

# Leasing wird als attraktivste Investitionsform angesehen

## Marktstudie „Leasing in Deutschland 2007“

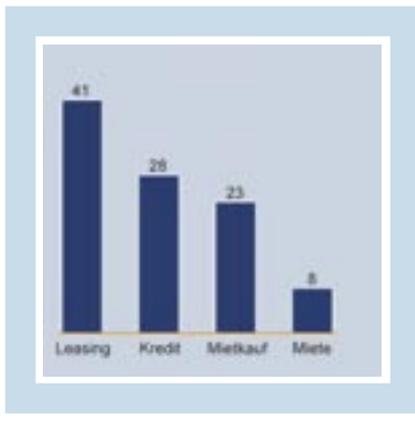
HEIKE SCHUR, BERLIN

In der Einschätzung der Unternehmen ist Leasing die bevorzugte Investitionsform und liegt bei der Betrachtung der Außenfinanzierungsvarianten deutlich vor dem Kredit. Dies bestätigen die Ergebnisse der repräsentativen Marktstudie „Leasing in Deutschland 2007“, die das Marktforschungsinstitut TNS Infratest Finanzforschung im Auftrag des Bundesverbandes Deutscher Leasing-Unternehmen (BDL) durchgeführt hat. Nach 1994 und 2002 handelt es sich dabei um die dritte Untersuchung des Leasing-Marktes durch den Verband.

Mit einem Neugeschäftsvolumen von 57,4 Milliarden Euro im Jahr 2007 stellt sich die Leasing-Branche erneut als größter Investor in Deutschland auf. Seit Jahren fährt der Wachstumsmotor Leasing mit hohem Tempo für die deutsche Wirtschaft. Insbesondere der Mittelstand schätzt die vielfältigen Vorzüge dieser Investitionsalternative. Und Leasing hat in den vergangenen Jahren kontinuierlich weiter an Bedeutung gewonnen. Die Einstellungen zu Leasing und den Leasing-Gesellschaften haben sich bei der Mehrheit der Unternehmen nochmals verbes-

### Abbildung 1: Bevorzugte außenfinanzierte Investitionsform der Unternehmen

Angaben in Prozent



sert. Mittlerweile ziehen 71 Prozent aller Unternehmen Leasing als Investitionsform in Betracht. Dienstleistungsunternehmen aus den Sektoren Entsorgung (82 Prozent) und Beratung/IT (79 Prozent) schenken Leasing überdurchschnittliches Vertrauen. Die Neigung zum Leasing steigt signifikant mit der Größe des Unternehmens. So ziehen 85 Prozent der Firmen ab 50 Beschäftigten Leasing in Erwägung. Diese Unternehmen haben in der Regel einen größeren Investitionsbedarf (Fuhrpark, Maschinen, IT und so weiter) als kleinere Firmen, und sie leasen entsprechend häufiger. Bei kleineren, inhabergeführten Firmen mit bis zu 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern hat oft der Eigentumsgedanke das größte Gewicht. Hier gibt es noch einige Vorbehalte. Leasing stellt die bevorzugte Investitionsform dar – diese Meinung vertreten einhellig Manager aller Unternehmensgrößen. So beziehen 41 Prozent der Unternehmen in Deutschland bei einer Investition von rund 25 000 Euro als erstes Leasing in ihre Überlegungen ein. An Kredit denken 28 Prozent, gefolgt von Mietkauf (23 Prozent) und Miete (acht Prozent). Der Abstand von Leasing und Kredit hat im Vergleich zur Studie 2002 weiter zugenommen (siehe Abbildung 1).

Wie häufig kommt es tatsächlich zum Vertragsabschluss? Von den 71 Prozent der Unternehmen, die Leasing als Investitionsform prüfen, schließen 86 Prozent auch einen Leasing-Vertrag ab. Auf alle Unternehmen in Deutschland umgerechnet, ergeben sich 61 Prozent. Auch hier steigt der Zuspruch mit der Unternehmensgröße. Bei Unternehmen ab 50 bis 500 Beschäftigten kommt es am häufigsten zum Vertragsabschluss, was hier 75 Prozent entspricht.

### Motive für Leasing

Seit der letzten Befragung haben sich die Prioritäten der Beweggründe für Leasing geändert. Im Ranking der fünf wichtigsten Motive steht nun das Argument gleichmäßig und genau kalkulierbarer Kosten ganz oben. Die feststehenden Leasing-Zahlungen bilden für das Unternehmen eine sichere Kalkulationsgrundlage für die gesamte Vertragsdauer und erhöhen

### DIE AUTORIN:

Heike Schur,  
Berlin



arbeitet seit 2005 als Dezernentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Bundesverband Deutscher Leasing-Unternehmen (BDL) e.V. in Berlin. Die Diplom-Journalistin betreibt seit rund 15 Jahren Öffentlichkeitsarbeit für verschiedene Unternehmen. Unter anderem war sie für den Thyssen-Krupp-Konzern und die Henkel KGaA tätig.

E-Mail: [schur@leasingverband.de](mailto:schur@leasingverband.de)

damit die Planungssicherheit auf der Kostenseite. 59 Prozent der Unternehmen messen diesem Argument eine sehr hohe Bedeutung bei. Auf dem zweiten Platz (mit 52 Prozent) folgt „Betriebsausstattung bleibt auf dem neuesten Stand“. Mit Leasing kann das Überalterungsrisiko von Investitionsgütern gemindert und möglichen Finanzrisiken entgegengewirkt werden, was insbesondere im IT-Bereich immer wichtiger wird.

Das in den beiden ersten Studien ausschlaggebende Argument „Leasing schont die Liquidität“ fiel auf Platz drei zurück. Das Motiv der Flexibilität hat in den früheren Befragungen nur eine untergeordnete Rolle gespielt und gehört nun zu den fünf wichtigsten Motiven für Leasing (mit 44 Prozent auf Platz 4). Die Laufzeit des Leasing-Vertrages, die Höhe der Leasing-Raten und gegebenenfalls die Höhe des Restwertes am Ende der Laufzeit können an die Bedürfnisse der Kunden angepasst werden. Die gute konjunkturelle Lage während der Befragung schlägt sich in dem Argument nieder: „Investitionen sind trotz geringen Investitionsbudgets möglich“. Dieses Motiv stand in den beiden Studien von 1994 und 2002 auf Platz drei – inzwischen belegt es den achten Platz. Aufgrund der guten

**Tabelle 1: Die fünf wichtigsten Gründe für Leasing-Nutzung 1994 bis 2007**

	1994	2002	2007
1.	Leasing schont die Liquidität	Leasing schont die Liquidität	Kosten sind gleichmäßig/genau kalkulierbar
2.	Kosten sind gleichmäßig/genau kalkulierbar	Kosten sind gleichmäßig/genau kalkulierbar	Betriebsausstattung bleibt auf dem neuesten Stand
3.	Investitionen trotz geringem Investitionsbudget möglich	Investitionen trotz geringem Investitionsbudget möglich	Leasing schont die Liquidität
4.	Bank-Kreditlinie bleibt erhalten	Bank-Kreditlinie bleibt erhalten	Ein Leasing-Vertrag ermöglicht Flexibilität
5.	Leasing ist steuerlich vorteilhaft	Leasing ist steuerlich vorteilhaft	Leasing ist steuerlich vorteilhaft

gesamtwirtschaftlichen Lage kommen die Investitionsbudgets größer als in den Vorjahren daher. Gleiches gilt für das Argument, durch Leasing bleibt die Bankkreditlinie erhalten. Bisher auf Platz vier liegt es aktuell auf Position sechs (siehe Tabelle 1).

**Service immer wichtiger**

Leasing bedeutet für viele Unternehmen längst mehr als eine reine Finanzierung. Besonders interessant wird Leasing in Verbindung mit zusätzlichen Dienst- und Serviceleistungen.

Von Wartungsarbeiten über Versicherungsleistungen bis hin zum Full-Service-Vertrag (etwa im Pkw-Flotten-Leasing und im EDV-Leasing) reicht die Palette im Mobilien-Leasing. Auch im Immobilien-Leasing begegnet man Planungs-, Projektsteuerungs- und Facility-Managementleistungen häufig. Für Unternehmen bietet Leasing somit die Möglichkeit zum umfassenden Outsourcing vieler mit der Investition verbundenen Funktionen. 55 Prozent der Firmen wählen daher Serviceleistungen, wenn sie sich zwischen den folgenden beiden Varianten entscheiden müssten:

- ▶ „Für überzeugenden Service sind wir bereit, angemessene Preise zu zahlen.“
- ▶ „Für uns zählen vor allem niedrige Raten. Service spielt eine untergeordnete Rolle“.

Gerade Unternehmen mit 20 bis 50 Beschäftigten entscheiden sich überdurchschnittlich für Serviceleistungen (62 Prozent). Dies fällt auf, und sie nutzen das Angebot der Leasing-Gesellschaften, um sich auf ihr Kerngebiet zu konzentrieren.

Überdurchschnittlich an Serviceleistungen interessiert zeigen sich dabei die Branchen Verkehr/Nachrichtentechnik und Dienstleistungen. Als preisorientiertere Branchen treten dagegen der Handel und das verar-

# Querdenken

ist mein Tagesgeschäft!

**Strategie | Marketing | Vertrieb**  
Konzepte für Leasinggesellschaften

**Profitieren Sie von meiner 20-jährigen Erfahrung im Bereich Leasing:**

- auf der Verkaufsseite als Leasingberater, Niederlassungsleiter, Leiter Strategie und Vertriebssteuerung sowie Geschäftsführer
- auf der Einkaufsseite als externer Finanzleiter, Projekt-Manager und Finanz-Controller



**proSale**  
Innovative Konzepte für Finanzdienstleistungen

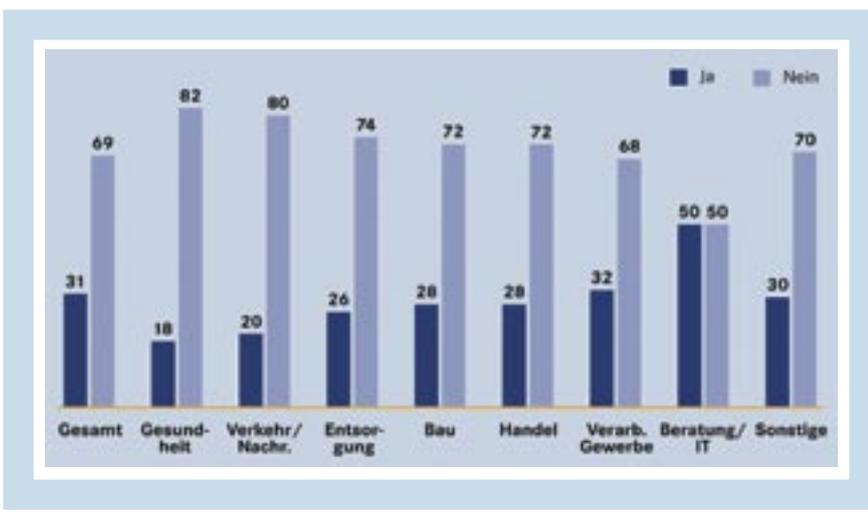
Unternehmensberatung Bernd Rischko | Dipl.-Kfm./Dipl.-Volksw. | Sanddornweg 3 | 32584 Löhne/Westfalen | Telefon 05732/16111 | rischko@prosale-beratung.de | www.prosale-beratung.de

beitende Gewerbe auf. Auch das Service-Verhalten von Leasing-Nutzern bestimmter Objektgruppen unterscheidet sich. So erweisen sich zum Beispiel Nutzer von Maschinen als preisorientierter als diejenigen von Bürogeräten oder EDV; dies spiegelt jedoch in erster Linie das Angebot wider. Servicekomponenten gehören beim Maschinen-Leasing noch nicht so selbstverständlich zum Angebot wie beim IT-Leasing. Auch bei vielen anderen Leasing-Gütern kommen Serviceangebote noch nicht alltäglich vor. Was beim Dienstwagen gut eingeführt ist, wird erst allmählich nachgefragt, beispielsweise beim Nutzfahrzeug-Leasing. Hier wird sich in Zukunft das Angebot an Servicekomponenten erhöhen.

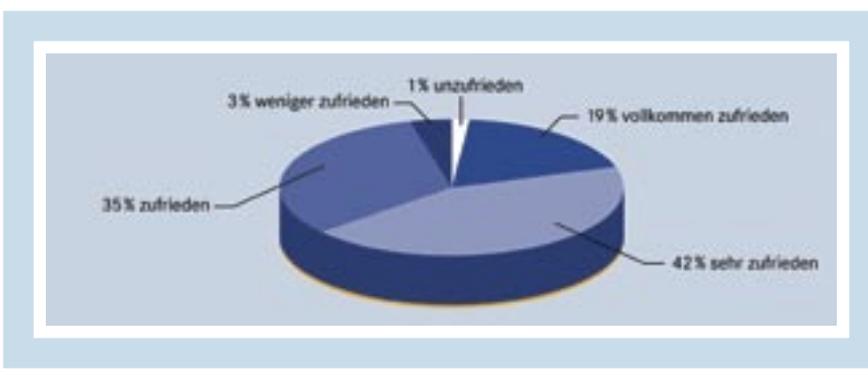
### Vertrieb via Internet

Vor allem geringwertige Güter wie etwa Büromaterial werden bekanntlich über das Internet gekauft. Wenn man dies berücksichtigt, so darf der Anteil von 31 Prozent der Firmen, die sich Leasing-Abschlüsse im Internet zumindest theoretisch vorstellen können, als nicht unerheblich bezeichnet werden. Ohne Beratung kann sich jedoch auch in der jüngsten Befragung die Mehrheit der Unternehmen den Abschluss eines Leasing-Vertrages ausschließlich über das Internet nicht vorstellen. Aufgeschlossen zeigt sich der Sektor IT/Beratung. Hier kann es sich jeder zweite Finanzentscheider vorstellen, Leasing-Verträge übers Internet abzuschließen. Unternehmen des Sektors Gesundheit

**Abbildung 2: Abschluss eines Leasing-Vertrags über das Internet denkbar**  
Angaben in Prozent



**Abbildung 3: Kundenzufriedenheit**  
Angaben in Prozent

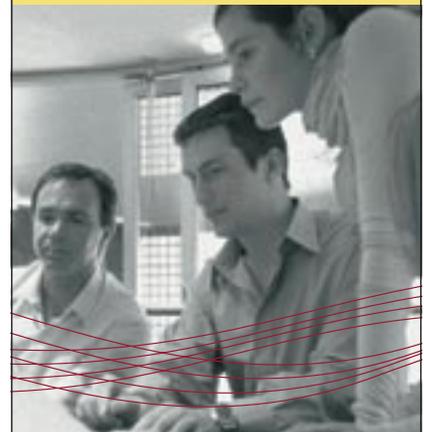


## Flexible Technologie für eine bessere Geschäftsleistung

CATALYST ist eine effizientes und schnelles System für die automatische Ausführung von komplizierten Geschäftsregeln unter Anwenderkontrolle. Speziell entwickelt für den Finanzsektor.

Typische Anwendungen sind die komputergesteuerte Durchführung von Kreditregeln- und Entscheidungen, Preiskalkulationen, oder die Kontrolle von Geschäftsabläufen wie Schuldenmanagement oder Vertragsauszahlung.

Mit intelligenter, regelkontrollierter Integration von existierenden Systemen und Datenbanken, CATALYST ist die bevorzugte Lösung für Banken und führende Finanzgesellschaften.



## Bewährte, intelligente Lösungen

Wenden Sie sich noch heute an einen unserer Branchenexperten.

t: + 49 (0) 894 583 5330

[www.whiteclarkgroup.com](http://www.whiteclarkgroup.com)



und der Branche Verkehr/Nachrichtenübermittlung zeigen sich dagegen vorwiegend skeptisch, hier stehen nur 18 beziehungsweise 20 Prozent dem E-Leasing aufgeschlossen gegenüber (Abbildung 2, Seite 55).

### Leasing-Image

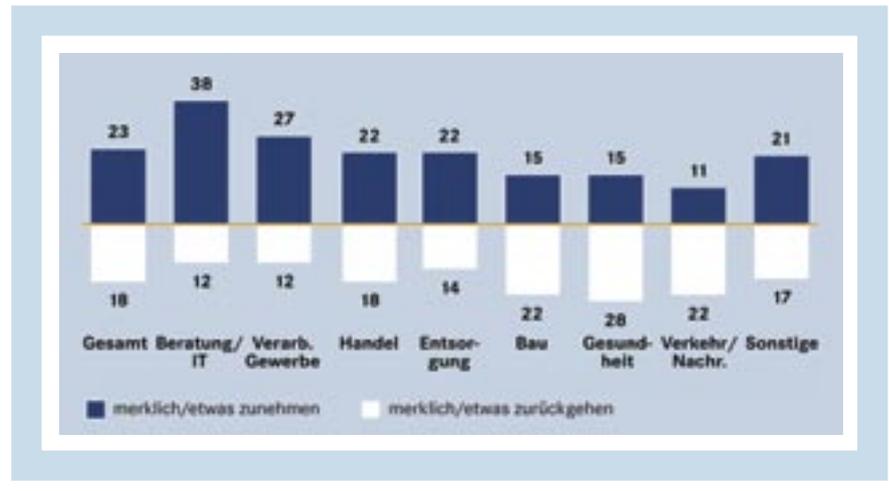
Die Investitionsform Leasing steht aus Sicht der großen Mehrheit der deutschen Unternehmen (88 Prozent) für unternehmerische Flexibilität. Dem stimmen sogar 81 Prozent der derzeitigen Nicht-Nutzer zu. Nicht-Nutzer haben allerdings gegenüber dieser Investitionsform Vorbehalte. Zwei Drittel von ihnen vertreten die Meinung, Leasing sei vor allem für Unternehmen ohne Eigenkapital geeignet. Die Vorurteile, Leasing haftet sich allen Unternehmen an, die schlecht einen Kredit erhalten (25 Prozent) beziehungsweise die wenig Eigenkapital besitzen (56 Prozent), finden sich noch beständig. Mit der Unternehmensgröße schwinden jedoch auch die Vorbehalte. Großen Einfluss hat auch der Grad der Informiertheit. So beurteilen Unternehmen, die sich selbst als informiert bezeichnen, Leasing besser als uninformierte Firmen.

### Kundenzufriedenheit

Insgesamt wird die Leasing-Branche positiv beurteilt. 45 Prozent der Leasing-Nutzer loben die Geschwindigkeit bei Angebotserstellung und Vertragsabwicklung. Rund jedes dritte Unternehmen schätzt Seriosität und Vertrauen, die Beratungskompetenz sowie das Angebot von individuellen Lösungen. Gerade die Bereitschaft, auf individuelle Wünsche der Kunden einzugehen, wird als eine Stärke der Leasing-Branche gesehen, wodurch sie sich auch gegenüber anderen Finanzdienstleistern klar abgrenzen kann. Die deutliche Mehrheit der Unternehmen zeigt sich mit ihrer Leasing-Gesellschaft zufrieden bis vollkommen zufrieden (96 Prozent). Besonders gute Noten gibt es von Unternehmen

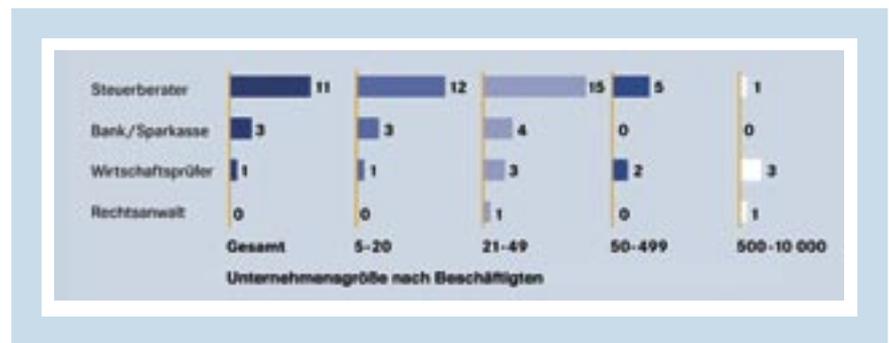
**Abbildung 4: Entwicklung des Leasing-Anteils im Unternehmen in den nächsten drei Jahren**

Angaben in Prozent



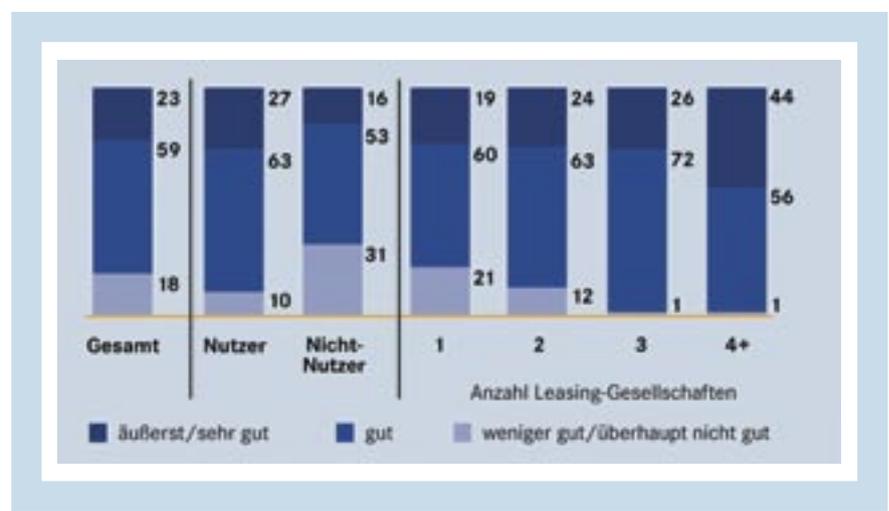
**Abbildung 5: Konsultation externer Berater**

Angaben in Prozent



**Abbildung 6: Informationsstand zum Thema Leasing**

Angaben in Prozent



aus dem Handel und der Baubranche; nur 0,8 Prozent beziehungsweise 0,3 Prozent sind hier unzufrieden (Abbildung 3, Seite 55).

### Gute Perspektiven

Leasing hat weiterhin gute Geschäftsperspektiven, besonders Großunternehmen wollen ihren auf Leasing entfallenden Anteil ausbauen. Auf die Frage, ob die Unternehmen in den nächsten drei Jahren ihren Leasing-Anteil ausbauen oder einschränken werden, plant fast jeder vierte Betrieb (23 Prozent), Leasing verstärkt zu nutzen (Abbildung 4, linke Seite). Ein Rückschluss auf das damit zusammenhängende Volumen existiert jedoch nicht. Vielmehr ging es bei der Fragestellung nur um Ermittlung der sogenannten Einschaltungsquote, also ob ein Unternehmen least oder nicht. Über die Hälfte der Firmen (59 Prozent) will die Nutzungsintensität beibehalten und lediglich bei 18 Prozent wird der Anteil zurückgehen. Vor allem die großen Unternehmen wollen ihren Leasing-Anteil erweitern (rund 30 Prozent) und 61 Prozent die Nutzungsintensität fortführen.

Gefragt nach der künftigen Nutzung ausgewählter Anlagegüter können EDV-Anlagen sowie Fertigungs- und Industriemaschinen als Wachstumsfelder identifiziert werden. Etwas rückläufig erweist sich dagegen bei Fahrzeugen die Leasing-Nutzung ohne Service-Leistungen. Die Leasing-Planung der Unternehmen sieht gerade im Fahrzeugbereich die Nutzung zusätzlicher Service-Komponenten vor. Hier findet eine Verdrängung des Leasings ohne Service zu Verträgen mit Service-Bestandteilen statt.

### Beratung

Leasing gehört inzwischen zum Wirtschaftsalltag. Anscheinend stehen ihm die Finanzentscheider so selbstverständlich gegenüber, dass es nicht als ein Thema in ihrem Fokus steht, welches aktiv recherchiert wird. Die meisten Unternehmen fühlen sich ausreichend über Leasing informiert und ziehen keine externen Fachleute hinzu (82 Prozent der Unternehmen). Mit elf Prozent wird der Steuerberater noch am häufigsten konsultiert (Abbildung 5, linke Seite). Mit deutlichem Abstand folgt an zweiter Stelle die Bank (drei Prozent). Je größer die Unternehmen, desto weniger greifen sie auf Ratgeber zurück, und nur fünf Prozent der Großunternehmen nutzt sie überhaupt in Bezug auf Leasing. Den größten Beratungsbedarf haben die Firmen mit 21 bis 49 Leuten, von ihnen sprechen 23 Prozent Experten an, am häufigsten Steuerberater. Bei der Detail-Betrachtung nennen die Unternehmen der Branchen Entsorgung (neun Prozent), bei Bau, Gesundheit und Beratung/IT (je vier Prozent) überdurchschnittlich häufig die Bank als Ratgeber, wenn auch jeweils auf geringem Niveau.

## Richtig aufgestellt im SAP® Leasing?

### Optimieren Sie Ihr Leasinggeschäft

Nutzen Sie unsere langjährige SAP® Projekterfahrung im Bereich Leasing, Banken und Treasury sowie unsere kompetente und kundenorientierte Beratung.

### Profitieren Sie von der SAP® Leasing-Lösung

- ganzheitliche Verknüpfung von Vertragsmanagement, Finanzmathematik und parallele Rechnungslegung
- skalierbare Software, die sich Ihrem Unternehmenswachstum anpasst



Weitere Informationen unter  
[www.strike-consulting.com](http://www.strike-consulting.com)



**strike**

CONSULTING GMBH

*Wir optimieren Geschäftsprozesse*

## Informationsstand

Die große Mehrzahl der Unternehmen (82 Prozent) fühlt sich gut bis sehr gut über Leasing informiert. Besonders gut kennen sich – nach eigener Einschätzung – Finanzentscheider aus dem Dienstleistungssektor (90 Prozent) über Leasing aus, hier vor allem die Sektoren Beratung/IT (95 Prozent) und Gesundheit (89 Prozent). Unter einem Informationsdefizit leiden am ehesten die Unternehmen der Baubranche. 28 Prozent sprechen von einem weniger guten bis überhaupt nicht guten Kenntnisstand. Bei den Nicht-Nutzern wächst entsprechend die Zahl derjenigen, die weniger gut oder überhaupt nicht über Leasing informiert sind, auf 31 Prozent. (Abbildung 6, Seite 56). Dies bedeutet: Jeder Dritte, der kein Leasing nutzt, hat sich vermutlich nicht aus rationalen Gründen dagegen entschieden, sondern sich noch nicht mit der Thematik beschäftigt. Auch hier schlummert noch Potenzial, das über Leasing aufgeklärt und gewonnen werden kann. Von denjenigen Firmen, die in Zukunft verstärkt Leasing nutzen wollen, bezeichnet sich die große Mehrheit als gut bis sehr gut informiert (92 Prozent). Bei der Gruppe der weniger gut informierten Finanzentscheider (18 Prozent) herrscht vor allem Desinteresse am Thema vor. Dies gilt für alle Branchen und Unternehmensgrößen. Auf die Frage, worüber mehr

Informationen gewünscht werden, ergeben sich keine eindeutigen Schwerpunkte. Vielmehr wird eine Reihe von Themen ohne Prioritäten aufgezählt.

## Informationsquellen

Auf die Fragen, „Wie sind Sie auf Ihre Haupt-Leasing-Gesellschaft aufmerksam geworden?“ und „Worauf ist der erste Kontakt zurückzuführen?“, zeigt sich der eindeutige Einfluss der Hersteller und Händler. Fast jedes zweite Unternehmen (48 Prozent) führt den Erstkontakt auf diese Gruppe zurück. Mit großem Abstand folgen Banken (neun Prozent) und der Außendienst der Leasing-Gesellschaften (sechs Prozent). Als beachtenswert stellt sich der Einfluss der Mundpropaganda dar: Je sieben Prozent der Finanzentscheider wurden durch Geschäftspartner oder den Freundes- und Bekanntenkreis auf ihre Leasing-Gesellschaft aufmerksam. Mit zunehmender Unternehmensgröße nimmt der Einfluss der Hersteller und Händler ab und derjenige von Banken und Geschäftspartnern sowie auch des Außendienstes zu. Bei Großunternehmen sind nur 23 Prozent der Finanzentscheider über Hersteller und Händler auf ihre Leasing-Gesellschaft aufmerksam geworden, jedoch elf Prozent über den Außendienst.

## Die Marktstudie

TNS Infratest Finanzforschung hat 1098 Finanzentscheider in Unternehmen zu ihrer Einstellung gegenüber Leasing befragt. Die Grundgesamtheit stellen die Unternehmen in Deutschland ab fünf Beschäftigten 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<sup>1)</sup>) erhoben. Es wurden rund 750 Leasing-Nutzer aus den Branchen verarbeitendes Gewerbe, Bau, Handel, Verkehr/Nachrichtenübermittlung und Dienstleister befragt. Die Ergebnisse wurden gewichtet und spiegeln die Unternehmenslandschaft in Deutschland wider. Die Untersuchung zeigt an wichtigen Stellen die inzwischen eingetretenen Veränderungen gegenüber den Vorläufer-Studien auf und darüber hinaus die neuen Herausforderungen, die an das Produkt und an die Branche gestellt werden.

Die Studie kann für 10,00 Euro (plus Versandkosten) beim BDL bestellt werden, Stichwort: Marktstudie 2007, E-Mail: [bdl@leasingverband.de](mailto:bdl@leasingverband.de) ◀

1) Computer Assisted Telephone Interview.



**LEASING**

**FINANZIERUNG**

**REFINANZIERUNG**

[www.senator-software.de](http://www.senator-software.de)



**Die zukunftssichere Leasingsoftware**

**Besuchen Sie uns auf der Messe!**  
Halle 17, Stand C09/1



**SENATOR SOFTWARE**

**Senator Software GmbH**  
Südliche Münchner Str. 30  
D-82031 Grünwald  
Tel.: +49 (0) 89 / 64 90 64-600  
Fax: +49 (0) 89 / 64 90 64-690  
[info@senator-software.de](mailto:info@senator-software.de)



**HANNOVER**  
4. – 9.3.2008