

Positionspapier der Fahrradunion Weimar

Provisionszahlungen an Anbieter von Fahrradleasing

Fahrradleasing hat in Deutschland in den letzten Jahren erheblich an Bedeutung gewonnen. Laut aktuellen Statistiken nutzen immer mehr Privatpersonen und Unternehmen die Möglichkeit, Fahrräder über Leasingmodelle zu finanzieren. Im Jahr 2022 wurden in Deutschland schätzungsweise über 1 Million Fahrradleasing-Verträge abgeschlossen, Tendenz steigend. Dabei existieren zahlreiche Leasinganbieter, die auf dem deutschen Markt aktiv sind – von spezialisierten Fahrrad-Leasinggesellschaften bis hin zu großen Banken und Finanzdienstleistern.

In jüngerer Vergangenheit beobachten wir jedoch eine Entwicklung, die kritisch betrachtet werden sollte: Viele Leasinganbieter verlangen von Fachhändlern Provisionen für die Vermittlung ihrer Leasingverträge. Diese Praxis beeinflusst die Strukturen im Fahrradhandel erheblich und hat sowohl wirtschaftliche als auch regionale Auswirkungen.

Die Höhe der Provisionen, die von Fachhändlern an die Leasinganbieter gezahlt werden, sind je nach Leasinganbieter erheblich. In einigen Fällen werden zusätzlich unentgeltlich Zusatzleistungen verlangt.

Diese Praxis hat Konsequenzen: Zum einen fließen erhebliche Summen an Banken und überregionale Kapitalgesellschaften, die die Provisionen erhalten. Damit werden große, oft überregionale Unternehmen gestärkt, während die tatsächlichen Leistungserbringer – die regionalen Fachhändler – geschwächt werden. Die Provisionen führen dazu, dass ein bedeutender Anteil des Leasingvolumens in die Taschen großer Finanzkonzerne wandert, anstatt in die lokale Wirtschaft und die Händler vor Ort.

Zum anderen schwächt diese Praxis die regionalen Strukturen. Die Fachhändler, die das Fachwissen, die persönliche Beratung und den Service vor Ort bieten, geraten durch die hohen Provisionen unter Druck. Sie haben weniger Spielraum, um wettbewerbsfähig zu bleiben, und ihre Margen werden durch die Provisionen zusätzlich belastet. Dieses schränkt nicht nur den Spielraum für die Entlohnung des Personals ein, sondern kann langfristig dazu führen, dass lokale Händler aus dem Markt gedrängt werden, was die regionale Wirtschaft insgesamt schwächt und dem Kunden wichtige Serviceangebote grundlegend entzieht.

Aus diesen Gründen ist es für die lokale Unternehmensstruktur und auch zum Nutzen der Kunden sinnvoll, Leasinganbieter zu bevorzugen, die auf Provisionen verzichten oder diese

gering halten. Wenn Händler keine Provision zahlen müssen, können sie ihre Beratung und Serviceleistungen zu fairen Preisen anbieten, was letztlich dem Kunden zugutekommt.

Zudem stärkt die Unterstützung regionaler Händler die lokale Wirtschaft, schafft Arbeitsplätze vor Ort und fördert nachhaltige Strukturen. Für den Kunden bedeutet dies nicht nur eine bessere Beratung durch vertraute Fachleute, sondern auch eine stärkere Bindung an die Region und eine nachhaltige Investition in die lokale Gemeinschaft.

Fazit: Kunden sollten bei der Wahl ihres Leasingpartners auf Transparenz und faire Konditionen achten. Die Unterstützung regionaler Händler ohne hohe Provisionen ist ein Beitrag zu einer lebendigen, starken lokalen Wirtschaft und sorgt für eine nachhaltige und faire Fahrradleasing-Landschaft in Deutschland.