

Ondřej Charvát
ondrej.charvat@hn.cz



Nové auto jen ztrácí hodnotu. Lidé radši investují peníze do něčeho, co je zaopatří

Faktury za nadměrné opotřebení po konci operativního leasingu jsou někdy až na dvojnásobku oproti normálu, říká v rozhovoru s HN Martin Brix, šéf společnosti Drivalia Lease CR. Riziko této praxe podle něj roste s trendem velmi nízkých splátek, se kterým někteří hráči přišli v minulém roce.

Zájem o operativní leasing v Česku stále roste. Poptávku netáhnou už jen velké korporáty, auta si čím dál více „pronajímají“ i domácnosti. Lidé z oboru se shodnou na tom, že tím pomalu doháníme západní Evropu. Výjimkou není ani Martin Brix, šéf české pobočky Drivalia Lease, poskytující operativní leasing.

„Společně s malými a středními podniky má retail na operativním leasingu podíl osm procent, zatímco v zahraničí je to mnohem více. V Česku tento trh roste ročně o padesát procent, dynamika je velká a potenciál stále také,“ říká v rozhovoru Brix s tím, že mezi lidmi výrazně roste obliba mít většinu věcí na předplatné. Kam až se může podíl retailu dostat? Podle Brixu klidně na pětinu, jako je tomu v Německu. Přispět k tomu mohou další inflační tlaky, ceny aut mohou být pro některé domácnosti příliš vysoké.

Navíc Brix hned na začátku interview upozorňuje, že automobilovým trhem může výrazně zahýbat i konflikt na Blízkém východě mezi Íránem a USA s Izraelem. Ač v neformálních rozhovorech s lidmi z autoprůmyslu zní, že výroba aut v českých závodech ohrožená zatím není a jede na plné obrátky, změnit se to může docela rychle. A Brix uvádí, že čekací doby na auta se mohou začít natahovat a situace připomínat tu za covidu.

Dopadá nějak současná situace geopolitického napětí na autoprůmysl a váš byznys?

Zatím nevidíme všechny konsekvence konfliktu, ale panuje obava, že problém spojený se situací na Blízkém východě bude spíše větší než menší. Korporáty sledují růst úrokové míry, ceny práce, a navíc se opět objevuje problém nedostatku paměťových čipů, který trápí hned několik průmyslů, včetně našeho. Na trhu s auty se hodně vyčkává, jestli dopady budou krátkodobé, nebo trvalé. Pokud budou trvalé, očekáváme cenové skoky a snahu klientů se jim co nejvíce vyhnout.

Co to znamená? Přenastavování smluv, nebo větší přesun od aut se spalovacími motory k elektrickým, když ceny ropy a následně paliv rostou?

To je také možnost, ale v Česku omezenější. Pravděpodobnější je, že firmy a zákazníci budou auta využívat v operativním leasingu déle, než bývá obvyklé.

Jak to?

Ikdyž jsou naši klienti krytí u operativního leasingu do šestiprocentní inflace, tak přemýšlí, jak se vyhnout přicházejícím inflačním skokům. Bavíme se s nimi o tom, jak auta využít

efektivněji a možná i déle, protože nové vozy budou dražší a méně dostupné. Velmi reálně hrozí scénář, že kvůli nedostatku čipů tu stejně jako za covidu bude málo nových aut. Výrobní kapacity zatím sice jsou, když si objednáte vůz, tak výrobní lhůta je kolem tří měsíců, ale brzy se může skokově prodloužit. Pokud bude konflikt dlouhodobý a dodavatelské řetězce se naruší, je to velmi pravděpodobné. Proto se už nyní snažíme mnohem více využívat data, telematiku a preventivní mechanismy, aby auta méně bourala a mohla jezdit co nejvíce a nejdéle. To bude v následujících letech klíčové. Například v naší aplikaci vidíme, když je u klientského vozu nedobitá baterie nebo klesá tlak v pneumatikách. A pro firmy je velmi drahé, když nemohou dělat svůj byznys, protože jim nejedí auto. Náklady na mobilitu rostou, to nezměníme.

~
Mladí myslí více dlouhodobě, navíc autům tolik nerozumí jako předešlá generace. Je jim jedno, co je to za značku, když splátka bude dobrá.

Za covidu se na novou Škodu Octavii kvůli nedostatku čipů čekalo klidně 14 měsíců. Hrozí něco podobného?

Tak extrémní to nebude, ale je možné, že se vrátíme k čekacím dobám šest a více měsíců v závislosti na značce.

Strhne se mezi leasingovkami boj o nová auta, když jich nebude dostatek?

Nemyslím si. Korporátní klienti si zadávají auta do výroby a u retailu a malých a středních firem (SME) jsou zatím leasingovky předzaso-bené, aby měly přístup k co nejlepší ceně. Je ale jasné, že některá společnost má vozidel více a některá méně.

Praktika prodloužovaného držení aut v operativním leasingu tu byla i za covidu, protože nová zkrátka nebyla. Firmysí prodloužovaly leasingy o další rok nebo dva. Bude se to dít i nyní?

Je to velmi pravděpodobné, vozy to zvládnou. Záleží na tom, jak budou nová auta dostupná a jak se budou zvedat jejich ceny. Když porostou značně, tak se vyplatí leasing prodloužit. Automobily zlevňovat nebudou, pokud se ne-

stane nic šíleného, tak budou podražovat pozvolně. Po covidu podražily o desítky procent, tehdejší změny v cenách vstupů už automobilky do ceníků promítly.

O kolik budou firmy prodloužovat nájemní doby operativních leasingů?

Už nyní je tříletý pronájem spíše nižší hranice. Průměr je u nás 42 měsíců, 48 měsíců je také ještě v pohodě, protože auta jsou stále kvalitnější. Může to být ale i déle, když firma nejedí tolik.

Je pro vás výhodné, že se leasingy prodlužují? I s ohledem na zůstatkovou hodnotu auta a následný prodej.

Samozřejmě je pro nás nejvýhodnější, když se auta točí rychle. Ale klíčové pro nás je, aby byl klient spokojený a měl zajištěnou mobilitu. Náš obor je založený na dlouhodobém vztahovém byznysu a korporáty nemají rády nepravidelnosti.

Jednou z nepravidelností loňského roku byly velké slevy na operativní leasingy některých značek a podstřelování nabídek oproti konkurenci. Vyplatí se to leasingovkám?

Ne, vždy jde o velmi krátkodobé efekty. Děláme kontrakty na mnoho let dopředu a realita vždy vyplave na povrch. Jakmile dojde na lámání chleba, tak leasingové firmy musí pokrýt skutečné náklady, jinak je to ekonomicky zničí.

Například Toyota loni nabízela model Corolla za ceny, které byly hluboko pod tržním standardem.

Ano. Byl to dočasný výkyv. Ty přichází, když výrobce potřebuje splnit emisní kritéria nebo udat nějaké určité modely. Korporáty nemají rády dočasné krátkodobé nabídky, řeší věci systémově. Vědí, že efekt dočasného zlevnění povede k významnému nárůstu budoucích nákladů a v jejich tabulkách je pak plánování složitější. Slevové akce tak pro ně nejsou příliš zajímavé, naopak pro retail a SME to lákavé být může. Takové nabídky ale nejsou škálovatelné.

Protože leasingová firma za tak výhodných podmínek po dvou letech akční splátky asi smlouvu za stejných podmínek neprodlouží?

Přesně tak. Korporátní firmy chtějí dosáhnout nákladové efektivity v dlouhém období a krátkodobé slevové akce k tomu nepomohou, jsou spíše anomálií v dlouhodobém plánování. Jinak to může být v nejrychleji rostoucích segmentech na českém trhu, což jsou SME a retail. Společně mají na operativním leasingu podíl osm procent, zatímco v zahraničí je to mnohem více. V Česku tento trh roste ročně o padesát procent, dynamika je velká a potenciál stále také.

Kam až se může podíl retailu dostat?

Klidně na pětinu, jako je tomu v Německu. Nejvyspělejší trh je Nizozemsko a pak Velká Británie, kde mají podíl kolem 30 procent.

Co jsou motory, které ženou poptávku menších firem a retailu?

Mizí potřeba auto vlastnit. A to jak u menších firem, tak u retailu, a zvláště mladší generace. Chtějí, ať se o auto a problémy s ním spojene stará někdo jiný. U retailu také hrají roli vysoké náklady. Řešit stále rostoucí výdaje na bydlení a do toho si pořídit auto? Lidé si ho radši půjčí a peníze investují do něčeho, co je zaopatří v budoucnu, než do auta, které jen ztrácí hodnotu. Je stále rizikovější ho vlastnit, proto přenáší rizika na poskytovatele leasingu. Mladší myslí více dlouhodobě, navíc autům tolik nerozumí jako předešlá generace. Je jim jedno, co je to za značku, když splátka bude dobrá. Obliba předplatných zkrátka ve světě roste.

Ale záleží na tom, jestli je to volba, nebo ekonomická nutnost, kdy si nemohou dovolit auto vlastnit.

Ano. Zekonomických důvodů si lidé často radši vezmou leasing za pět nebo sedm tisíc. Buď peníze nemají, nebo mají a investují je raději někam jinam. Jak vidíme i u našich kolegů v západoevropských pobočkách Drivalie, v těchto zemích je to běžné, a Česko vždy následovalo trendy ze Západu. Myslím, že to tak bude i v tomto případě.

Z dat České leasingové a finanční asociace vyplývá, že zájem o operativní leasing roste i mezi firmami, které vozy už nechtějí vlastnit.

Stále více firem si uvědomuje, že nejdůležitější je jejich core byznys a že fleet vyžaduje péči. Pokud nejsem odborník na automotive, tak je lepší si najít někoho, kdo se o autopark postará. Firmy na správu vozového parku nemusí mít tým lidí a dnes už ani pracovníka, který jen rozesílá informace o autech. To už umíme my prostřednictvím digitální karty o vozidle, kterou má řidič nahranou v mobilu v digitální peněženice, a i tím šetříme firmám náklady.

Bude mezi leasingovkami o nové klienty boj?

Je to možné. Na trh vstupuje řada nových hráčů, korporátní klienti jsou ale víceméně zadání a většinou i konzervativní. Retailový trh je jiný, mladší a s operativním leasingem nemá příliš zkušeností. To otevírá dveře novým hráčům, u kterých zákazník vidí nabídku se splátkou pod pět tisíc korun měsíčně. Může mít štěstí, když je nabídka dotovaná výrobcem, který chce dostat auto na silnici, a člověk pak má dobrou zákaznickou zkušenost bez nepříjemných zážitků. Ale nabídka také může být nedotovaná, ve smlouvě může být řada výjimek a pak zákazník na konci smlouvy procitne, protože ho čeká negativní překvapení.

Jaké máte na mysli?

Může jít o přefakturace už během doby leasingu, kdy zákazník zjistí, že řada údržbových prací není součástí splátky. Typicky mu leasingovka řekne, že jezdí moc rychle, pneumatiky jsou proto opotřeбенé a nové si musí zaplatit sám. Část lidí smlouvy nečte, jdou jen za nejlepší cenou. Je jen málo retailových klientů, kteří si podmínky pořádně přečtou a expertně porovnají. Bolestným místem operativního leasingu je pak konečná položka nadměrného opotřebení. Lidé často nevědí, za kolik budou co doplácet. A může to být vysoká částka, kvůli které si někteří řeknou, že už si auto na operativní leasing nikdy nevezmou. A to nechceme, trpí tím pak celý trh. Proto děláme byznys tak, aby překvapení bylo co nejméně, a snažíme se zákazníky edukovat. Lidé nakonec dojdou k tomu, že si radši připlatí a mají své jisté.

Měl jsem takový pocit, že vystavování nadměrně vysokých faktur na konci operativního leasingu už pomalu mizí v důsledku vysoké konkurence zavedených hráčů a technologií.

Nemizí, naopak riziko roste s přibývajícím počtem konkurentů s nízkými splátkami. Někdy mohou být faktury až na dvojnásobku oproti normálu. Ve vyčíslení se totiž objevují skryté položky v nadměrném opotřebení, kdy je jeden typ činnosti účtován vícekrát, například příprava dílů na lakování. Zákazník často nemá chuť to sledovat do detailu a pak je překvapený.

Jak proti takové praxi bojovat?

Vybrat si toho správného dodavatele aut. Samozřejmě nejlepší preventivní cestou je jezdit s autem tak, jako by bylo vaše. My za cenu vyšší splátky eliminujeme nepříjemná překvapení

na konci leasingu. A také nabízíme možnost předběžných kontrol a případných následných oprav před finálním odevzdáním auta.

Říkal jste, že podbízení se cenou je krátkozraké. Čím tedy Drivalia v konkurenci nízkých splátek bojuje?

Kvalitními a férovými službami, ve kterých je pokryté vše od asistence, údržby pneumatik až po likvidace pojistných událostí. Ano, zákazník si u nás připlatí, ale na druhou stranu ví, že ho na konci leasingu nečekají žádná negativní překvapení. Do leasingovek, které mají smlouvy plné výjimek, se pak při nějaké bouračce nedovoláte. Domoci se podpory je složité, u nás je tomu naopak.

Jak se změnil přístup leasingovek k elektroatům? Dříve byly splátky oproti srovnatelným autům se spalovacím motorem mnohem vyšší.

Ceny splátek se sblížují, zvláště v přepočtu na ujetý kilometr. Ve vlastním Drivalia TCO Indexu porovnáváme srovnatelné elektrické a spalovací modely a v roce 2024 nám vycházely podobné leasingové splátky v pěti z 12ka-

Na sekundárním trhu tlačí ceny aut dolů situace v západní Evropě, kde je převis nabídky ojetin nad poptávkou vlivem dotací, ale i technologického pokroku.

tegorií aut, nyní jsme na 10 z 12. Ač je ceníková částka za elektroauto o 20 procent vyšší, oproti spalovacímu modelu je ve splátce operativního leasingu dražší jen o pět procent. Náklady na leasing u nich totiž nejsou tak vysoké.

Zároveň pro vás musí být lehčí nastavování splátek, ne? Vzorek ojetých elektroaut už je vyšší a určování zůstatkové ceny snazší než před lety.

Je to o něco přesnější než dříve, ale trh ojetin stále není tak starý a veliký. Určitě není tak přesný jako třeba trh se Škodou Octavia. Ale z dat vidíme, že výdrž baterie je větší, než se čekalo. Katastrofické scénáře s požáry v garážích se také nenaplnily. Na sekundárním trhu se ale dějí zajímavé věci. Nejdůležitější efekt, který tlačí ceny aut dolů, je situace v západní Evropě, kde je převis nabídky ojetin nad poptávkou vlivem dotací, ale i technologického pokroku. Netržní zásahy působí tlak na pokles hodnoty vozů i v Česku. V Německu je aut z druhé ruky hodně, není o ně zájem a cena je níže, než výrobci a prodejci čekali. Pro Čecha není problém si do Německa zajet, ale jelikož jsme otevřená ekonomika, tak je cena nižší i v Česku. Zůstatkové hodnoty elektroaut na rozdíl od klasických nerostou.

A kvůli dynamickému vývoji elektroaut to tak i zůstane, ne?

Velmi pravděpodobně. Technologický pokrok a ekologická rizika hovoří pro to, že zůstatkové hodnoty neporostou. Ale i když jsou nízké, tak rozdíl v leasingové splátce na Škodu Elroq a Karoq je zmiňovaných pět procent. To není

moc. Trh elektrických ojetin je u nás stále spíše pro fanoušky, důvěra širší veřejnosti není taková a ještě se bude muset posílit.

Takže prodat ojeté elektroauto bude pro české bazary, ale i leasingovky stále těžší.

Ano. Štěstí pro český trh je, že nemá vysokou penetraci elektrických aut. Pro nás je to prakticky nejmenší problém ze všech států v Evropě. V té západní je situace nepoměrně horší a přináší to nezměrně více komplikací.

Kam směřují vaše auta po konci operativního leasingu?

Ta nejlepší a nejhezčí auta většinou kupují do vlastnictví jejich uživatelé, tedy zaměstnanci dané firmy. Navíc za zvýhodněnou cenu. Takhle ale končí minimum vozů. Automobily, které jsou v dobrém technickém stavu, mají rozumný kilometrový nájezd, a tedy i velmi zajímavý prodejní potenciál, nabízíme například koncovým zákazníkům v našem centru záporních vozidel Future Store Drivalia ve Vestci u Prahy. Vybíráme do něj zhruba 30 procent našich vozů. Zbytek, většinou opotřebovanější auta, končí v mezinárodní aukci v rámci B2B prodeje. Otlučnější vozy z Česka směřují zpravidla na východní trhy. Podstatnou součástí našeho know-how je dobře nakoupit nové a dobře prodat ojeté auto.

Co chystá Drivalia do dalších let?

V technologickém vývoji chceme čím dál více a lépe pracovat s informacemi, které auta hlásí, a propojovat je s našimi systémy a údržbou. Díky tomu dokážeme klientům šetřit náklady a zmírnit inflační tlaky. Kromě toho plánujeme v Česku regionální expanzi do menších měst a také rozšíření nabídky.

Do Česka v posledním roce přichází čínské značky. Jak to zatím hýbe firemním trhem?

Nijak výrazně. Stále vyhodnocujeme dlouhodobou stabilitu těchto značek, je jen málo dat o tom, jak si vedou na trhu ojetin, a v Česku nemají ani dostatečnou distribuční a servisní síť. I proto se zatím orientují na retailové zákazníky, ti korporátní potřebují k leasingu stabilní doprovodné služby a síť servisů.

Naopak českému trhu stále dominuje Škoda, ohrožuje ji někdo?

Český firemní trh je konzervativní a zůstává věrný Škodě Auto. Je tomu tak podobně i v jiných evropských zemích, kde je silný domácí výrobce. Naopak třeba v Polsku je poptávka roztržštěná. Škodu je třeba ocenit, daří se jí a má široký výběr modelů. Navíc v těžkých dobách, jako byl covid, držela stabilní ceny objednaných vozidel, což mnozí jiní nedělali. Jako jasný lídr trhu se chovali k zákazníkům nejlépe, i když by třeba díky své pozici nemuseli.

MARTIN BRIX (51)

■ Martin Brix patří k jedněm z nejvýraznějších osobností českého oboru financování aut.

■ Vstoupil do něj v roce 1999 po studiích na VŠE, kdy přišel do české pobočky LeasePlan. Začal v risk managementu, následně se stal finančním ředitelem. Od roku 2007 rozjžděl rumunskou pobočku firmy, po pěti letech se vrátil zpět do Česka na původní pozici.

■ Šéfem celého podniku se stal v roce 2018. Zůstal jím i po roce 2023, kdy český LeasePlan převzala nadnárodní společnost CA Auto Bank, která je součástí francouzské obchodní skupiny Crédit Agricole.

■ Ve správě má Drivalia Lease CR přes 30 tisíc aut.



Stačí leasing. „Mizí potřeba auto vlastnit. A to jak u menších firem, tak u retailu, a zvláště mladší generace. Chtějí, ať se o auto a problémy s ním spojené stará někdo jiný,“ říká šéf Drivalie Martin Brix.

Foto: HN – Václav Vašků