

Marktstudie 2011: Leasing wird häufiger in Betracht gezogen als vor der Krise

TNS Infratest Finanzforschung befragte 1000 Unternehmen

HEIKE SCHUR, BERLIN, HOLGER ROST, ESSEN

Bei den Finanzentscheidern der Unternehmen in Deutschland ist Leasing nahezu unverzichtbar. Die Investitionsform hat sich im Laufe ihrer fast 50-jährigen Geschichte in Deutschland quer durch alle Unternehmensgrößen und Branchen etabliert. Nach der überstandenen Finanzkrise wird Leasing sogar häufiger in Betracht gezogen als zuvor. Gerade kleinere Unternehmen zeigen sich nun aufgeschlossener.

Zu diesen Ergebnissen kommt die Marktstudie „Leasing in Deutschland 2011“, die TNS Infratest Finanzforschung im Auftrag des Bundesverbandes Deutscher Leasing-Unternehmen (BDL) durchgeführt hat. Es handelt sich um die vierte Untersuchung des Leasing-Marktes – nach 1994, 2002 und 2007. Insgesamt befragten die Marktforscher im März/April 2011 über 1000 Finanzentscheider in Unternehmen über Leasing-Nutzung, Motive für Leasing, sein Image und die Kundenzufriedenheit. Die Einstellungen zum Produkt Leasing und den Leasing-Gesellschaften haben sich bei der Mehrheit der Unternehmen weiter verbessert. 78 Prozent der Unternehmen in Deutschland ziehen bei ihren Investitionsplänen Leasing in Betracht. 2007 waren es 71 Prozent (siehe Abbildung 1, nächste Seite).

Dabei sind keine signifikanten Unterschiede in den einzelnen Branchen zu erkennen. Jedoch steigt die Neigung zu Leasing – wie schon in den vergangenen Studien ersichtlich – mit der Größe des Unternehmens. So erwägen 87 Prozent der Firmen ab 50 Beschäftigten ihre Investitionen mittels Leasing zu realisieren. Diese Unternehmen haben in der Regel einen höheren Investitionsbedarf (Fuhrpark, Maschinen, IT et cetera)

als kleinere Firmen. Sie leasen entsprechend häufiger. Positiv hat sich die Einstellung von kleineren Unternehmen mit bis zu 20 Beschäftigten entwickelt. Bis vor einigen Jahren spielte bei deren Geschäftsführern und Inhabern noch der Eigentumsgeanke eine wichtige Rolle. Dies hat sich nun deutlich verändert. Waren es 2007 noch 68 Prozent dieser Firmen, die Leasing als Investitionsform in Betracht zogen, so sind es heute bereits 76 Prozent (siehe Abbildung 2, nächste Seite). Damit ist die Zahl der Ablehner deutlich geschrumpft.

Wie häufig kommt es nach der Planungsphase tatsächlich zu einem

Vertragsabschluss? Von all denjenigen, die Leasing als Investitionsform erwogen haben, schließen 86 Prozent schlussendlich einen Leasing-Vertrag ab. Bezogen auf alle Unternehmen in Deutschland sind es 68 Prozent. 2007 war auch dieser Anteil mit 61 Prozent etwas geringer. Mit zunehmender Unternehmensgröße wächst die tatsächliche Entscheidung für Leasing. Bei Unternehmen ab 50 Beschäftigten schließen 78 Prozent letztlich einen Leasing-Vertrag ab.

Attraktivste Investitionsform

Im Wettbewerb der Finanzierungsinstrumente nimmt Leasing eine führende Rolle ein: Wie die Abbildung 3 Seite 207 zeigt, ziehen 34 Prozent der Unternehmen in Deutschland bei einer Investition in Höhe von 25 000 bis 30 000 Euro als Erstes Leasing in Betracht. Zuerst an Kredit denken dagegen nur 28 Prozent, gefolgt von Mietkauf (25 Prozent) und Miete (6 Prozent).

Leasing ist für alle Unternehmensgrößen attraktiv. Die Neigung zu Lea-

DIE AUTOREN:

Heike Schur,
Berlin

arbeitet seit 2005 als Referatsleiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim BDL in Berlin. Die Diplom-Journalistin betreibt seit fast 20 Jahren Öffentlichkeitsarbeit. Unter anderem war sie für den Thyssen-Krupp-Konzern und die Henkel KGaA tätig.

E-Mail: schur@leasingverband.de



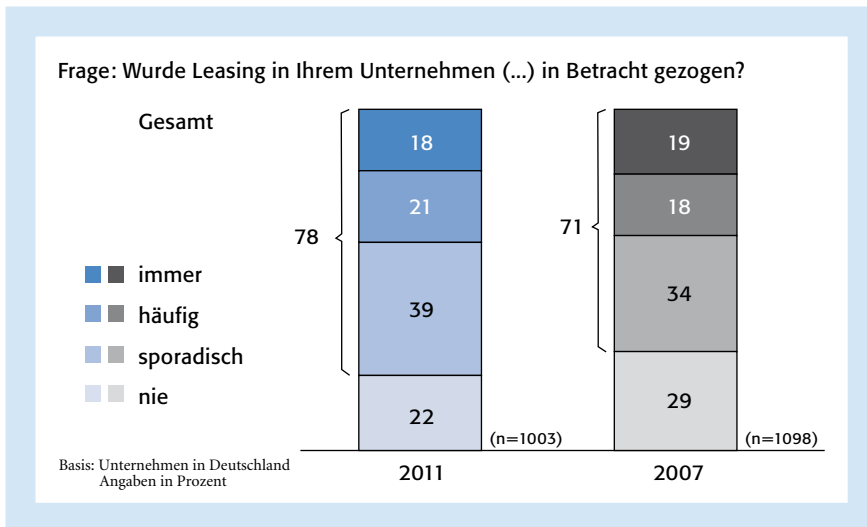
Holger Rost,
Essen

ist seit über 30 Jahren in der Leasing-Branche tätig und seit 2004 Vorsitzender des Ausschusses für Öffentlichkeitsarbeit des BDL. Er ist Geschäftsführer der COMCO Auto-leasing GmbH & Co KG in Essen.

E-Mail: rost@comco-autoleasing.de



Abbildung 1: Leasing wird häufiger in Betracht gezogen



Quelle: TNS Infratest Finanzforschung

sing nimmt jedoch mit der Größe zu. Bei Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten denken 44 Prozent zuerst an Leasing. Mit deutlichem Abstand folgt Kredit, genannt von 24 Prozent. Mietkauf ziehen 18 Prozent als Erstes in Betracht, Miete 7 Prozent. Und für Großunternehmen mit über 500 Betriebsangehörigen neigen am häufigsten zu Leasing: 46 Prozent erwägen es an erster Stelle, während nur 23 Prozent Kredit favorisieren. Es folgen

Mietkauf (16 Prozent) und Miete (11 Prozent).

Motive für Leasing

Insgesamt haben sich seit der letzten Befragung 2007 die Prioritäten der Beweggründe für Leasing nur leicht verändert. Im Ranking der fünf wichtigsten Motive steht weiterhin das Argument an oberster Stelle: „Kosten

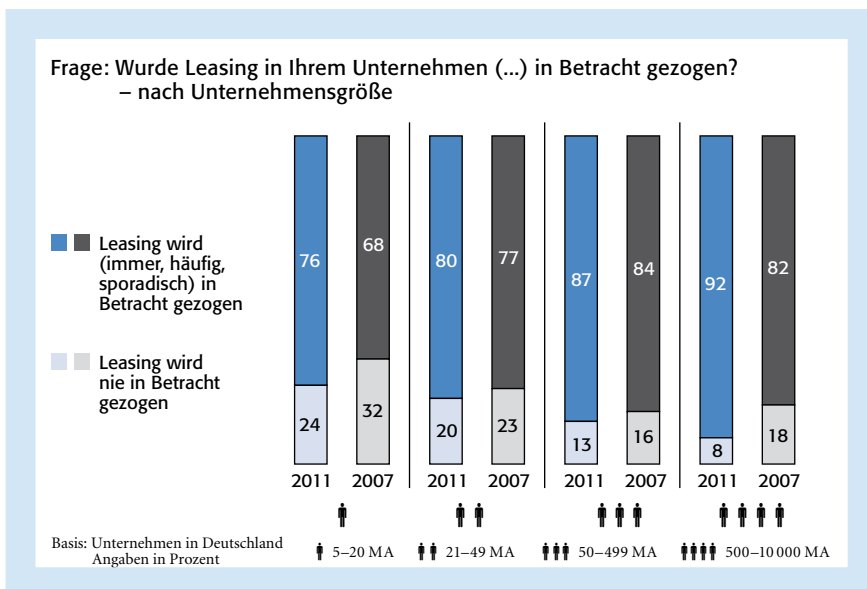
sind gleichmäßig und genau kalkulierbar“. Die feststehenden Leasing-Zahlungen bilden für das Unternehmen eine sichere Kalkulationsgrundlage über die gesamte Vertragsdauer und erhöhen damit die Planungssicherheit auf der Kostenseite. Jedes zweite Unternehmen misst diesem Argument eine sehr hohe Bedeutung bei. Auf dem zweiten Platz folgt: „Leasing schont die Liquidität“. Es hat mit dem Motiv „Betriebsausstattung bleibt auf dem neuesten Stand“ den Rang getauscht. Die Vorteile des Leasings, „Flexibilität möglich“ und „steuerlich vorteilhaft“, haben gegenüber früheren Befragungen an Bedeutung verloren. Stattdessen hat die „Rückgabemöglichkeit des Leasing-Objekts“ nach Ablauf der Vertragszeit den vierten Platz eingenommen. Dies belegt: Der Gedanke an die Nutzung eines Fahrzeugs, einer Maschine oder eines Computers hat gegenüber dem Eigentumsgedanken an Bedeutung gewonnen. Platz 5 besetzt das Argument „Die Bank-Kreditlinie bleibt erhalten“ (siehe Abbildung 4, Seite 208). Es ist sicher eine Folge der Krise, dass dieses Motiv wieder unter den Top 5 steht, nachdem es 2007 an Bedeutung eingebüßt hatte.

Die Argumente für Leasing werden von allen Unternehmensgrößen geteilt, die Gewichtung der Motive variiert jedoch nach Anzahl der Beschäftigten: Während Großunternehmen beispielsweise die angebotenen Service-Komponenten der Leasing-Gesellschaften hoch schätzen, ist kleineren Firmen mit bis zu 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern besonders die Liquiditätsschonung, die Flexibilität und die Realisierung von Investitionen trotz geringem Budget dank Leasing wichtig.

Image wird besser

Leasing steht aus Sicht der großen Mehrheit der Unternehmen für Flexibilität. 88 Prozent der Unternehmen unterstützen diese Aussage. Die Zustimmung ist damit stabil gegenüber der Befragung im Jahr 2007. Auf deutlich weniger fruchtbaren Boden stößt

Abbildung 2: Kleinere Unternehmen stehen Leasing aufgeschlossener gegenüber als 2007



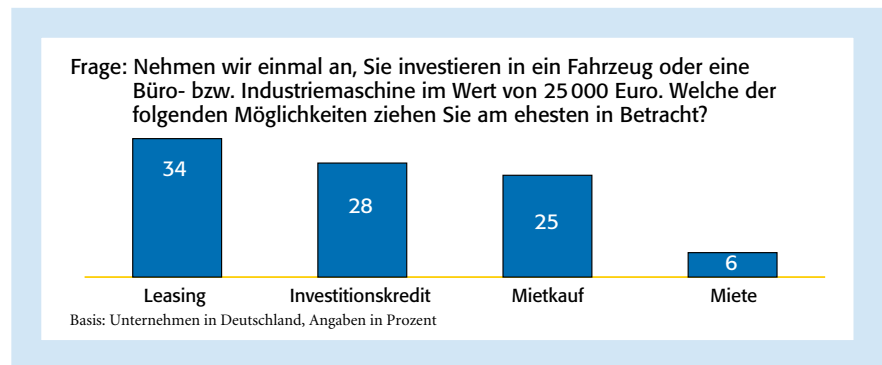
Quelle: TNS Infratest Finanzforschung

inzwischen das Vorurteil, dass sich Leasing vor allem für Firmen eignet, die nur noch schlecht Kredite bei der Bank erhalten. Dieser Aussage stimmen aktuell nur noch 17 Prozent zu; 2007 waren es noch 25 Prozent. Etwas gesunken ist der Anteil der Firmen, die Leasing für alle Unternehmen geeignet halten, unabhängig von der Größe und vom Investitionsvolumen (von 74 auf 69 Prozent). Dies ist vermutlich eine Folge der Finanzkrise, bei der einige Leasing-Gesellschaften aufgrund der angespannten Refinanzierungssituation nicht alle Anfragen erfüllen konnten.

Kundenzufriedenheit: Bestnoten

Insgesamt erteilen die Unternehmen ihren Leasing-Partnern Bestnoten. Eine deutliche Mehrheit von 95 Prozent ist mit ihrer Leasing-Gesellschaft zufrieden bis vollkommen zufrieden (siehe Abbildung 5, Seite 208).

Abbildung 3: Leasing ist die bevorzugte Finanzierungsform



Quelle: TNS Infratest Finanzforschung

Damit konnten die Leasing-Gesellschaften ihre äußerst positive Bewertung aus dem Jahr 2007 wiederholen. Besonders zufrieden zeigten sich Unternehmen mittlerer Größe (mit 20 bis 49 Beschäftigten) sowie Großunternehmen. In diesen Kundengruppen erklärten 98 Prozent der Unternehmen, „zufrieden“ bis „vollkommen zufrieden“ mit ihren Partnern zu sein. Den gleich hohen

Zufriedenheitsgrad erzielten die Leasing-Gesellschaften bei ihren Kunden aus den Branchen „Verarbeitendes Gewerbe“ und „Dienstleistung“.

Gute Perspektiven

Leasing hat weiterhin gute Geschäftsperspektiven, besonders Großunternehmen wollen ihren auf Lea-

BÜRGELE
WIRTSCHAFTSINFORMATIONEN

Musterauschnitt zum Download unter www.die-neue-vollauskunft.de

Die Premiumklasse der Wirtschaftsinformationen: BÜRGELE Vollauskunft mit Bilanzgrade nach Euler Hermes Methodik

- Exklusiv bei BÜRGELE: Bilanzgrades für bis zu 4 Jahre möglich
- Berechnung und Darstellung von Bilanzkennziffern
- Alle wichtigen Daten zur Finanzlage auf einen Blick
- Ausfallwahrscheinlichkeiten von Unternehmen und Ausfallrisiken von Branchen
- Darstellung von Bilanzen und Geschäftszahlen

Minimieren Sie bestehende Risiken innerhalb Ihrer Geschäftsbeziehungen zuverlässig mit der neuen BÜRGELE Vollauskunft!

Ein Unternehmen der Allianz

www.buergel.de

sing entfallenden Anteil ausbauen. Auf die Frage, ob die Unternehmen in den nächsten drei Jahren mehr oder weniger Investitionen über Leasing realisieren wollen, erklärt jeder vierte Betrieb mit mehr als 50 Beschäftigten, Leasing verstärkt nutzen zu wollen. Bei Großunternehmen sind es sogar 29 Prozent. Bezogen auf alle Unternehmen in Deutschland wollen 61 Prozent die Nutzungsintensität beibehalten; 19 Prozent planen, ihren Leasing-Anteil zu verringern. Ein Rückschluss auf das damit zusammenhängende Volumen ist jedoch

nicht möglich. Vielmehr ging es bei der Fragestellung nur um Ermittlung der sogenannten Einschaltungsquote, also des Anteils der Unternehmen, die verstärkt leasen. Ein Wachstumsfeld mit Zukunftspotenzial stellen Leasing-Investitionen in alternative Energien dar. Hier planen 7 Prozent der Unternehmen, künftige Investitionen durch Leasing zu realisieren. Aktuell ist es nur rund 1 Prozent. Bisher sind 25 Mitgliedsgesellschaften des BDL auf diesem Geschäftsfeld aktiv und realisieren für ihre Kunden Investitionen in Fotovoltaik-, Wind-

oder Wasserkraft- sowie in Biomasse-Anlagen. Dieser Leasing-Sektor kann künftig aufgrund der aktuellen politischen Diskussion wachsen.

Weniger Leasing-Ablehner

Der Anteil der Unternehmen, die Leasing nie nutzen, hat deutlich abgenommen, insbesondere bei den kleineren Firmen. Insgesamt wurden 250 Leasing-Nichtnutzer von den Marktforschern gesondert befragt, um die Gründe für ihre Ablehnung zu ermitteln. Dabei wird ersichtlich, es spielen vor allem rationale Aspekte eine Rolle, jedoch keine emotionalen, wie zum Beispiel in der Vergangenheit der Eigentumsgedanke. Als Argumente gegen eine Leasing-Nutzung geben 76 Prozent an, Investitionen aus dem Cashflow zu finanzieren. Dies lässt sich auf die Sondersituation aufgrund der aktuell überstandenen Wirtschaftskrise zurückführen: Viele Unternehmen vertrauten dem Wirtschaftsaufschwung im vergangenen Jahr noch nicht, der sich überraschend früh eingestellt hatte. Sie wollten sich nicht langfristig finanziell binden und finanzierten ihre Investitionen 2010 aus dem Überschuss.

Als weitere Motive für die Leasing-Nichtnutzung werden unsicherer Restwert, attraktive Konditionen bei Krediten und Ausstiegsmöglichkeiten aus laufenden Verträgen angeführt. Diese Aspekte nennt jeweils rund die Hälfte der Leasing-Nichtnutzer. Die Diskussion der vergangenen Jahre über die Restwerte beim Pkw-Leasing hat sich unter Umständen auf die gesamte Leasing-Objektpalette ausgewirkt. Hier gilt es, die potenziellen Leasing-Kunden aufzuklären.

Informationsquellen der Entscheider

Wo informieren sich nun Unternehmen über Leasing? Zu den von Finanzentscheidern am häufigsten genannten Informationsquellen zählen das Internet (von 33 Prozent genannt),

Abbildung 4: Top 5 der Leasing-Motive im Zeitverlauf

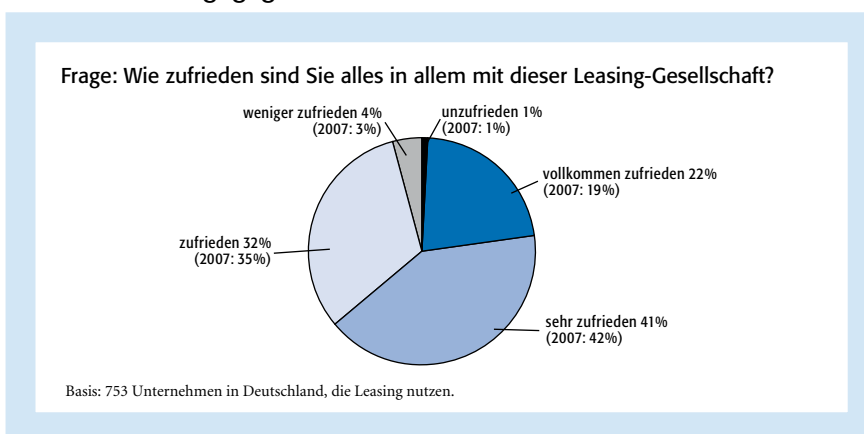
Frage: Es gibt Argumente, die bei einer Investition für Leasing sprechen können. Ich lese Ihnen nun solche Argumente vor, und Sie sagen mir bitte, wie wichtig dieser Aspekt für Ihr Unternehmen ist.

1994	2002	2007	2011
Leasing schont die Liquidität.	Leasing schont die Liquidität.	Kosten sind gleichmäßig/genau kalkulierbar.	Die Kosten sind gleichmäßig und genau kalkulierbar.
Kosten sind gleichmäßig/genau kalkulierbar.	Kosten sind gleichmäßig/genau kalkulierbar.	Betriebsausstattung bleibt auf dem neuesten Stand.	Leasing schont die Liquidität.
Investitionen trotz geringem Investitionsbudget möglich.	Investitionen trotz geringem Investitionsbudget möglich.	Leasing schont die Liquidität.	Betriebsausstattung bleibt auf dem neuesten Stand.
Bank-Kreditlinie bleibt erhalten.	Bank-Kreditlinie bleibt erhalten.	Leasing-Vertrag ermöglicht Flexibilität.	Rückgabe des Leasing-Objekts nach Ablauf der Vertragslaufzeit.
Leasing ist steuerlich vorteilhaft.	Leasing ist steuerlich vorteilhaft.	Leasing ist steuerlich vorteilhaft.	Bank-Kreditlinie bleibt erhalten.

Basis: Unternehmen in Deutschland, die Leasing nutzen

Quelle: TNS Infratest Finanzforschung

Abbildung 5: Die große Mehrheit der Leasing-Nutzer ist sehr zufrieden mit ihrer Leasing-Gesellschaft. Die Kundenzufriedenheit ist gegenüber 2007 stabil.



Quelle: TNS Infratest

Hersteller/Händler (32 Prozent) sowie Werbeangebote vom Hersteller (30 Prozent), der Steuerberater/Wirtschaftsprüfer (29 Prozent) und die Bank (27 Prozent). Wer schon Leasing-Kunde ist, legt bei der Informationsbeschaffung weniger Wert auf die persönliche Beratung und recherchiert häufiger anonym über das Internet (37 Prozent) als diejenigen, die aktuell nicht leasen. Die Nichtnutzer bevorzugen die direkte Beratung durch Steuerberater und Wirtschaftsprüfer (37 Prozent) sowie Bankmitarbeiter (36 Prozent). Im Informationsverhalten der Unternehmen zu Finanzierungsthemen und allgemeinen beruflichen Angelegenheiten gibt es keine signifikanten Unterschiede zwischen den Branchen oder Unternehmensgrößen. Die große Mehrzahl (82 Prozent) recherchiert vor allem über Suchmaschinen im Internet. An zweiter Stelle folgen Fachzeitschriften (75 Prozent), was die Bedeutung der Pressearbeit unterstreicht. Den dritten Platz in der Rangliste teilen sich Online-Auftritte

von Herstellern (65 Prozent), Leasing-Unternehmen (44 Prozent) und Banken (26 Prozent). Dies zeigt den starken Einfluss, den das Internet auf die Informationsbeschaffung der Unternehmen hat. Es ist daher Pflicht und nicht mehr nur Kür für die Leasing-Gesellschaften, ihren Online-Auftritt benutzerfreundlich zu gestalten und stets aktuell zu halten. Zudem muss die Homepage über Suchmaschinen leicht zu finden sein.

Nutzung von Social Media

Viele Unternehmer und Finanzentscheider sind inzwischen auch beruflich in Blogs und Foren aktiv. Diese werden von 16 Prozent als Informationsquelle genannt. Sogenannte Apps auf Smartphones nutzen 13 Prozent. Und immerhin 11 Prozent informieren sich in sozialen Netzwerken über berufliche Fragen. Werte, die sicher generationsbedingt weiter zunehmen werden. Social-Media-Aktivitäten wer-

den daher für die Leasing-Branche mittelfristig an Bedeutung gewinnen.

Die Marktstudie

TNS Infratest Finanzforschung hat 1003 Finanzentscheider in Unternehmen zu ihrer Einstellung gegenüber Leasing befragt. Die Grundgesamtheit stellen die Unternehmen in Deutschland ab fünf Mitarbeitern dar. Analog zu den Vorgängerstudien wurde die Stichprobe disproportional nach Unternehmensgröße, Branche und regionaler Verteilung geschichtet, um ausreichend große Fallzahlen pro Gruppe zu erhalten. Die Daten wurden in telefonischen Interviews (CATI-Methode) erhoben. Es wurden rund 750 Leasing-Nutzer befragt aus den Branchen: Verarbeitendes Gewerbe, Bau, Handel, Verkehr/Nachrichtenübermittlung und Dienstleister. Die Ergebnisse wurden gewichtet und spiegeln die Unternehmenslandschaft in Deutschland wider. ◀



Premium-Software für **Leasing, Kredit & „financial services“**



- Alle Geschäftsprozesse mit nur **einer** Software
- Für Web oder Windows
- Perfekte Länderanpassungen
- Problemlose Datenübernahme
- Maßgeschneiderte Prozesse auf Standardbasis

Unsere Software macht die Zukunft zur Gegenwart.



Bajuwarenring 12
D-82041 Oberhaching

fon: +49(0)89 · 63839 -100
fax: +49(0)89 · 63839 -101

email: info@cic-group.eu
www.cic-group.eu