung, Fahrzeugsteuer, Service und Wartung kümmern. Alles ist in der monatlichen Miete inbegriffen. Hinzu kommen einzig Kosten für den Treibstoff, fürs Parkieren oder zu viel gefahrene Kilometer. Möchte der Kunde sein Fahrzeug nicht mehr, kann er den Mietvertrag einfach kündigen. Im Vergleich zum Leasing – bei dem man sich in der Regel mindestens ein Jahr bindet – kann das Auto auch nur für wenige Monate gemietet werden.

Zudem ermöglicht die Automiete auch eine schnelle Anpassung an geänderte Verhältnisse. Wird einem Kunden die monatliche Miete zu teuer, kann er den Mietvertrag relativ schnell und ohne Zusatzkosten beenden. Wird das gemietete Auto zu klein, kann der Kunde unkompliziert auf ein grösseres wechseln. Dies im Gegensatz zum Leasing oder Kauf, bei dem ein vorzeitiger Fahrzeugwechsel oft sehr teuer wird.

Das Kleingedruckte

Bei allen Anbietern werden die allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB), die Versicherungsbedingungen und die Datenschutzerklärung Bestandteil des Mietvertrages. Es lohnt sich also, diese Dokumente etwas genauer anzuschauen.

Im Gegensatz zum Leasing bleibt der Vermieter Halter des Fahrzeugs und der Kunde wird lediglich als Lenker im Fahrzeugausweis eingetragen. Das ist aus Sicht der Anbieter durchaus sinnvoll, da es dem Anbieter eine rechtlich stärkere Stellung gibt. So ist zum Beispiel ein Verkauf des gemieteten Fahrzeuges durch den Mieter kaum mehr möglich. Im Gegenzug unterliegt der Vermieter jedoch der Halterhaftung gemäss Artikel 58 des Strassenverkehrsgesetzes. Das bedeutet, dass der Geschädigte eines Unfalls die Möglichkeit hat, nebst dem Unfallverursacher, den Vermieter als Halter des Fahrzeuges direkt zu belangen. Der Vermieter selbst kann dann wieder auf den Mieter zurückgreifen.

Im Schadensfall können die Interessen des Vermieters somit plötzlich mit jenen des Mieters kollidieren. Für diesen Fall sollte sich der Kunde insbesondere bewusst sein, dass er sich mit der Aufzeichnung von Daten zum Fahrverhalten (zum Beispiel Abweichungen zur erlaubten Höchstgeschwindigkeit) einverstanden erklärt hat und diese Daten dem Vermieter somit zur Verfügung stehen. In den meisten Datenschutzerklärungen wird denn auch festgehalten, dass persönliche

Daten für die Geltendmachung rechtlicher Ansprüche und die Verteidigung in Zusammenhang mit rechtlichen Streitigkeiten genutzt werden können.

Bei den meisten Anbietern erklärt sich der Kunde zudem mit dem sogenannten Profiling einverstanden. Dabei handelt es sich um eine automatisierte Form der Verarbeitung von personenbezogenen Daten. Ziel ist es, die Bewertung persönlicher Aspekte einer natürlichen Person zu ermöglichen. Es geht zum Beispiel um Rückschlüsse auf die wirtschaftlichen Verhältnisse, die persönlichen Vorlieben, den Aufenthaltsort oder die Mobilität einer Person. Dazu senden die Fahrzeuge insbesondere GPS-Daten. Zurzeit geht im Parlament die Totalrevision des Datenschutzgesetzes in die letzte Runde. Einen der Knackpunkte bildet dabei das Profiling und die damit verbundenen Risiken für die betroffenen Personen.

Auch wenn viele Personen im Umgang mit ihren persönlichen Daten nach wie vor sehr grosszügig sind, können zum Beispiel GPS-Daten Rückschlüsse auf persönliche Verhältnisse zulassen, was einem beim Abschluss eines Auto-Abos nicht bewusst ist. Nehmen wir beispielsweise an, dass A regelmässig mit dem Auto nach der Arbeit zum Fitnesscenter fährt. Plötzlich fährt A weder zum Arbeitsplatz noch zum Fitnesscenter. Dafür steht das Auto des A regelmässig auf dem Parkplatz einer Reha-Klinik. Dieses geänderte Nutzungsverhalten kann die unterschiedlichsten Gründe haben: A könnte neu für die Reha-Klinik arbeiten, die ihren Mitarbeitenden erlaubt, das hauseigene Fitnesscenter zu nutzen. A könnte Patient in der Reha-Klinik sein. Vielleicht hat A das Fahrzeug auch nur an eine Freundin ausgeliehen, die es temporär nutzt. Viele weitere Szenarien sind denkbar.

Auch wenn es nicht das primäre Ziel der Auto-Abo-Anbieter ist, die persönlichen Daten an Dritte weiterzugeben oder zu verkaufen, ist nicht von der Hand zu weisen, dass insbesondere Daten zur

Mobilität interessante Rückschlüsse auf persönliche Verhältnisse zulassen. Denn zusammen mit weiteren Datenquellen (zum Beispiel dem Verhalten auf sozialen Medien) können die oben beispielhaft aufgezählten Möglichkeiten relativ gut eingeschränkt werden. Es lohnt sich daher, die Datenschutzerklärungen der Anbieter genau zu studieren und von allenfalls vorhandenen Möglichkeiten zur Einschränkung der Datenbearbeitung Gebrauch zu machen.

Business-to-Business-Lösungen

Wie bereits erwähnt, scheinen sich die meisten Anbieter von Auto-Abonnements in erster Linie an Privatpersonen zu wenden. Das B2B-Geschäft wird zum Beispiel von Carvolution oder Juicar angeboten, wenn auch weniger offensiv. Obwohl das eigentliche Businessmodell der Auto-

miete auf Geschäftskunden übertragbar ist, dürften sich die Anforderungen, die Geschäftskunden an die Miete einer ganzen Fahrzeugflotte haben, von denjenigen der Privatkunden unterscheiden. Das bestätigt auch Urs Jaschke, Head of Innovation Lab der Amag: «Wir sind der Überzeugung, dass Firmen andere Bedürfnisse an die Mobilität stellen als Privatkunden, daher werden wir auch mit Firmenkunden entsprechende Lösungen erarbeiten.»

Ob sich die Miete einer Flotte gegenüber den herkömmlichen Beschaffungsmethoden, insbesondere dem Leasing, für ein Unternehmen lohnt, dürfte unter dem Strich von den ausgehandelten Konditionen abhängen. Zwar fällt für Unternehmen mit der Lösung aus einer Hand einiges an administrativem Aufwand weg, auf der anderen Seite verliert das Unternehmen mit der Miete auch ein Stück Autonomie über seine Fahrzeugflotte. «



Porträt



Dr. Irma Ambauen

Rechtsanwältin

Kaufmann Rüedi Rechtsanwälte AG



Susanna Auf der Maur-Quinn

Rechtsanwältin, Partnerin

Kaufmann Rüedi Rechtsanwälte AG



Kaufmann Rüedi Rechtsanwälte ist eine national und international tätige Wirtschaftskanzlei, inklusive Notariat, mit Büros in Luzern und Baar (ZG).



Kontakt

irma.ambauen@krlaw.ch, susanna.aufdermaur@krlaw.ch, www.krlaw.ch