

Bike-Leasing – Arbeitnehmer fahren auf E-Bikes ab

Fahrräder sind ein wesentlicher Bestandteil aktueller sowie zukünftiger Mobilitätskonzepte, und insbesondere E-Bikes erfreuen sich derzeit großer Beliebtheit bei den Konsumenten (siehe auch unser Consumer Sector Briefing „[E-Bikes auf der Überholspur](#)“). Unter anderem beflügelt von einem steigenden Fitness- und Gesundheitsbewusstsein sowie der COVID-19-Pandemie, die den Drang nach Bewegung an der frischen Luft weiter gefördert hat, verzeichnete der Zweirad-Industrie-Verband (ZIV) 2021 mit 4,7 Millionen Fahrradverkäufen in Deutschland einen deutlichen Zuwachs im Vergleich zu den Jahren vor der Pandemie.¹ Ein weiterer Treiber des Aufwärtstrends ist das immer populärer werdende Firmenrad-Leasing.

Eine aktuelle Deloitte-Befragung zeigt, dass für das Leasing von Firmenfahrrädern noch erhebliches, ungenutztes Potenzial besteht, insbesondere da es von der Mehrheit der Befragten als attraktiv empfunden wird.

Die aktuelle Dynamik ist Grund genug, das Modell und die Durchdringung des durch den Arbeitgeber geförderten Bike-Leasings genauer unter die Lupe zu nehmen. Die dargestellten Ergebnisse basieren auf einer von Deloitte im Frühsommer 2022 durchgeführten, repräsentativen Konsumentenbefragung in Deutschland, an der insgesamt 585 Arbeitnehmer und Selbstständige ab einem Alter von 18 Jahren teilgenommen haben.

Beim vom Arbeitgeber geförderten Bike-Leasing können Arbeitnehmer (und mittlerweile auch Selbstständige – in diesem Fall entfällt die Überlassung an den Arbeitnehmer) ein Fahrrad über ihren Arbeitgeber leasen, das sowohl für berufliche als auch für private Zwecke genutzt werden kann. So müssen insbesondere hochwertige Fahrräder oder vergleichsweise teure E-Bikes nicht durch Einmalzahlungen gekauft, sondern können in monatlichen Raten finanziert werden – und sind dabei durch eine steuerlich vorteilhafte Gehaltsumwandlung auch noch preiswerter als bei einem Direktkauf. Der Bundesverband Zukunft Fahrrad beziffert das Marktpotential in naher Zukunft auf ca. 500.000 neu geleaste Firmenräder bei jährlich 4 Millionen verkauften Fahrrädern.²

Abb. 1: Schematische Modelldarstellung des Firmenrad-Leasings



Quelle: Deloitte-Analyse

Leasing-Unternehmen im Zentrum des Bike-Leasing-Modells

Das Modell des Firmenleasings involviert unterschiedliche Stakeholder; vom Arbeitnehmer über den Arbeitgeber und das Leasing-Unternehmen bis hin zum Fahrradhändler (Abb. 1). Zentrales Element bildet der Leasingvertrag über das Firmenfahrrad zwischen Fahrradleasing-Unternehmen (Leasinggeber) und Arbeitgebern (Leasingnehmer) für einen Zeitraum von meistens drei Jahren. Das Leasing-Unternehmen bezieht die Fahrräder zu vergünstigten Konditionen von Fahrradhändlern, bei denen sich Arbeitnehmer ein passendes Modell aussuchen können, und die häufig auch als Reparatur- und Servicepunkt dienen.

In der Folge überlässt der Arbeitgeber das Firmenrad seinem Mitarbeiter, zumeist in Form einer

Gehaltsumwandlung, bei welcher sich der Bruttolohn des Arbeitnehmers um die monatliche Leasingrate verringert. Hierdurch sinkt das zu versteuernde Einkommen des Arbeitnehmers, welches lediglich um einen geringen geldwerten Vorteil (ca. 0,25% des Fahrrad-Bruttolistenpreises) erhöht wird.

Dadurch können sich gegenüber dem Direktkauf Einsparpotenziale für den Nutzer ergeben. Zusätzlich beteiligen sich einige Arbeitgeber regelmäßig an der Leasingpauschale oder übernehmen weitere Leistungen, wie Versicherung oder Service für das Bike. Alternativ kann der Arbeitgeber seinen Arbeitnehmern das Firmenrad als zusätzlichen Gehaltsbestandteil zur Verfügung stellen. In diesem Fall ist die private Nutzung steuerfrei – zumindest bis zum Auslaufen der aktuellen Regelung im Jahr 2030.

Großes Potenzial dank positiver Wahrnehmung, aber aktuell noch geringes Angebot

Die von Deloitte durchgeführte Konsumentenbefragung verdeutlicht, dass noch ungenutztes Potenzial bei der Verfügbarkeit solcher Angebote in Unternehmen besteht (Abb. 2). Mit 60 Prozent schätzt mehr als die Hälfte der Befragten die Bike-Leasing-Möglichkeit als attraktiv ein. Trotz dieser sehr positiven Wahrnehmung des Angebots gaben lediglich 21 Prozent der befragten Arbeitnehmer und Selbstständigen an, von der Möglichkeit des Firmenrad-Leasings innerhalb ihrer Unternehmen zu wissen.

Abb. 2: Einschätzung der Attraktivität vs. Möglichkeit zur Nutzung des Firmenrad-Leasings



Quelle: Deloitte E-Mobility Survey 2022

Firmenrad-Leasing treibt den E-Bike Boom weiter an

Sofern die Möglichkeit des Firmen-Bike-Leasings gegeben ist, wird sie von mehr als einem Drittel der Befragten (35%) wahrgenommen (Abb. 3). Vor allem der Verkauf von E-Bikes, die im Durchschnitt einen deutlich höheren Kaufpreis als konventionelle Fahrräder aufweisen, kann von der zunehmenden Verbreitung des Firmenrad-Leasings profitieren. Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass etwa zwei von drei (68%) der geleasteten Fahrräder eine elektrische Antriebsunterstützung aufweisen. Im Vergleich dazu lag der Anteil von E-Bikes unter allen neu erworbenen Fahrrädern 2021 in Deutschland laut ZIV noch unter 50 Prozent.¹

Motivation zum Firmenrad-Leasing basiert auf einer Vielzahl von Gründen

Die Gründe für das Leasing eines Firmenfahrrads anstelle eines privaten Direktkaufs sind vielschichtig (Abb. 4). Fast die Hälfte der befragten Leasingnutzer (45%) nennt als Grund die Möglichkeit, das Fahrrad nach Ablauf der Leasingzeit günstig erwerben zu können. Bei der Übernahme ist jedoch zu beachten, dass mit einem Kaufpreis unterhalb des geschätzten Restwertes ein versteuerungspflichtiger geldwerter Vorteil entsteht, der zusätzlich zum Kaufpreis entrichtet werden muss. 27 Prozent der Leasingnutzer gaben an, dank Bike-Leasing immer ein aktuelles Fahrradmodell fahren zu können, was ein Indiz für die Dauernutzung der Leasing-Möglichkeit sein könnte.

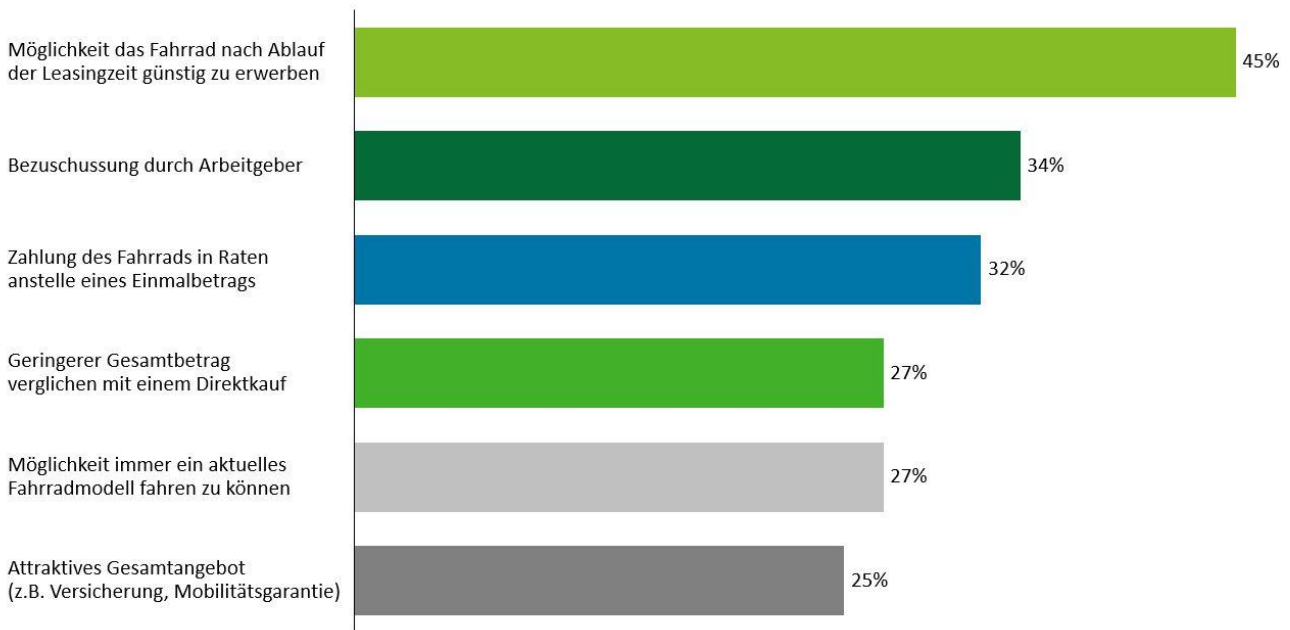
Auch die finanzielle Unterstützung durch den Arbeitgeber (34%) sowie die Möglichkeit zur Finanzierung in Raten (32%) werden jeweils von rund einem Drittel der Befragten als Gründe für die Nutzung des Angebots genannt. Weitere Gründe sind der geringere Gesamtbetrag im Vergleich zu einem Direktkauf (27%) und die Attraktivität des Gesamtangebots (25%), beispielsweise durch inkludierte Versicherungsleistungen oder eine mögliche Mobilitätsgarantie im Schadensfall.

Abb. 3: Nutzung des Firmenrad-Leasings und Anteil geleaster E-Bikes



Anmerkung: 1) Sofern die Möglichkeit dazu im Unternehmen besteht.
Quelle: Deloitte E-Mobility Survey 2022

Abb. 4: Gründe für die Nutzung des Firmenrad-Leasings



Quelle: Deloitte E-Mobility Survey 2022

Firmen-Bike-Leasing fördert das Ökosystem „Fahrrad“

Beim Firmenleasing-Modell sinkt die Einstiegshürde für die Fahrradnutzung durch den Wegfall des vergleichsweise hohen Einmalkaufpreises, sodass auch teurere Fahrräder (z.B. qualitativ hochwertige konventionelle Räder, Lastenfahrräder oder E-Bikes) für eine breitere Masse attraktiver werden. Zudem wird das gesamte Fahrrad-Ökosystem gefördert, beispielsweise durch den steigenden Servicebedarf, die Anschaffung von zusätzlicher Ausrüstung oder den Abschluss von Fahrradversicherungen. Darüber hinaus können auch neue Geschäftsmodelle wachsen, wie etwa Second-Hand-Plattformen zur Weitervermittlung zurückgegebener Firmenräder.

Die effiziente Prozessabwicklung durch Leasing-Unternehmen erleichtert es Arbeitgebern, ihren Mitarbeitern die Möglichkeit zur Anschaffung von Firmenrädern anzubieten. Sie sollten jedoch gleichzeitig dafür sorgen, die nötige Infrastruktur im Büro mit sicheren Fahrradstellplätzen,

Akkuladestationen sowie Dusch- und Umkleidemöglichkeiten für die Arbeitnehmer zur Verfügung zu stellen, sodass Angestellte das Fahrrad tatsächlich auch zum Pendeln zur Arbeit verwenden und damit einen nachhaltigen Beitrag zur Verkehrswende leisten.

Quellen

¹ Zweirad-Industrie-Verband: „Marktdaten Fahrräder und E-Bikes 2021“, unter: https://www.ziv-zweirad.de/fileadmin/redakteure/Downloads/Marktdaten/ZIV_Marktdatenpraesentation_2022_fuer_Geschaeftsjahr_2021.pdf (abgerufen am 09.09.2022).

² Bundesverband Zukunft Fahrrad e.V.: „Leasing und Versicherungen – Dienstrad-Leasing als Treiber der nachhaltigen betrieblichen Mobilität“, unter: <https://zukunft-fahrrad.org/mitglieder/arbeitsgruppen/> (abgerufen am 09.09.2022).

Anmerkung

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Ansprechpartner

Karsten Hollasch
Partner | Leiter Consumer Business
khollasch@deloitte.de
+49 211 8772 2804

Stefan Ludwig
Partner | Leiter Sport Business Gruppe
sludwig@deloitte.de
+49 211 8772 4701

Kim Lachmann
Senior Manager | Sport Business Gruppe
klachmann@deloitte.de
+49 211 8772 3565



Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen (zusammen die „Deloitte-Organisation“). DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen, die sich gegenüber Dritten nicht gegenseitig verpflichten oder binden können. DTTL, jedes DTTL-Mitgliedsunternehmen und verbundene Unternehmen haften nur für ihre eigenen Handlungen und Unterlassungen und nicht für die der anderen. DTTL erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Kunden. Weitere Informationen finden Sie unter www.deloitte.com/de/UeberUns.

Deloitte bietet branchenführende Leistungen in den Bereichen Audit und Assurance, Steuerberatung, Consulting, Financial Advisory und Risk Advisory für nahezu 90% der Fortune Global 500®-Unternehmen und Tausende von privaten Unternehmen an; Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter liefern messbare und langfristig wirkende Ergebnisse, die dazu beitragen, das öffentliche Vertrauen in die Kapitalmärkte zu stärken, die unsere Kunden bei Wandel und Wachstum unterstützen und den Weg zu einer stärkeren Wirtschaft, einer gerechteren Gesellschaft und einer nachhaltigen Welt weisen. Deloitte baut auf eine über 175-jährige Geschichte auf und ist in mehr als 150 Ländern tätig. Erfahren Sie mehr darüber, wie die rund mehr als 345.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Deloitte das Leitbild „making an impact that matters“ täglich leben: www.deloitte.com/de.

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen. Weder die Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen noch deren verbundene Unternehmen (insgesamt die „Deloitte Organisation“) erbringen mit dieser Veröffentlichung eine professionelle Dienstleistung. Diese Veröffentlichung ist nicht geeignet, um geschäftliche oder finanzielle Entscheidungen zu treffen oder Handlungen vorzunehmen. Hierzu sollten Sie sich von einem qualifizierten Berater in Bezug auf den Einzelfall beraten lassen.

Es werden keine (ausdrücklichen oder stillschweigenden) Aussagen, Garantien oder Zusicherungen hinsichtlich der Richtigkeit oder Vollständigkeit der Informationen in dieser Veröffentlichung gemacht, und weder DTTL noch ihre Mitgliedsunternehmen, verbundene Unternehmen, Mitarbeitenden oder Bevollmächtigten haften oder sind verantwortlich für Verluste oder Schäden jeglicher Art, die direkt oder indirekt im Zusammenhang mit Personen entstehen, die sich auf diese Veröffentlichung verlassen. DTTL und jede ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen.