



Holger Fischbach, Geschäftsführer der Deutsche Leasing Fleet GmbH

den letzten Jahren gewann zusätzlich Schwarz an Boden. Eine relativ populäre Flottenfarbe ist außerdem Blau – wenn's geht mit Metallic-Effekt, welcher nahezu jedes Auto optisch aufwertet. Entsprechende Trends melden nahezu alle führenden Flottendienstleister.

„Die klassischen Farben bleiben Silber inklusive Anthrazit, Schwarz und ein gedecktes Blau“, betont Jan Dommermuth, Einkaufsleiter von ALD Automotive in Hamburg. „Wir erwarten derzeit keine Änderungen.“

Das Top-Trio: Silber, Schwarz und Blau

Die Zahlen des Kraftfahrt-Bundesamts (KBA) in Flensburg untermauern solche Aussagen. Von den 2007 insgesamt 3,148 Millionen neu zugelassenen Pkw (siehe Tabelle auf Seite 26) waren 1,244 Millionen grau beziehungsweise silbern (39,5 Prozent), 963.565 schwarz (30,6 Prozent) und 475.473 blau (15,1 Prozent).

Gegenüber den Vorjahren haben Grau/Silber (2006: 42,2 Prozent; 2005: 45,3 Prozent) spürbar sowie Blau (16,3 respektive 16,4 Prozent) leicht an Boden verloren, während Schwarz (27,8 bzw. 25,5 Prozent) deutlich zulegte, was sich angesichts der insgesamt rückläufigen Zulassungen – 2007 registrierte das KBA 9,2 Prozent weniger neu angemeldete Pkw – auch in absoluten Zahlen ausdrückt. 2007 wurden mit 963.565 schwarzen Pkw fast genauso viele wie im

Ganz in Weiß?

Mit der IAA 2007 fingen die Spekulationen an: Ist Weiß die kommende Fahrzeugfarbe? Gelingt ihr in Fuhrparks ein Comeback? Eines scheint klar zu sein: Auf dem Flottenmarkt dürften vorerst weiterhin Silber und vor allem Schwarz dominieren.

An weißen Fahrzeugen herrscht im Fuhrpark der Linde Group selten Mangel. Weil diese Farbe von jeher zur Corporate Identity des Gasherstellers gehört, schmückte sie auch viele Servicefahrzeuge. Im Motivationsfuhrpark kam sie hingegen kaum vor – wie die Mitarbeiter anderer Unternehmen auch zogen die Linde-Angestellten Silber, Blau und Schwarz vor.

Linde-Mitarbeiter wünschen wieder weiße Autos

Seit der IAA 2007 registriert Global-Fleet-Manager Thorsten

Eicke jedoch ein verändertes Bestellverhalten. „Zum ersten Mal seit Jahren wünschen Mitarbeiter wieder weiße Fahrzeuge“, re-

Hochpreisige Dienstwagen wieder in der klassischen Flottenfarbe Weiß

sümiert der Fuhrparkchef. „Vor allem hochpreisige Pkw werden wieder in der klassischen Flottenfarbe geordert.“ Heute gibt es knapp 20 weiße Pkw vor allem der Marken Audi, BMW und Mercedes Benz im Linde-Motivationsfuhrpark – das sind bei

über 300 Fahrzeugen immerhin fast sieben Prozent. Eicke rechnet mit einer anhaltend steigenden Nachfrage. „Konzerne wie Apple haben mit ihren weißen Produkten diese Farbe auch für Pkw wieder populär gemacht“, lautet seine Erklärung.

Seit Jahren wird über ein Comeback der Flottenfarbe Weiß spekuliert. Während in den 80er- und frühen 90er-Jahren zahlreiche Flotten überwiegend oder sogar ausschließlich aus schneefarbenen Pkw bestanden, wurden anschließend die Fuhrparks immer bunter. Vor allem Silber war auf einmal gefragt, in



Gute Wahl!

Die beliebteste Tankkarte Deutschlands.



Liebe Autoflotte-Leser, alle guten Dinge sind zehn!
Sie haben entschieden: Aral CardPlus – Gewinner des
Autoflotte Flotten-Awards 2008 und zum 10. Mal die
beliebteste Tankkarte Deutschlands.
Wir bedanken uns für Ihr Vertrauen!



Vorjahr (955.219) zugelassen. Die anderen Top-Farben mussten sich mit rund 90.000 (Blau) respektive 218.000 (Silber) weniger begnügen.

Für Marktkenner hat sich Schwarz neben Silber als unumstrittene Trendfarbe im Flottenmarkt durchgesetzt. Mancher Flottendienstleister wie Arval in Kirchheim (Landkreis München) spricht sogar vom „neuen Weiß“.

Flotten stehen auf dunkel

„Der gewerbliche Kunde zieht immer mehr dunkle Farben vor“, sagt Angela Böhm, Geschäftsführerin von Dataforce in Frankfurt, in Anspielung auf die Tatsache, dass die rückläufigen Zahlen 2007 ausschließlich auf den zusammengebrochenen Privatkundenmarkt (-26,9 Prozent) zurückzuführen sind. Alle anderen Teilmärkte – außer den Flotten sind vor allem Kfz-Handel und Mietautos zu nennen – wuchsen weiter.



Weiße Anwärter für den trendigen Fuhrpark: die A4 Limousine (links) ...

Betrachtet man die Pkw-Neuzulassungen 2007, fällt die Trendwende bei Weiß umso deutlicher auf. Als einzige Farbe legte der frühere Flottenklassiker 2007 mit über 91.000 Zulassungen zu – und zwar gleich um fast 70 Prozent. Keiner anderen Farbe gelang ein Plus bei den absoluten Zahlen. So wurden 2006 lediglich knapp 54.000 Weiße zugelassen, so wenige wie seit

über 20 Jahren nicht mehr. Mit einem Anteil von 2,9 Prozent 2007 (2006: 1,6 Prozent) sind schneefarbene Fahrzeuge weiterhin eine Quantité négligeable.

Doch von den glorreichen 80er-Jahren – 1986 war mit 616.000 Neuzulassungen jeder fünfte Pkw weiß – ist der Gesamtmarkt noch meilenweit entfernt. Aber die Entwicklung scheint unumkehrbar: In den ersten drei

Monaten 2008 wurden über 33.000 weiße Pkw (4,5 Prozent) zugelassen, im Vorjahreszeit-

Weiß könnte dieses Jahr das bei Privatkunden beliebte Rot überflügeln.

raum waren es mit 14.182 Fahrzeugen (1,9 Prozent) nicht einmal halb so viele. Wenn sich





... die neue A-Klasse (Mitte) und der 1er des Autobauers BMW. Gerade Letzterer kann mit dem Farbton Weiß punkten.

diese Entwicklung beschleunigt, wird Weiß 2008 nicht nur locker über 100.000 neue Pkw schmücken, sondern möglicherweise auch Rot (2007: 164.182 Neuzulassungen) vom vierten Platz verdrängen.

Bei den Flottenfahrzeugen scheint diese Entwicklung geradezu vorprogrammiert. Rot gilt als typische Privatkundenfarbe und ist im Flottenmarkt kaum

präsent. „Firmenkunden bevorzugen gedeckte und ruhige Farben“, weiß Nicolei Braun, Einkaufsleiter der Sixt Leasing AG in Pullach. „Grelle Töne werden dagegen deutlich weniger nachgefragt.“

Bei BMW- und VW-Modellen liegt Weiß hoch im Kurs

Auch bei den Fahrzeugmodellen gibt es klare Favoriten: Vor allem

BMW's und VW's werden überproportional häufig in Weiß eingekauft. Kein Wunder: Auf der IAA 2007 fielen gerade diese Hersteller mit weißen Ausstellungsfahrzeugen auf. Für einige Modelle wie den Golf, Passat oder den 3er BMW wird Weiß gezielt als kommende Außenfarbe beworben. Lohn der Anstrengung: BMW meldet über fünf Prozent neue 3er Coupés bezie-

ungsweise Cabrios mit „alpinweißem“ respektive „arktifarbenem“ Outfit. Und VW zufolge wird jeder zehnte Passat Variant und sogar jeder vierte Golf GT in der aktuellen Trendfarbe „Candy Weiß“ bestellt.

Bleibt die Frage nach den Auswirkungen auf dem Flottenmarkt. „In Motivationsfuhrparks wird Weiß ausschließlich bei höherwertigen und sportlichen

DIE WELTMARKE IM FUHRPARKMANAGEMENT
www.leaseplan.de

Das einzigartige Fuhrpark-Verwöhnprogramm: die optimalen Nutzfahrzeug-Services.

Ganz gleich, wie Ihre Anforderungen sind, ganz gleich, in welcher Branche Sie arbeiten: Wir bieten Ihnen immer das für Sie perfekte Nutzfahrzeug. Spezialisten vom Fach, die sich mit den individuellen Anforderungen an Einbauten für die unterschiedlichsten Branchen auskennen, beraten und betreuen Sie umfassend und ermitteln gemeinsam mit Ihnen den für Sie kostengünstigsten Weg.

Und auch sonst sorgen wir dafür, dass Sie mit Ihrem Fuhrpark rundum effektiver fahren. Verlassen Sie sich drauf: **It's easier to leaseplan.**

Mehr erfahren Sie unter:
www.leaseplan.de

LeasePlan

Fahrzeugen wie SUVs nachgefragt“, dämpft Holger Fischbach, Geschäftsführer der Deutsche Leasing Fleet GmbH in Bad Homburg, übertriebene Erwartungen.

Weiß: Sauberkeit, Leichtigkeit und Unschuld

Über die Gründe für das überraschende Comeback wird noch gerätselt. Schon sehen manche Trendforscher einen Zusammenhang mit der zuletzt gestiegenen Nachfrage nach Umweltprodukten und Klimathemen. „Weiße Autos stehen für Sauberkeit, Leichtigkeit und Unschuld“, versichert der Inhaber einer Designagentur, welche sich auf die Formgebung und Farbauswahl von Konsumartikeln spezialisiert hat. „In Zeiten von CO₂-Diskussionen und Rußfilterrichtlinien kann das die Kaufentscheidung beeinflussen.“

Doch die Wahrheit ist vermutlich viel einfacher: Nach einem zwei Jahrzehnte dauernden Niedergang – seit 1986

Dataforce-Umfrage: Weiß und Schwarz sind bei Fuhrparkleitern die aktuellen Trendfarben

gehen die Prozentanteile, seit 1991 auch die absoluten Zahlen kontinuierlich zurück – ist Weiß einfach wieder „an der Reihe“.

„Über die Gründe für eine verstärkte Nachfrage von bestimmten Fahrzeugfarben kann häufig nur spekuliert werden“, meint auch Dataforce-Geschäfts-

führerin Böhm. Farben kommen und gehen, das ist auch schon in der Vergangenheit so gewesen. So war Blau Ende der 90er-Jahre sehr gefragt. 1998 und 1999 trug jeder vierte neu zugelassene Pkw diese Farbe – warum, weiß kein Mensch. Grün erlebte Mitte der 90er-Jahre einen Hype. Heute spielt diese Farbe sowohl im Privatkunden- als auch im Flottenmarkt keine Rolle mehr.

Schwarz trifft nicht jeden Geschmack

Vielleicht stellt die gestiegene Nachfrage nach Weiß auch nur eine Reaktion auf die wachsende Präsenz von schwarzen Autos im Straßenverkehr dar. Die vermeintliche Trauerfarbe ist nicht jedermanns Geschmack.

Eine Umfrage von Dataforce unter 100 Flottenmanagern legt diese Erklärung nahe. Für 13 Prozent ist Weiß die aktuelle Trendfarbe, für 14 Prozent Schwarz – unentschieden. Die weitaus meisten ziehen indessen silberne und dunkle Außenfarben (jeweils 25 Prozent) vor. Und wenn die Autohersteller in den nächsten Jahren Varianten zu purem Schwarz wie dunkles Anthrazit entwickeln, werden wenigstens in Motivationsfuhrparks weiße Fahrzeuge deutlich in der Minderheit bleiben.

Dataforce-Expertin Böhm warnt jedenfalls vor übertriebenen Erwartungen. „Entscheidend ist, was in den Car Policies steht.“ Sobald diese beispielsweise wegen des Wiederverkaufswerts die aktuellen Mehr-

Editorial
3



Andreas Dünkelmeyer
Chefredakteur Autoflotte

Casablanca

Der Lack ist nicht nur die schützende Außenhaut des Autos, sondern er hat auch entscheidenden Anteil am ästhetischen Reiz eines Wagens. Vereinzelt ist er sogar sein Markenzeichen. Doch nicht jedem Autotyp steht der gleiche Farbton, und nicht jeder Farbton trifft den Geschmack der Kunden in gleichem Maße.

Die große Herausforderung der Farbdesigner ist es – an der Schnittstelle zwischen Design, Technik und Marketing –, aus den immer vielseitiger werdenden Pigmenten mit feinem Gespür für Zeitgeist und Ästhetik praxistaugliche Farben zu kreieren.

In den letzten Jahren waren dies vor allem Silber-, Grau- und Schwarztöne in allen Nuancen und Schattierungen. Doch die Epoche der Silber-, Grau- und Schwarzmalerei scheint zu Ende zu gehen. Denn: Wenn uns die Farbdesigner nichts wismsachen wollen, heißt die Farbe der Zukunft – analog zum aktuellen Trend in der Mode- und Möbelbranche – Weiß. Sie haben richtig gelesen, Weiß! Jene, derzeit als Restrukturierer verschriene Behörden- und Funktionsflotten-Farbe, die im vergangenen Jahr hierzulande gerade einmal 2,1 Prozent aller Neuzulassungen in Deutschland zierte.

Doch erste Anzeichen der Renaissance des Farbblassiers und einstigen Käuferlieblings – vor round about zwanzig Jahren war Weiß mit

einem Anteil von über zwanzig Prozent das Silber von heute – sind bereits deutlich erkennbar. Vor allem auf sportlichen und exklusiven Fahrzeugen feiert die Farbe Weiß derzeit auf Automobliesen, in Pressefest- und Vorführwagenflotten immer häufiger ihr Comeback. Um die Kraft der Farbe Weiß voll aususchöpfen, wird sie dabei häufig mit flechtlich Chrom, Aluminium und lackierten Flächen kombiniert.

Das Beste und Schönste des sich immer klarer abzeichnenden Modetrends ist die Tatsache, dass es ihn umsonst, sprich zum Nulltarif gibt. Zum Beispiel als Casablancaweiß für den Opel Vectra, als Candyweiß für den VW Golf, als Alabasterweiß für die Mercedes S-Klasse, als Campanella für den VW Touareg und Phaeton, als Schneeweiß für den Peugeot 407, als Arbtisweiß für den Audi A4, als Polarweiß für den Citroën C5 oder als Diamantweiß für den Ford Mondeo Turnier, um einige Beispiele zu nennen.

Man darf gespannt sein, ob Weiß – wie von den Farbdesignern versprochen – wirklich wieder zu alter Stärke zurückfindet. Alle Anzeichen deuten jedoch darauf hin. Und die Aussagen der „Modemacher“ klingen wie ein Versprechen.



Autoflotte 05/2006

Man darf gespannt sein ...: Vor zwei Jahren äußerte sich Autoflotte-Chefredakteur Andreas Dünkelmeyer im Meinungsbeitrag zum Thema Weiß.

heitsfarben Silber und Schwarz mehr oder weniger verbindlich vorschreiben, werden andere Farben einen schweren Stand haben. Also auch Weiß.

Die Preise für Gebrauchte mit dieser Farbe haben noch nicht angezogen, im Gegenteil. Mancher Flottendienstleister wie Arval spricht sogar von anhaltenden Restwertabschlägen

für Weiß. Über eine gegenteilige Entwicklung in den kommenden Jahren wollen auch die Experten von DAT und Schwacke derzeit noch nicht spekulieren, weswegen die Flottenkenner ebenfalls vorsichtig bleiben.

Unterschiedliche Meinungen zu Wiederverkaufswerten

„Am besten entwickeln sich derzeit die Wiederverkaufswerte für Silber und Schwarz“, stellt Sixt-Leasing-Manager Braun fest. Zu etwas anderen Ergebnissen kommt Fischbach. „Silber, Schwarz und Blau weichen von den durchschnittlichen Marktpreisen nicht wesentlich ab, bei Weiß registrieren wir steigende Verkaufswerte“, meint der Geschäftsführer der Deutsche Leasing Fleet GmbH.

Schau'n wir mal, würde Fußball-Kaiser Beckenbauer angesichts dieser divergierenden Einschätzungen sagen.

STEFAN BOTTLER 

Quelle: KBA

Pkw-Neuzulassungen nach den wichtigsten Farben

Jahr	Insgesamt	Weiß	Rot	Blau	Grau/Silber	Schwarz
2003	3.236.938	77.176	149.037	603.609	1.453.864	732.532
		2,40%	4,60%	18,70%	44,90%	22,60%
2004	3.266.826	75.036	135.830	552.372	1.517.098	789.602
		2,30%	4,20%	16,90%	46,40%	24,20%
2005	3.342.122	71.570	150.045	547.086	1.512.765	850.709
		2,10%	4,50%	16,40%	45,30%	25,50%
2006	3.467.961	53.984	178.355	565.223	1.462.019	955.219
		1,60%	5,1%	16,30%	42,20%	27,80%
2007	3.148.163	91.004	164.182	475.473	1.244.933	963.565
		2,60%	5,20%	15,10%	39,50%	30,60%
2008 (bis einschl. März)	735.914	33.223	41.151	102.950	279.331	231.818
		4,50%	5,60%	14,00%	38,00%	31,50%