



Leasing: Impulsgeber für die deutsche Wirtschaft

Von **Horst-Günther Schulz**, Präsident des Bundesverbandes Deutscher Leasing-Unternehmen e.V.

Ob Polizeiwagen oder Reisebusse, Hubschrauber der Luftrettung oder Müllwagen eines Entsorgungsunternehmens, Dienstwagen oder Kopierer und Computeranlagen, Bau-, Druck- oder Werkzeugmaschinen, Zahnarztstuhl oder Solaranlagen – täglich sind ungezählte Leasing-Güter im Einsatz. Die Liste der Beispiele ließe sich beliebig fortführen. Inzwischen wird jede vierte Ausrüstungsinvestition über Leasing realisiert. 2005 wuchs der Leasing-Markt um 8%. Das Neugeschäftsvolumen erreichte die Rekordmarke von rund 50 Mrd. €. Und auch 2006 startete mit einem Plus von 6%.

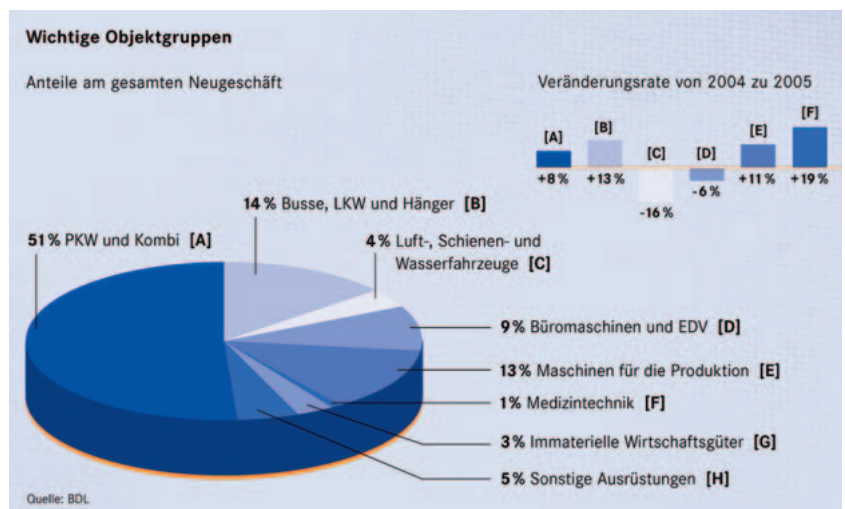
Seit Jahren wächst die Leasing-Wirtschaft dynamischer als die Gesamtwirtschaft und erweist sich damit als ein entscheidender Impulsgeber für die deutsche Wirtschaft. Insgesamt blickt die Branche optimistisch in die Zukunft. Viele Anzeichen sprechen dafür, dass mit weiterhin günstigen Absatzaussichten im Ausland, steigender Kapazitätsauslastung in den exportabhängigen Bereichen und anhaltend günstigen Finanzierungsbedingungen die Investitionen im Jahr 2006 verstärkt Fahrt aufnehmen werden. Die Belebung der Investitionskonjunktur wird auch das Leasing-Wachstum günstig beeinflussen.

Jede vierte Ausrüstungsinvestition geleast

Die Erfolgsgeschichte des Leasing basiert auf einer relativ einfachen Tatsache: Immer mehr Unternehmen verstehen inzwischen, dass in der Regel die Nutzung

und nicht das Eigentum eines Gutes entscheidend ist. Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Leasing wird am Anteil der Leasing-Investitionen an den gesamten Anlageninvestitionen gemessen. Die Mobilien-Leasing-Quote liegt inzwischen bei 24,6%. Das bedeutet, dass fast ein Viertel aller mobilen Investitionsgüter in Deutschland durch Leasing angeschafft wird. Damit liegt die Quote allerdings immer noch etwa fünf Prozentpunkte unter der des Weltmarktführers USA. In Europa ist Deutschland nach Großbritannien der zweitgrößte Leasing-Markt.

Die beliebtesten Mobilien-Leasing-Güter sind und bleiben die Straßenfahrzeuge. Mit 65% entfiel 2005 der größte Anteil am Neugeschäft auf PKW, Kombis, LKW, Anhänger und Busse. Auf den weiteren Plätzen folgten Produktionsmaschinen (13%), Büromaschinen



inklusive EDV (9%) sowie sonstige Ausrüstungen und immaterielle Wirtschaftsgüter (8%). Die Schlusslichter der Mobilien-Leasing-Güter bilden mit 4% Luft-, Schienen- und Wasserfahrzeuge und mit 1% die Medizintechnik. Ein überdurchschnittliches Wachstum



hatte erneut das Segment der Busse, LKW und Hänger (+13%). Ebenfalls deutlich überdurchschnittliches Wachstum verzeichnete die Objektgruppe der Produktionsmaschinen wie zum Beispiel Baugeräte, Druckmaschinen und Gabelstapler (+11%).

Kundengruppen

Die bedeutendste Kundengruppe im Mobilien-Leasing-Geschäft ist mit einem Anteil von 32%, trotz eines leichten Rückgangs, nach wie vor der Dienstleistungssektor. Dieser äußerst heterogene Wirtschaftsbereich erstreckt sich von Banken und Versicherungen über Rundfunkanstalten, Filmgesellschaften, Internetprovider, Autovermieter, EDV- und Multimedia-Dienstleister, Unternehmensberater, dem Hotel- und Gaststättengewerbe, Verlage und Werbeagenturen bis hin zu mittelständisch Selbstständigen wie Ärzten, Rechtsanwälten, Architekten, Ingenieurbüros und Steuerberatern. In diesen Berufsgruppen besteht ein besonders hoher Bedarf an Fahrzeugen und Büromaschinen einschließlich EDV-Anlagen.

Das verarbeitende Gewerbe war jahrelang – insbesondere in den Anfangszeiten des Leasing in Deutschland – die dominierende Kundengruppe. Sein Anteil an den gesamten Leasing-Investitionen liegt derzeit bei 22% und hat nach dem Handel im vergangenen Jahr das stärkste Wachstum zu verzeichnen.

Kundenorientierte Vertragsformen

In den ersten Jahren nach der Einführung des Leasing wurden überwiegend Finanzierungs-Leasing-Verträge abgeschlossen. Unter diesem Begriff werden in Deutschland Verträge mit Mietvertragscharakter von mittel- oder langfristiger Dauer subsumiert, deren Grundmietzeit kürzer ist als die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer des Leasing-Objektes und die auf die Vollamortisation des Leasing-Gegenstandes durch den Leasing-Nehmer ausgerichtet sind.

Inzwischen gewinnen Operating-Leasing-Verträge zunehmend an Bedeutung. Nach finanzwirtschaftlichem Verständnis steht dieser Begriff allgemein für Leasing-Verträge, bei denen der Leasing-Geber das Investitionsrisiko trägt. Die Vollamortisation tritt hier erst durch den Abschluss eines neuen Leasing-Vertrages oder durch eine Objektverwertung in eigener Verantwortung der Leasing-Gesellschaft ein. Diese Vertragsvarianten werden verstärkt im IT- und PKW-Leasing-Bereich besonders im Zusammenhang mit Service-Komponenten angeboten.

Markttrend: Full-Service-Leasing

Die Akzeptanz von Leasing insbesondere im Mittelstand und der öffentlichen Hand wächst weiter. Gerade für mittelständische Unternehmen ist Leasing die Außenfinanzierungsalternative Nr. 1. Aber Leasing ist längst mehr als reine Finanzierung. Vielmehr rücken weitere strategische Vorteile in den Vordergrund. So bieten die Leasing-Gesellschaften umfangreiche Service-Pakete an, die immer stärker nach-

gefragt werden. Das Angebot umfasst eine Vielzahl von Dienstleistungen rund um das Leasing-Objekt. Weit verbreitet sind Full-Service-Leasing-Verträge schon bei Fahrzeugen und EDV-Ausstattungen. Die Kombination verschiedener Servicemodule kann den Kunden von Aufgaben entlasten, die nicht direkt mit seiner Geschäftstätigkeit zusammenhängen, aber auf die Funktionsfähigkeit und den Erhaltungszustand des Leasing-Objektes unmittelbaren Einfluss nehmen.

Die Leasing-Vorteile

Bilanzneutralität

Leasing-Raten sind GuV wirksame Kosten. Es erfolgt keine Aktivierung des Wirtschaftsgutes beim Leasing-Nehmer, da dieses im Volleigentum der Leasing-Gesellschaft ist. Der im Falle eines Kredites notwendige Ausweis der Verbindlichkeit entfällt. Dieser Vorteil gewinnt, insbesondere vor dem Hintergrund von Basel II, zunehmend an Bedeutung und trägt zu einer Verbesserung des Ratings bei.

Schonung der Liquidität

Das Eigenkapital und die Banklinien werden geschont und können für andere – nicht objektgebundene Zwecke – verwendet werden. In der Regel ist die Stellung von Sicherheiten bei Leasing nicht notwendig.

Pay as you earn-Effekt

Die Leasingraten werden aus den Erträgen, die mit dem Investitionsgut erwirtschaftet werden, bezahlt.

Steuroptimierung

Über die Gestaltung des Leasing-Vertrags bezüglich Laufzeit und Raten lassen sich steueroptimierende Effekte erzielen.

Klare Kalkulationsbasis

Leasingraten sind während der Vertragslaufzeit fest und gewährleisten damit Planungssicherheit.

Flexibilität

Leasing-Verträge können Fragen nach Wartung, Instandhaltung oder Nutzungsentgelt sowie Leasing-Dauer flexibel regeln. Auslastungsschwankungen lassen sich deshalb durch den Einsatz von Leasing flexibel auffangen.

Innovationseffekte

Die Flexibilität bei der Laufzeit von Verträgen erleichtert es, den Maschinenpark ständig auf dem aktuellen technischen Stand zu halten.

Service

Leasing ist längst mehr als Finanzierung. Leasing-Gesellschaften bieten zahlreiche ergänzende Dienstleistungen wie zum Beispiel Maschinenwartung, Fuhrparkmanagement oder Management der IT an.