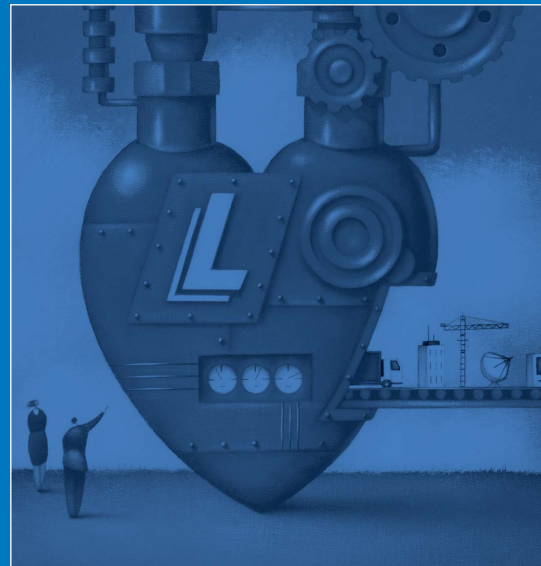


„Der Mittelstand kann ohne Leasing gar nicht leben“

Interview mit Reinhard Gödel



Als „Motor der Absatzfinanzierung“ bezeichnet Reinhard Gödel das Produkt Leasing selbstbewusst. Gerade im eher unterkapitalisierten deutschen Mittelstand komme es gut an: Während die Banken mit den mangelnden Bonitäten kämpfen müssten, hätten die Leasinggesellschaften damit aufgrund der Vertragsstruktur weniger Probleme. Die steuerlichen Nachteile gegenüber dem Kredit, die durch die Unternehmenssteuerreform entstanden sind, möchte er noch in diesem Jahr durch das Bankenprivileg für die Leasingbranche beseitigt sehen. Ansonsten bleibe nur der Gang zum Bundesverfassungsgericht. Red.

bm Wie steht es heute um die Leasingbranche in Deutschland?

Leasing ist aus der Liste moderner Finanzierungsinstrumente nicht mehr wegzu-denken und Leasinggesellschaften gelten als innovative Unternehmen, die heute einen entscheidenden Anteil an der Finanzierung von Investitionsgütern haben. Über 50 Milliarden Euro werden in diesem Jahr wieder mit unseren Produkten finanziert. Damit haben wir eine dominante Rolle eingenommen. Das zeigt auch die Neugeschäftsentwicklung: Während der Leasingmarkt aktuell um rund zehn Prozent

wächst, stagniert die Inanspruchnahme von gewerblichen Krediten. Als Leasingmann bin ich stolz auf diese Entwicklung, denn ich kenne auch noch andere Zeiten.

bm Was ist das Besondere am Leasing?

Die Leasingwirtschaft hat es von Anfang an verstanden, vertriebs- und kundenorientiert zu denken. Sie hat sich auf die Bedürfnisse der Kunden besser eingestellt, als es so manche Bank gemacht hat.



Reinhard Gödel, Präsident, Bundesverband Deutscher Leasing-Unternehmen e. V., Berlin

bm Welche Wünsche und Forderungen haben Sie an die Politik?

Wie schon gesagt, Leasing ist heute der Finanzierungsmotor für den Mittelstand. In den vergangenen Jahrzehnten waren die Leasinggesellschaften der Motor für die Investitions- und Absatzfinanzierung. In unserer Branche gibt es keine nennenswerten Probleme, die eine Regulierung erfordern. Die Branche hat keine relevanten Ausfälle und braucht – aufgrund der Besonderheiten des Leasinggeschäfts – auch keinen Einlagenschutz. Unsere erste Anforderung ist es folglich, keine weiteren Regeln zu schaffen.

Zum anderen ist es notwendig, dass eine Gleichbehandlung zum Kreditprodukt konsequent eingehalten wird. Daher fordern wir den Paragraphen 19 Gewerbesteuerdurchführungsverordnung (GewStDV) auch für die Leasingbranche (siehe Kasten „Doppelbesteuerung und Bankenprivileg“ auf Seite 15).

bm Verliert die Branche durch abnehmende steuerliche Attraktivität in Deutschland Kunden?

Nach dem aktuellen Stand gehe ich davon aus, dass wir die steuerlichen Nachteile aus der Unternehmenssteuerreform abwenden können. Dann könnten wir unsere Kundenbasis sogar noch ausbauen. Man

muss sich vor Augen führen, dass die Leasingbranche den deutschen Mittelstand versorgt. Stückzahlmäßig stammen unsere Firmenkunden zu 90 Prozent aus dem Mittelstand und nur zu zehn Prozent sind es Großkunden. Mittelständische Unternehmen greifen auf Leasing zurück, weil sie damit besser kalkulieren können.

bm **Lässt sich nach der beschlossenen Unternehmenssteuerreform demnach noch etwas an den Rahmenbedingungen verändern? Viele Äußerungen aus der Branche klingen in den vergangenen Monaten stark nach völlig unversöhnlichen Positionen.**

In der Tat haben wir die Veränderungen vor der Verabschiedung des Gesetzes als sehr gravierend kritisiert, und die Sache ist seither auch nicht leichter geworden. Aber der Gesprächsfaden ist nicht abgerissen. Insbesondere die steuerlichen Rahmenbedingungen müssen noch konsequent weiter diskutiert werden. Das ist im Rahmen der konkreten Ausgestaltung der Unternehmenssteuerreform möglich. Gesprochen wird derzeit über Paragraph 19 GewStDV.

bm **Wie sieht in diesem Prozess der Zeitrahmen aus?**

Wir brauchen eine Regelung der strittigen Fragen noch in diesem Jahr, denn zum 1. Januar 2008 tritt die Unternehmenssteuerreform in Kraft. Bei heutiger Gesetzeslage würde dann eine Doppelbesteuerung der Leasingbranche einsetzen.

bm **Würden Sie das Thema der Doppelbesteuerung notfalls auch verfassungsrechtlich klären lassen?**

Wenn sich die Gesetzeslage bis zum 1. Januar 2008 nicht ändert, dann würden wir auch ein derartiges Verfahren anstrengen. Eine Doppelbesteuerung ist verfassungsrechtlich nicht zulässig und kann nicht hingenommen werden.

bm **Welche Finanzierungsform sehen Sie als den stärksten Wettbewerber für das Leasing? Ist das noch immer der klassische Bankkredit?**

Sieht man einmal vom Eigenkapital ab, so ist das sicherlich der Bankkredit. Aber die Welt der Finanzierung hat sich gedreht. Die Wachstumsraten im Kreditgeschäft sind leicht im Minus. Das Leasing hingegen hat derzeit Wachstumsraten von rund zehn Prozent. Hier findet seit Jahren eine Umschichtung statt. Für viele Unternehmen ist Leasing die Investitionsform der ersten Wahl, Kredit folgt erst auf Platz 2.

bm **Wie schätzen Sie die Chancen des Factoring ein?**

Das Factoring wird meiner Überzeugung nach in den nächsten zehn bis 15 Jahren ein ähnliches Wachstumspotenzial haben wie Leasing. Momentan wird es noch nicht

so deutlich wahrgenommen, auch weil es vielen Kunden zu teuer ist. Die Dienstleistungsqualität, die dem Produkt innewohnt, muss eben bezahlt werden. Das Factoring wird aber sicher in den Mittelstand hineinwachsen. Factoring und Leasing erfüllen dabei unterschiedliche Bedürfnisse und stehen daher nicht im direkten Wettbewerb um den Kunden.

„Die Leasingbranche hat sich auf die Bedürfnisse der Kunden besser eingestellt, als es so manche Bank gemacht hat.“

bm **Welche Rolle spielt Deutschland in Sachen Leasing im internationalen Vergleich?**

Die Leasingquote in Deutschland ist mit 19 Prozent inzwischen fast auf dem Niveau von Großbritannien angekommen, und auch der Abstand zu den USA hat sich deutlich verringert. Das ist bemerkenswert, denn früher waren diese Länder die Vorreiter in Sachen Leasing. Für Leasing sprechen eine Reihe von Gründen, vor allem

Zum Thema

Doppelbesteuerung und Bankenprivileg

Im Zuge der Unternehmenssteuerreform, die am 1. Januar 2008 in Kraft tritt, wurde beschlossen, dass der mit Leasinginvestitionen verbundene Finanzierungsaufwand beim Leasingnehmer zur gewerbsteuerlichen Bemessungsgrundlage hinzugerechnet wird. Dieselben Finanzierungsaufwendungen, die beim Leasingnehmer über die gewerbsteuerliche Hinzurechnung des Zinsanteils besteuert werden, so der Leasingverband BDL, sollen beim Leasinggeber zusätzlich noch einmal mit Gewerbesteuer belastet werden. Bei kreditfinanzierten Investitionen unterbleibe hingegen eine derartige Doppelbelastung, weil der Kreditgeber durch das „Bankenprivileg“ (Paragraph 19

GewStDV) von einer Hinzurechnung seines Refinanzierungsaufwands verschont werde.

In einem Bericht des Finanzausschusses baten nun die Koalitionsfraktionen die Bundesregierung, bis zum 30. September 2007 die Möglichkeit einer Einführung spezieller aufsichtsrechtlicher Regelungen für Leasing- und Factoringunternehmen zu prüfen, die eine Aufnahme dieser Unternehmen in die gewerbsteuerlichen Sonderregelungen nach Paragraph 19 GewStDV rechtfertigen würden. Diese Sonderbedingungen gelten bisher für Kreditinstitute, Pfandleiher und ABS-Zweckgesellschaften. **Red.**

betriebswirtschaftliche Motive, aber auch das Argument, dass man mit Leasing seine Betriebsmittel stets auf dem neuesten Stand halten kann. Die Mobilienleasingquote liegt heute bereits bei rund 25 Prozent und kann diese Marke sicher noch deutlich überschreiten.

bm Können Sie vom Ausland etwas lernen?

Selbstverständlich kann man vom Ausland lernen. Der deutsche Markt ist jedoch nicht völlig vergleichbar mit anderen Märkten, beispielsweise dem amerikanischen. Dort herrscht in punkto Service eine andere Denkweise vor. Der Kunde kauft ein günstiges Basisangebot und zahlt dann zusätzlich für jede weitere Leistung. In Deutschland wäre das nicht umsetzbar. Eine gewisse Servicefreundlichkeit gehört hierzulande dazu, und die erwartet der Kunde ohne Zusatzkosten.

„Eine gewisse Servicefreundlichkeit gehört hierzulande dazu, und die erwartet der Kunde ohne Zusatzkosten.“

An der Geschwindigkeit der Prozessabläufe, die im Ausland oft geboten wird, können wir uns ein Beispiel nehmen. An dieser Stelle steht die deutsche Leasingbranche vor einem neuen Zeitalter. Die

Margenentwicklung zwingt uns dazu, die Stückkosten deutlich zu reduzieren.

bm Wie wichtig ist Brüssel für die Leasingbranche?

Brüssel ist natürlich sehr wichtig. In jedem Land der Europäischen Union existieren andere Formen von Leasing. Es gibt noch nicht einmal ansatzweise einen europäischen Standard für das Leasing, denn jedes Land ist unterschiedlich reguliert. Insofern ist es recht schwierig, wenn man flächendeckend in Europa expandieren will. Man muss sich auf jedes Land neu einstellen.

bm Welche Bedeutung hat der europäische Verband Leaseurope? Wie ist Ihre Lobbyarbeit in Brüssel organisiert?

Es ist schwer, eine gemeinsame Lobbyarbeit in Europa zu leisten, solange sich die Rahmenbedingungen überall unterscheiden. Gleichwohl arbeiten wir auf europäischer Ebene voll mit. Deutschland wird vermutlich turnusgemäß ab dem Jahr 2009 den Präsidenten des europäischen Leasingverbandes Leaseurope stellen. Das

wäre ein klares Signal dafür, dass wir uns auch für die europäische Lobbyarbeit stark einsetzen.

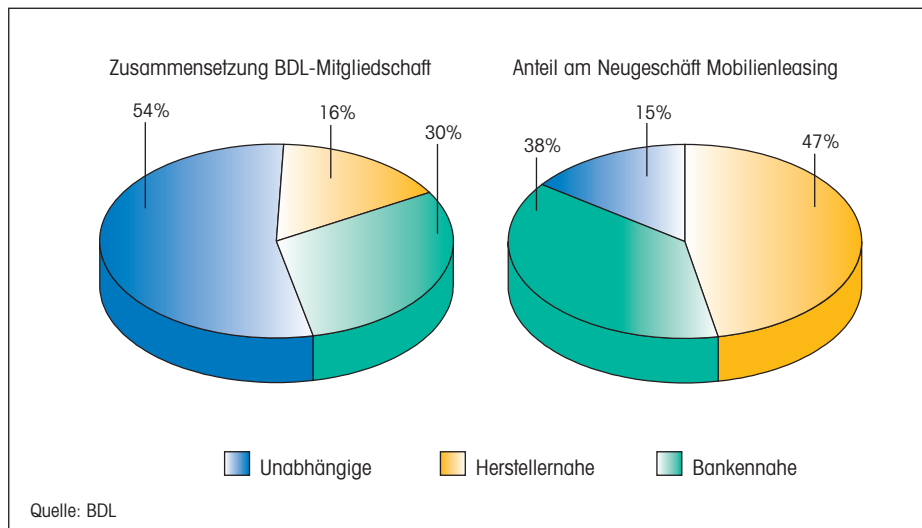
bm Welche Eigenschaften muss man als Verbandspräsident mitbringen?

Viel Geduld! Die Mitgliederstruktur des Verbandes ist sehr heterogen. Und die kleinen Gesellschaften haben ganz andere Anforderungen an ihren Verband als die großen. Aber der BDL hat es geschafft, die unterschiedlichen Interessen zusammenzubringen. Und Unternehmen aller Größenordnungen fühlen sich durch uns gut vertreten. Der Präsident wiederum muss die Anforderungen aller Mitglieder gleichwertig bei seiner Tätigkeit berücksichtigen.

bm Inwieweit spürt man noch, dass es einmal zwei Verbände waren, die im jetzigen Verband in einem schwierigen Prozedere zusammengeführt wurden?

Überhaupt nicht mehr, das wird herbeigeredet. Wir sind ein Verband und haben alle relevanten Bereiche durch unterschiedliche Gremien abgedeckt. In fünf ständigen Ausschüssen und zahlreichen Arbeitskreisen tagen regelmäßig insgesamt mehr als 100 Personen. Wir sind also ein sehr lebendiger Verband. Natürlich auch in der Diskussion, verschiedene Mitglieder haben verschiedene Meinungen. Letztlich kommen wir aber immer zu Ergebnissen, mit denen sich die große Mehrheit der Mitglieder identifizieren kann.

Eigentümerhintergrund der BDL-Mitgliedsunternehmen



bm Sind beim Zusammenschluss im Jahr 2001 die Mitgliederzahlen gesunken?

Die Mitglieder des BDL repräsentieren nach wie vor 90 Prozent des Marktvolumens. Die anderen zehn Prozent verteilen sich auf ganz kleine Gesellschaften. Natürlich scheidet hin und wieder ein Unternehmen

aus dem Verband aus, zum Beispiel aus rechtlichen Gründen oder wegen Geschäftsaufgabe beziehungsweise Fusion. Auf der anderen Seite konnten wir dieses Jahr auch schon sieben neue Mitglieder aufnehmen.

bm Welches Wachstum erwarten Sie im deutschen Leasingmarkt für das laufende Jahr?

Für das Jahr 2007 rechnen wir mit einem Wachstum des Marktes von etwa zehn Prozent. Wir brauchen aber eine schnelle und klare steuerliche Lösung.

bm Wie schlüsselt sich das nach den Teilbereichen Mobilien- und Immobilienleasing auf?

Da für das Immobilienleasing das vierte Quartal das entscheidende ist, lässt sich hier nur schwer eine Prognose treffen. Zu-

mal ein einziges großes Geschäft im Immobilienleasing durchaus auch schon das Vorzeichen verändern kann. Man muss es ganz deutlich sagen: Das Immobilienleasing ist nicht tot. Aber der Wachstumstreiber ist eindeutig die Mobilienseite.

bm Welche Bereiche wachsen hier besonders schnell?

Traditionell sind wir schwerpunktmäßig im Bereich Fahrzeuge aktiv. Die Leasinggüter Pkw und Kombi hatten jedoch im vergangenen Jahr nur ein leichtes Wachstum von rund einem Prozent. Die Ursache hierfür lag in der Mehrwertsteuererhöhung 2007.

Viele Autohäuser hatten ihren Privatkunden 2006 lieber Finanzierungen als Leasing angeboten. Das Volumen holt sich die

Branche jetzt wieder zurück. Trotz der deutlich rückläufigen Zulassungen im ersten Halbjahr 2007 stieg das Pkw-Leasing mit fünf Prozent bisher gut an. Die höchsten Wachstumsraten verzeichnen wir aber in den Bereichen Maschinen, Nutzfahrzeuge, IT und Medizintechnik.

„Für das Jahr 2007 rechnen wir mit einem Wachstum des Marktes von etwa zehn Prozent.“

bm Welche Rolle spielen Innovationen beim Wachstum? Welche Trends können Sie erkennen?

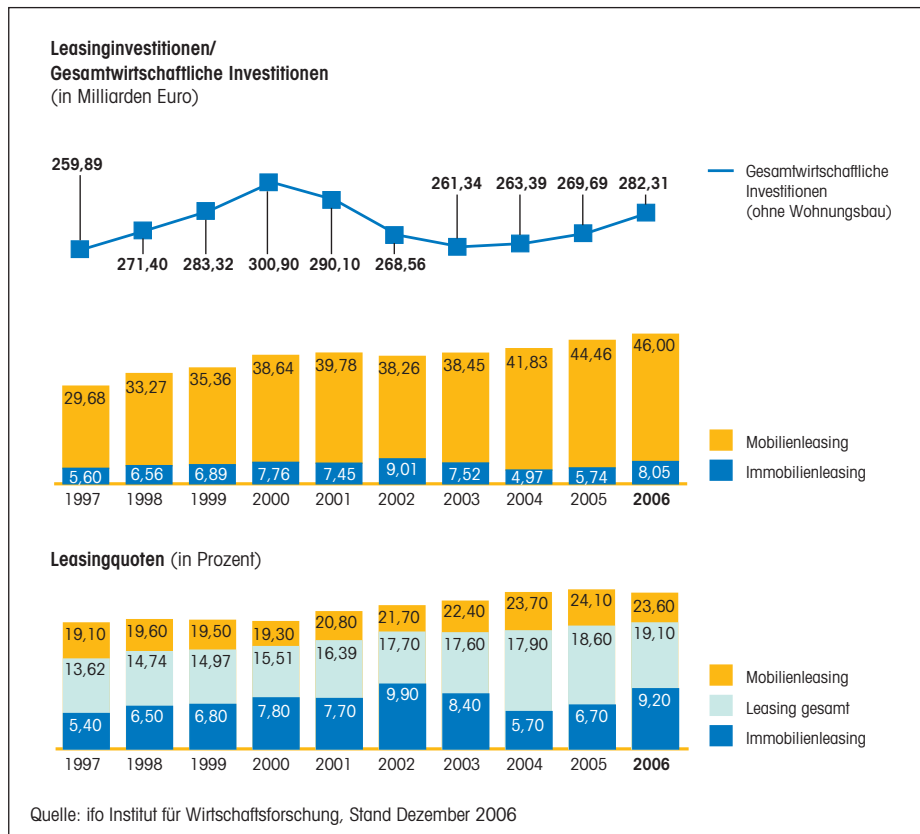
Der Trend geht zu einer immer stärkeren Abstimmung der Belastung des Kunden auf seine tatsächliche Nutzung des Objektes. Das ist bereits an den sogenannten Restwertverträgen erkennbar, bei denen ein Objekt für eine festgelegte Zeit genutzt und danach weiterverwertet wird. In dieser Richtung wird es weiterhin Innovationen geben. Ein Mähdrescher wird beispielsweise im Sommer stärker ausgelastet als im Winter, daher kann der Kunde im Sommer eine höhere Rate dafür zahlen.

Oder ein anderer Kunde könnte für die gleiche Leasingrate im Sommer und im Winter verschiedene Autos fahren. Für letzteres Szenario gibt es derzeit noch keine technische und rechtliche Lösung, aber der Markt dafür ist da. Gegenüber dem Kredit haben wir diesbezüglich eine große Überlegenheit. Mit einem Kredit lassen sich solche Überlegungen nicht darstellen.

bm Auch beim Kredit spielt jedoch gerade der Servicegedanke eine immer größere Rolle. Das heißt, dass herstelleregebundene Banken, vor allem im Bereich Kfz, auch bei kreditfinanzierten Objekten ganze Rundum-Pakete anbieten, die etwa Wartungen und Garantieverlängerungen enthalten. Spüren sie diese Entwicklung?

Die Autobanken haben im Kfz-Markt eine absolut dominante Funktion. Durch die

Der deutsche Leasingmarkt



Modifizierung der EU-Gruppenfreistellungsverordnung gibt es jetzt mehr Möglichkeiten für die Entwicklung von Mehrmarkenhändler. Die herstellerunabhängigen Anbieter haben dort eine große Chance, sich zu etablieren.

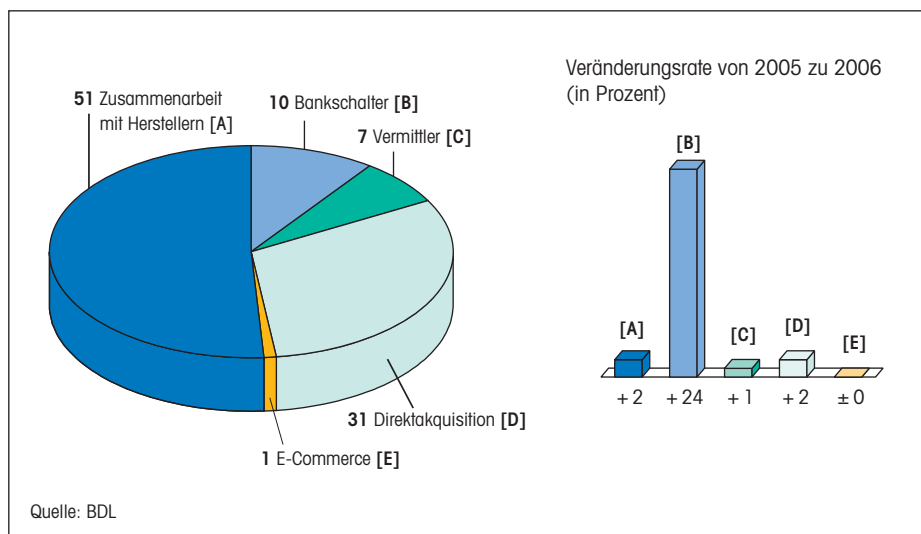
Als Point of Sale nehmen die Händler eine wichtige Rolle ein. In der Investitionsgüterindustrie ist es heute für die Kunden fast gang und gäbe, neben dem Gut auch die Finanzierung nachzufragen. Hier kann die Leasingbranche dem Händler einen Mehrwert bieten: Wenn einer unserer Vertriebspartner Leasing einsetzt, dann kann er bei uns – im Rahmen des Datenschutzes – Informationen zu verschiedenen Punkten abfragen. So greifen wir unterstützend in die Vertriebssteuerung des Händlers ein.

bm Bei Herstellerabhängigen Gesellschaften herrscht oft eine ganz andere Zielsetzung vor als bei unabhängigen Leasingunternehmen. Erste sind teilweise direkt in die Marketingaktivitäten eingebunden, notfalls zulasten der eigenen Gewinn- und Verlustrechnung. Können die unabhängigen Leasinggesellschaften da überhaupt mithalten?

Die Entwicklung der Leasinggesellschaften der unterschiedlichen Eigentümergruppen verläuft seit Jahren mit vergleichbarer Dynamik. Natürlich gibt es Bereiche, in denen Herstellerabhängige Gesellschaften große Vorteile gegenüber unabhängigen Gesellschaften haben. Dies gilt aber auch umgekehrt. Die Branche kann alle Anforderungen abdecken und deckt sie auch ab. Sie kann günstig und flexibel anbieten und dennoch Gewinn machen.

Die Modelle, die wir dem Vertriebspartner anbieten, gehen immer mehr in die Richtung, die Leasingraten an der Nutzung auszurichten: Ich kann mir vorstellen, dass es Lösungen geben wird, irgendwann ein Auto nicht mehr über die Leasingrate zu bezahlen. Vielmehr wird der Kunde für jeden Kilometer, den er gefahren ist, zahlen.

Anteil der Vertriebswege im Mobilienleasing am Neugeschäft (in Prozent)



bm Sehen Sie Verschiebungen der Marktanteile zwischen den bankennahen, den herstellernahen und den zum Teil vergleichsweise kleinen unabhängigen Gesellschaften?

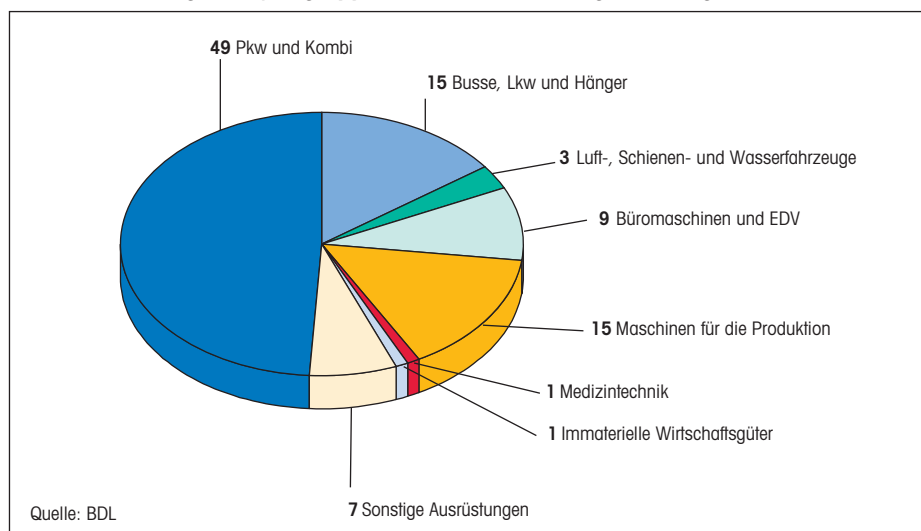
Vor wenigen Jahren war die Branche der Meinung, dass die kleinen Gesellschaften keine Überlebenschancen haben.

Heute sind diese so stabil wie nie; sie haben ihre Nischen gefunden, weil sie in einigen Segmenten flexibler sind und günstiger kalkulieren können. Im vergangenen Jahr wuchs das Neugeschäft der unabhängigen Gesellschaften um zwölf Prozent.

bm Was sind die interessantesten Kundengruppen für Leasing? Sind es Unternehmen oder Private?

Eindeutig das gewerbliche Leasing – das Privatleasing hat sich nicht so stark durchgesetzt. Im Privatkundengeschäft ist das Produkt ganz speziell auf das Thema Auto abgestellt. Gegen Ende des vergangenen Jahres hat die Autobranche den Privatkunden aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung in 2007 vermehrt Kreditfinanzierungen angeboten. Die Vertriebspartner brauchen demnach ein Angebot, bei dem sie im Privatkundengeschäft zwischen Leasing und Kredit spielen können. Um

Anteil der wichtigen Objektgruppen im Mobilienleasing am Neugeschäft (in Prozent)



etwaige Unterschiede auszugleichen und das Produkt Leasing zu stabilisieren, muss man zweigleisig fahren.

bm **Wie gestaltet sich die Kundenbindung im Leasing? Sind die Kunden stark abwanderungsgefährdet?**

Nein, die Kundenbindung ist stabiler als beim Kredit. Ein Kunde, der bei uns gut bedient wird, der kommt in der Regel auch zu uns zurück.

bm **Das heißt, dass beim Leasing die Akquise von Neukunden im Vordergrund steht?**

Leasing ist die Mutter der Absatzfinanzierung, was heute fast alle Vertriebspartner aller Branchen einsetzen. Die Vertriebspartner bieten heute alle Leasing an und werben dafür. Daher müssen wir als Branche selbst kaum Eigenwerbung machen. Diese Händler verkaufen unser Produkt, wir hingegen müssen die Technik liefern, die dahinter steht. Gerade dieser Weg über die Partner hat eine wesentliche Bedeutung für den deutschen Markt. Dort liegt der Motor für weiteres Wachstum. Gerade aber auch bei komplexen Investitionsvorhaben spielt die Direktakquisition eine große Rolle. Ihr

Anteil an den Leasingvertriebswegen beträgt knapp ein Drittel.

bm **Wie beurteilen Sie die Bedeutung des Leasing für mittelständische Firmenkunden?**

Mittelständische Unternehmen brauchen das Produkt, es ist auf sie zugeschnitten und passt zu ihrem Finanzierungsmix. Leasinggesellschaften kommen einfach mit der Bonitätslage des Mittelstandes besser zurecht als Banken. Das liegt an der Besonderheit des Produktes Leasing, mit dem hohe Ausfälle vermieden werden können. Der Mittelstand kann ohne Leasing gar nicht leben. Wenn man das Leasing belastet, dann belastet man den Mittelstand.

bm **Spüren Sie den Aufschwung im Geschäft mit den mittelständischen Kunden?**

Ja. Eine Art Konjunkturbarometer stellen für uns die Auslieferungszeiten dar: Die Nachfrage nach Investitionsgütern ist derzeit größer als das Angebot. Das drückt

sich dann in steigenden Wartezeiten aus. Wir können erkennen, wie viel bestellt und wie viel geliefert wird und unser Auftragsbestand baut sich immer weiter auf. Derzeit sind die Auslieferungszeiten um zwölf bis 18 Prozent länger als im Vorjahr!

bm **Ist der Wettbewerb um den Mittelständler ein reiner Preis- oder eher ein Produktwettbewerb?**

Es ist ein Produktwettbewerb. Das Thema Preis wird überbewertet. Leasinggesellschaften sind heute in der Lage, innerhalb von wenigen Sekunden eine Entscheidung für einen Vertrag zu treffen. Bei Banken wird tendenziell ein längerer Zeitraum für die Kreditentscheidung benötigt. Für eine kurzfristige Entscheidung akzeptiert ein mittelständischer Kunde auch einen vergleichbaren oder leicht höheren Preis, wenn der sonstige Service stimmt. Das Produkt Leasing nur über den Preis zu verkaufen, ist nicht notwendig.

„Leasinggesellschaften kommen einfach mit der Bonitätslage des Mittelstandes besser zurecht als Banken.“

bm **Existiert aus Ihrer Sicht die sprichwörtliche Kreditklemme für den Mittelstand? Und kann Leasing diese gegebenenfalls beheben?**

Ob sie besteht, ist von Firma zu Firma unterschiedlich. Der deutsche Mittelstand ist im Durchschnitt eher unterkapitalisiert. Die Banken haben deshalb oft ein Problem, weil sie mit mangelnden Bonitäten kämpfen. Natürlich schauen sich auch die Leasinggesellschaften die Bonität des Kunden an und kommen zum gleichen Ergebnis wie die Bank. Aber aufgrund der Eigentümerstruktur bei einem Leasingvertrag haben wir eine Sicherheit, die die Bank nicht hat. Die Kreditklemme, von der so viel gesprochen wird, ergibt sich zwangsläufig aufgrund der mangelnden Bonität des Mittelstandes. Das ist genau der Grund, warum Leasing dort so gut ankommt. ■

Anteile der Kundensektoren am Mobilienneugeschäft (in Prozent)

