

Leasingtrends im deutschen Mittelstand

Studie zur aktuellen und künftigen Leasingfinanzierung,
vorgelegt von der abcfinance GmbH und dem
Forschungsinstitut für Leasing an der Universität zu Köln



Vorwort

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

wie nutzt der deutsche Mittelstand Leasing? Was ist den Unternehmen dabei wichtig? Und erfüllt das derzeitige Leasingangebot die aktuellen und vermeintlich künftigen Finanzierungsbedürfnisse des Mittelstandes? Diese und andere Fragen haben wir Ende 2018 550 Unternehmen gestellt. Darunter waren auch 150 Firmen, die bisher keine Leasingfinanzierungen in Anspruch genommen haben, denn wir wollten auch wissen, welche Gründe einer Leasinginvestition im Wege stehen.

Bereits 2015 haben wir gemeinsam mit dem Forschungsinstitut für Leasing an der Universität zu Köln eine ähnliche Studie durchgeführt. Auch dieses Mal hat das Institut unter der Leitung von Univ.-Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels die Auswertung der Umfrageergebnisse übernommen.

Mit der aktuellen Studie gewinnen wir erneut Erkenntnisse über das Finanzierungsverhalten und die Bedürfnisse mittelständischer Unternehmen und darüber, welche Argumente für Leasing derzeit am schwersten wiegen.

Im Ihnen vorliegenden Studienbericht haben wir die Umfrageergebnisse zusammengefasst und daraus drei Trends formuliert, die unserer Ansicht nach Rückschlüsse auf künftige Marktbewegungen zulassen. Die quantitativ erhobenen Trends fließen in eine qualitative Betrachtung der Zukunftsperspektiven ein: Im Experteninterview ordnet abcfinance-Geschäftsführer Stephan Ninow die Ergebnisse ein und gibt einen Ausblick, wie sich die Digitalisierung auf die Finanzbranche und speziell auf die Leasingwirtschaft auswirken wird. Im dritten Teil dieses Berichts finden Sie weitere Detailinformationen zu Fragen hinsichtlich der aktuellen Leasingnutzung mittelständischer Unternehmen.

Wir wünschen Ihnen eine anregende und erkenntnisreiche Lektüre.

Stephan Ninow



Geschäftsführer
abcfinance GmbH

Univ.-Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels



Direktor
Forschungsinstitut für Leasing
an der Universität zu Köln

Inhalt

Vorwort	3
Die Trends in der Leasingfinanzierung auf einen Blick.....	5
Trend 1: Die Leasingnutzung wird weiter zunehmen	6
Trend 2: Der Individualisierungswunsch der Unternehmen fordert zunehmende Spezialisierung der Finanzpartner	10
Trend 3: Die Digitalisierung verändert den Eigentumsgedanken	14
Exkurs: Experteninterview mit Stephan Ninow, Geschäftsführer abcfinance GmbH „Der Mix aus digitalen Services und exzellenter Beratung ist das Erfolgsmodell der Zukunft“	16
Weitere Kennzahlen zur aktuellen Leasingnutzung.....	18
Steckbrief der Studie „Leasingtrends im deutschen Mittelstand“	21

Die Trends in der Leasingfinanzierung auf einen Blick

Trend 1: Die Leasingnutzung wird weiter zunehmen.

- ▶ Inkludierte Services und Beratung treiben Nachfrage
- ▶ Überproportionaler Zuwachs in Transport- und Baubranche
- ▶ Prinzipielle Entscheidung ist für Nicht-Nutzer wichtiger als Leasingvorteile

Trend 2: Der Individualisierungswunsch der Unternehmen fordert zunehmende Spezialisierung der Finanzpartner.

- ▶ Persönliche Beratung schlägt Online-Portale
- ▶ Individuelle Services machen Leasing auch für Nicht-Nutzer attraktiv
- ▶ Leasinganbieter punkten bei Passgenauigkeit, Konditionen und Branchenkenntnis

Trend 3: Die Digitalisierung verändert den Eigentumsgedanken.

- ▶ Eigentumserwerb nach wie vor wichtiger als reine Nutzung
- ▶ Besonders bei EDV-Objekten wächst der Eigentumswunsch
- ▶ Ein Umdenken in einzelnen Branchen deutet sich an

Experteninterview – Der Mix aus digitalen Services und exzellenter Beratung ist das Erfolgsmodell der Zukunft.

- ▶ Relevante Prozesse werden konsequent digitalisiert
- ▶ Digitalisierung hilft, Kundenbedürfnisse zu ermitteln
- ▶ Berater sind als Vertrauenspersonen unabdingbar

Trend 1: Die Leasingnutzung wird weiter zunehmen.

- ▶ Inkludierte Services und Beratung treiben Nachfrage
- ▶ Überproportionaler Zuwachs in Transport- und Baubranche
- ▶ Prinzipielle Entscheidung ist für Nicht-Nutzer wichtiger als Leasingvorteile

Ein Kernergebnis unserer Studie: Die Nachfrage nach Leasingfinanzierungen wird im Mittelstand weiter zunehmen. Fast ein Viertel der befragten Leasingnutzer (22 Prozent) gibt an, künftig mehr Leasing zu nutzen als bisher. Dieser Wachstumstrend hat sich im Vergleich zu 2015 noch einmal um 7 Prozent erhöht.



1 Wie entwickelt sich die Nachfrage bei Leasing künftig?

72 Prozent der Befragten wollen Leasing in Zukunft im gleichen Umfang nutzen. Einen ähnlichen Wert ergab auch die Studie von 2015. Das spricht für eine grundsätzlich hohe Zufriedenheit mit dem Finanzierungsinstrument Leasing und – wie unsere Studie im weiteren belegen wird – mit den Leasinganbietern.

Über eine Reduzierung denken lediglich 6 Prozent nach. Auch hier hat sich der Wert im Vergleich zu 2015 verbessert; damals war es ein Anteil von 9 Prozent, der sein Leasingengagement zurückfahren wollte.

Die Unternehmen wurden ebenfalls danach befragt, welche Leistungsmerkmale oder Rahmenbedingungen sie im Zuge ihrer künftigen Leasingnutzung nachfragen werden. Wichtiger werden demnach die Beratung zu zusätzlichen Servicepaketen, Versicherungen und Möglichkeiten des Objekttausches. Weniger attraktiv werden hingegen Vertragsabschlüsse über das Internet oder Online-Portale eingestuft.

Überdurchschnittlicher Zuwachs in Transport- und Baubranche

In allen betrachteten Branchen ist der Anteil derer, die in Zukunft mehr Leasing nutzen wollen, höher als derjenigen, die ihr Engagement zurückfahren möchten. Überdurchschnittliche Zuwachsraten zeichnen sich in den Branchen Transport und Logistik sowie Bau ab. Das kann daran liegen, dass in beiden Branchen die größten Objektkategorien Fahrzeuge (PKW: 65 Prozent, Nutzfahrzeuge: 24 Prozent) einen hohen Anteil an ihrem Geschäft haben. Besonders in der Transport- und Logistikbranche scheint sich zudem die reine Nutzung von Investitionsgütern gegenüber dem Eigentumserwerb durchzusetzen (dazu auch Trend 3).

Die Nachfrage in der Baubranche lässt sich vermutlich durch den derzeitigen Rekord-Auftragsstand und einen entsprechend hohen Investitionsbedarf erklären. Im verarbeitenden Gewerbe dagegen, bisher die Branche mit dem höchsten Anteil an Leasingnutzern, scheint die Nachfrage zu stagnieren, obwohl eine zeitgleiche Umfrage des IFO-Instituts einen Anstieg der geplanten Investitionen um 7 Prozent (in 2018) und für 2019 in Höhe von 11 Prozent ermittelt hat. Möglicherweise haben die Industrieunternehmen ihre tatsächliche Investitionsbereitschaft aufgrund rückläufiger Konjunkturprognosen zunächst nach unten korrigiert.



2 Wie entwickelt sich die Nachfrage nach Leasing künftig in den Branchen?

Unternehmensphilosophie hält Nicht-Nutzer davon ab, sich mit Leasing zu beschäftigen

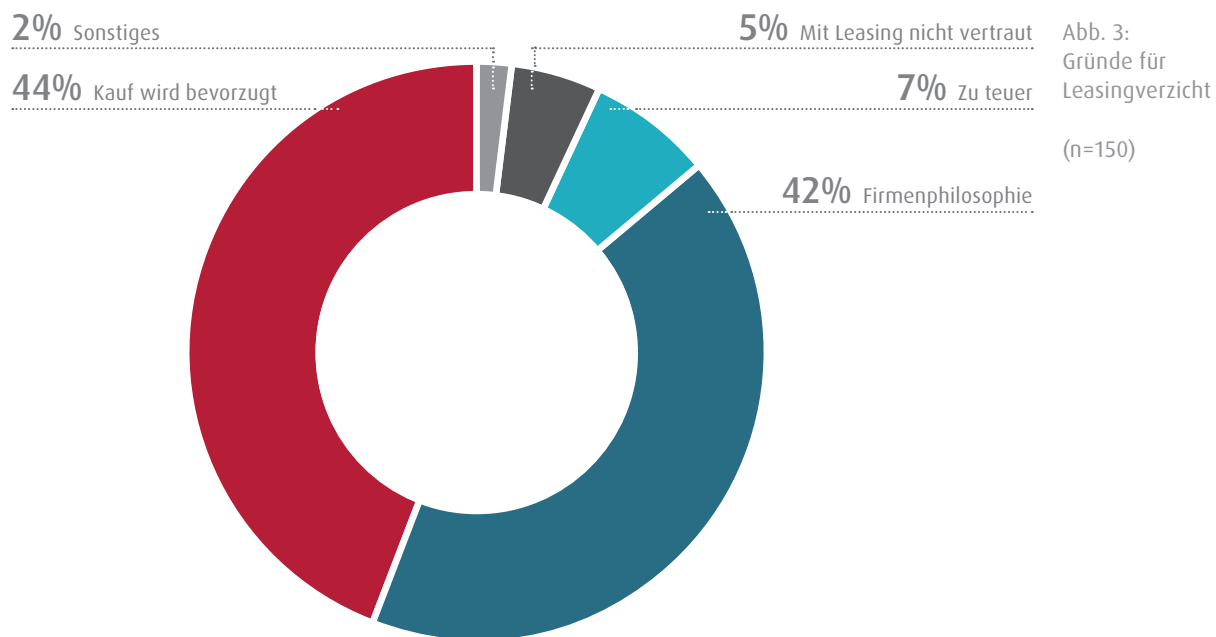
Der Zuwachs im Leasingneugeschäft scheint überwiegend an den Unternehmen zu liegen, die ihr bestehendes Leasingengagement ausbauen und weniger an Leasingneulingen. Über 80 Prozent der befragten Nicht-Nutzer wollen auch weiterhin ihre „No-Leasing-Strategie“ fahren. Die zwei wesentlichen Gründe dafür sind, dass sie einen Kauf gegenüber der reinen Nutzung (44 Prozent) bevorzugen, und dass die jeweilige Firmenphilosophie Leasing nicht zulässt (42 Prozent). Nur wenige Unternehmen geben an, Leasing sei zu teuer (7 Prozent) oder sie seien mit Leasing nicht vertraut (5 Prozent).

Gegen eine Leasingnutzung sprechen also weder Kostengründe noch mangelndes Wissen, sondern neben dem ausgeprägten Eigentumswunsch eine unspezifische, möglicherweise tradierte Grundeinstellung gegenüber Leasing.

Es zeigt sich aber, dass diese eher ablehnende Haltung dann aufbricht, wenn die Unternehmen auf den konkreten Nutzen von Leasingfinanzierungen, wie Liquiditätsschonung oder bilanzielle Vorteile, angesprochen werden und zwar:

- ▶ Leasing kann umfangreiche Services wie Wartung und Austausch einschließen.
- ▶ Leasing verbessert die Eigenkapitalquote, bietet bilanzielle und steuerliche Vorteile und kann mit niedrigen Raten angeboten werden.
- ▶ Leasing erhöht die Flexibilität zum Beispiel durch die Möglichkeit, das geleaste Objekt zu kaufen oder am Ende der Vertragslaufzeit zurückzugeben sowie durch die Option, den Vertrag vorzeitig zu beenden.

Fraglich ist, ob auch bei der jüngeren Managementgeneration die oben genannte tradierte Grundhaltung gegenüber Leasing Bestand haben wird oder ob sie unter dem Einfluss der zunehmenden „Sharing Economy“ grundsätzlich mehr Bereitschaft gegenüber Leasing entwickelt. Unter Trend 3 haben wir untersucht, inwieweit sich in dieser Einstellung Änderungen abzeichnen.



3 Nicht-Leasingnehmer: Warum sie auf Leasing verzichten



Trend 2: Der Individualisierungswunsch der Unternehmen fordert zunehmende Spezialisierung der Finanzpartner.

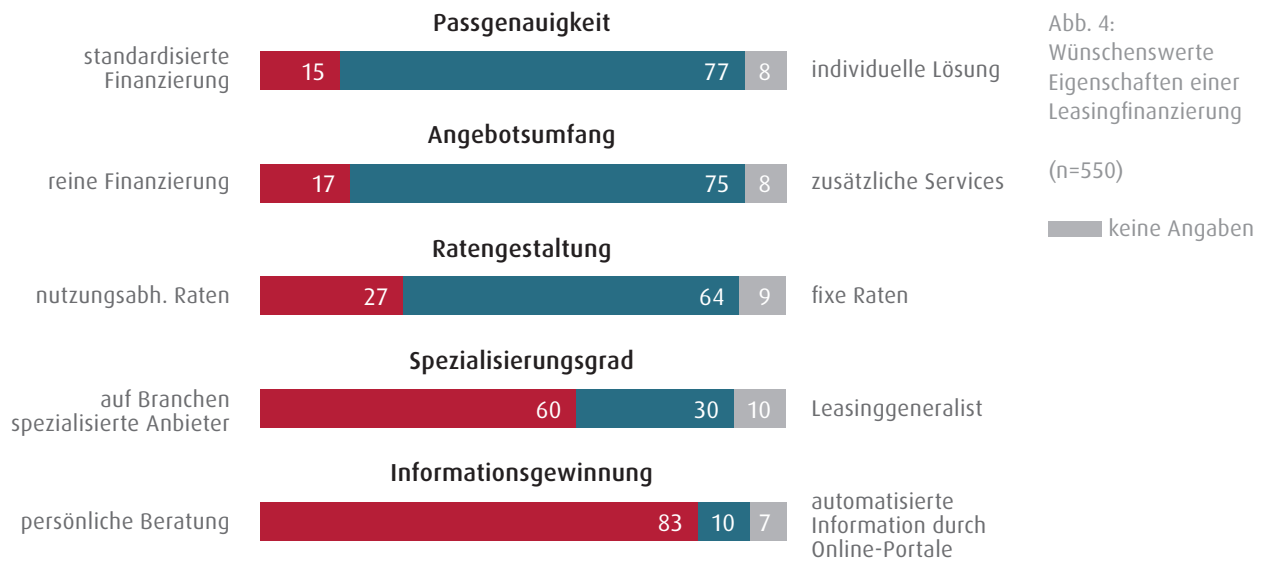
- ▶ **Persönliche Beratung schlägt Online-Portale**
- ▶ **Services machen Leasing auch für Nicht-Nutzer attraktiv**
- ▶ **Leasinganbieter punkten bei Passgenauigkeit, Konditionen und Branchenkenntnis**

Was wünschen sich Unternehmer von einer Leasingfinanzierung? Die Antworten auf die Frage nach den Wunschmerkmalen zeigen: Sie wollen eine größtmögliche Passgenauigkeit sowie umfangreiche und individuelle Services bei gleichzeitig hoher Beratungsqualität und Planungssicherheit. Leasinggeber sind gefordert, sich große Expertise hinsichtlich Geschäftsmodell, Branchenanforderungen und Investitionsobjekten ihrer Kunden anzueignen, wenn sie mit ihrem Angebot den gewünschten Individualisierungsgrad erreichen wollen. Die befragten Unternehmen bevorzugen dementsprechend auf Branchen spezialisierte Anbieter (65 Prozent Leasingnutzer, 45 Prozent Nicht-Nutzer) im Vergleich zum Generalisten – hier sehen sie ihre Individualisierungswünsche anscheinend leichter realisierbar. Branchenspezialisierung kann demnach zum ausschlaggebenden Unterscheidungsmerkmal in der Leasingwirtschaft werden.

Die Ergebnisse im Detail: Ganz oben auf der Wunschliste steht die persönliche Beratung. Sowohl Leasingnehmer (90 Prozent) als auch Nicht-Leasingnehmer (63 Prozent) ziehen eine persönliche Beratung einer automatisierten Information durch Online-Portale vor (mehr dazu im Experteninterview auf den Seiten 16 – 17). Ähnlich ausgeprägt ist der Wunsch nach einer individuellen Lösung anstelle einer Standardfinanzierung (80 Prozent bei den Leasingnutzern, 64 Prozent bei den Nicht-Nutzern). Einen hohen Stellenwert haben auch zusätzliche Services wie Wartung, Reparaturen und Versicherungen (79 bzw. 66 Prozent). Für Nicht-Nutzer ist dies sogar das wichtigste Unterscheidungsmerkmal zu einer reinen Finanzierung und kann damit zum ausschlaggebenden Argument für eine Leasingnutzung werden.

Planungssicherheit statt nutzungsabhängige Raten

Trotz des starken Individualisierungswunsches stehen fixe Raten sowohl bei Leasingnutzern (70 Prozent) als auch bei Nicht-Nutzern (49 Prozent) hoch im Kurs. Anscheinend wird der Planungssicherheit durch gleichbleibende Raten ein höherer Stellenwert eingeräumt als der Risikoauslagerung bei schwacher Auslastung, die bei nutzungsabhängigen Raten der Leasinggeber trägt.



4 Was schätzen Kunden von Leasingunternehmen



Leasinganbieter punkten bei Passgenauigkeit, Konditionen und Branchenkenntnis

Nach der Zufriedenheit mit ihren Finanzierungspartnern befragt, bewerten Dreiviertel der Leasingnehmer ihren Leasinggeber als sehr gut bis ausgezeichnet. Doch das allein erklärt die Nachfrage nach Leasing nicht, denn auch die Zufriedenheit mit der Hausbank ist bei den Leasingnutzern hoch. Allerdings bewerten Unternehmen, die auch eine Geschäftsbeziehung zu einer Leasinggesellschaft und damit einen direkten Vergleich haben, ihre Hausbank durchweg etwas kritischer als Leasing-Nutzer.

Wie mit Hilfe von Regressionsanalysen deutlich wird, bestimmen vor allem drei Kriterien die Gesamtzufriedenheit der Unternehmen: Die Qualität der Beratung, die Branchenkenntnis sowie die Gestaltung der Konditionen. Und in diesen Bereichen können Leasinganbieter im Vergleich zur Hausbank punkten.

Während die Leasinggeber in Sachen Beratung nur einen leichten Vorsprung haben, erhalten sie beim Kriterium Passgenauigkeit 20 Prozent mehr Sehr-gut-Aussagen als die Banken. 66 Prozent finden die Konditionen bei ihrem Leasinggeber ausgezeichnet, bei ihrer Hausbank nur 55 Prozent.

Verbesserungspotenzial gibt es indes bei der Branchenkenntnis der Finanzierungspartner: Zwar attestiert die Hälfte aller Befragten ihrer Bank sehr gute bis ausgezeichnete Branchenkenntnis, dennoch bewerten 10 Prozent diese als mittelmäßig bis schlecht – das ist der schwächste Wert in dieser Frage. Bei Leasingnehmern, die einen direkten Vergleich haben, schneiden die Banken sogar noch etwas schlechter ab. Fast 60 Prozent finden die Branchenkenntnisse ihres Leasinggebers hingegen „sehr gut“, aber auch hier gibt es noch Potenzial.



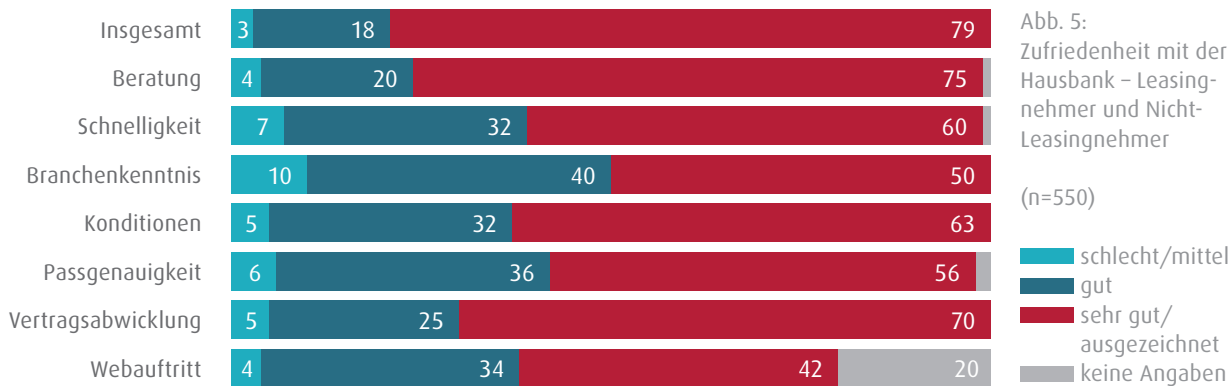


Abb. 5: Zufriedenheit mit der Hausbank – Leasingnehmer und Nicht-Leasingnehmer (n=550)

5 Zufriedenheit mit der Hausbank aus Sicht von Leasingnehmern und Nicht-Leasingnehmern

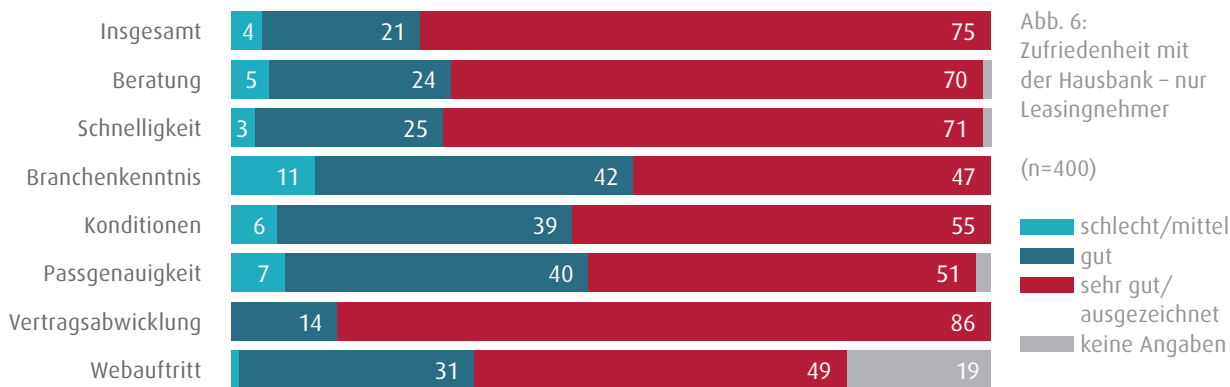


Abb. 6: Zufriedenheit mit der Hausbank – nur Leasingnehmer (n=400)

6 Zufriedenheit mit der Hausbank aus Sicht von Leasingnehmern

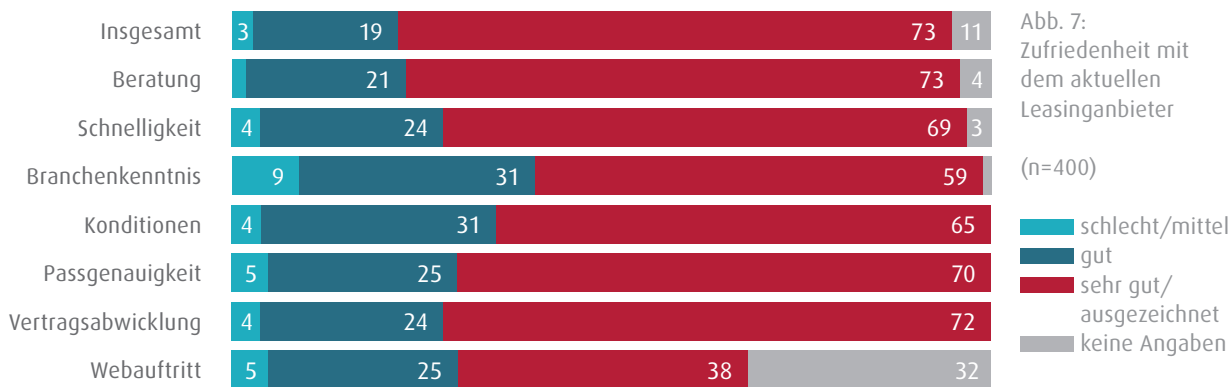


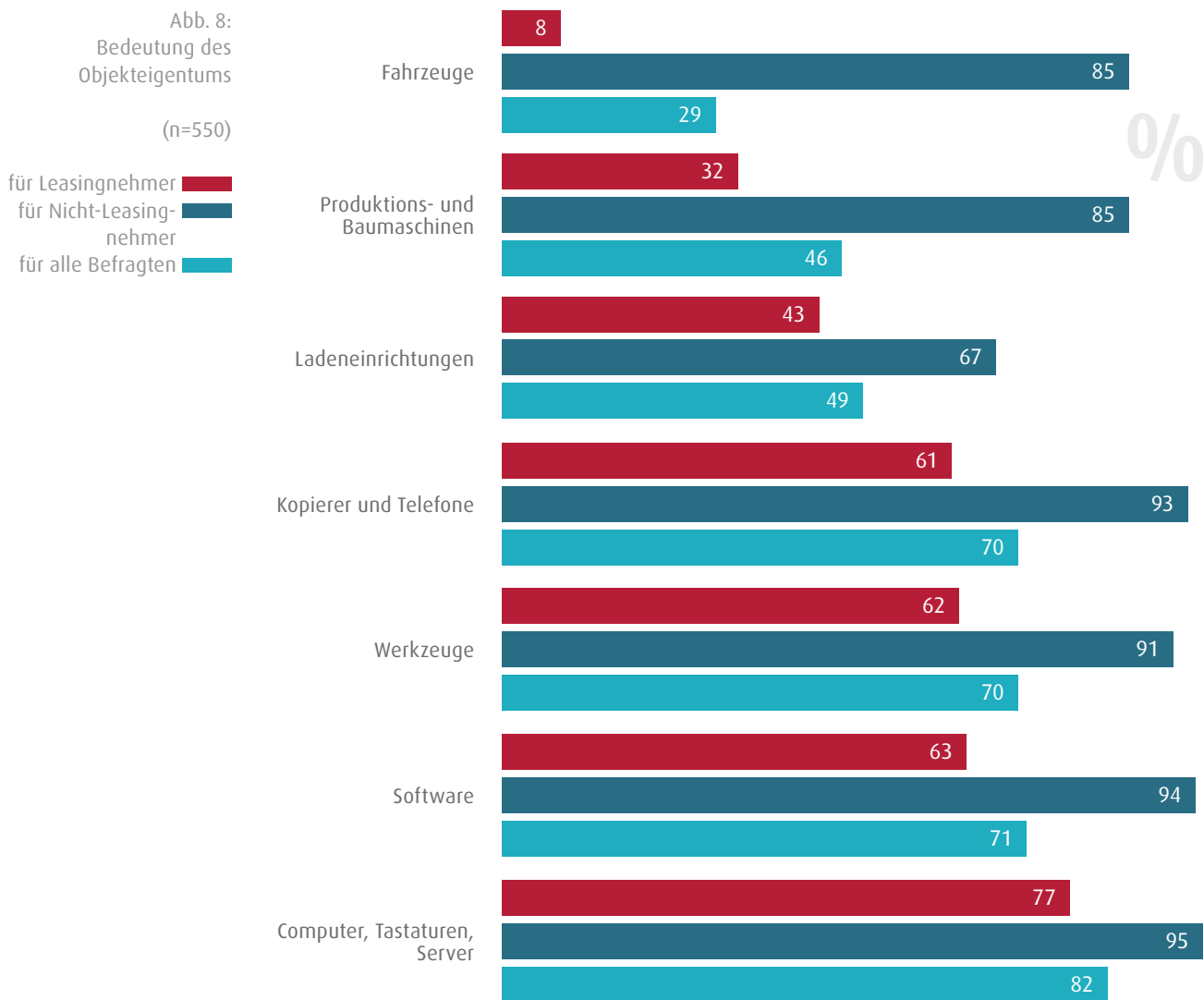
Abb. 7: Zufriedenheit mit dem aktuellen Leasinganbieter (n=400)

7 Zufriedenheit mit dem aktuellen Leasinganbieter

Trend 3: Die Digitalisierung verändert den Eigentumsgedanken.

- ▶ Eigentumserwerb nach wie vor wichtiger als reine Nutzung
- ▶ Besonders bei EDV-Objekten wächst der Eigentumswunsch
- ▶ Ein Umdenken in einzelnen Branchen deutet sich an

Bereits die Studie von 2015 hat gezeigt: Der Eigentumswunsch ist fest im Mittelstand verankert, sowohl bei Leasingnutzern als auch bei Nicht-Nutzern. Das bestätigte auch diese Befragung. Für Nicht-Nutzer ist er sogar das größte Hindernis (dazu auch Trend 1). Allerdings variiert diese Einstellung je nach Objektkategorie.



8 Das Eigentum am jeweiligen Objekt hat eine hohe Bedeutung

Insgesamt ist der Eigentumswunsch in der diesjährigen Studie über alle Befragten hinweg und in den meisten Objektkategorien gestiegen. Am auffälligsten ist dabei die Veränderung in der Kategorie EDV bzw. Computer Hardware/Software: Im Vergleich zu 2015 hat der Anteil der Leasingnehmer, die das Eigentum von Software/Hardware als wichtig beurteilten, um fast 20 Prozent (Software 5 Prozent, Hardware 19 Prozent) zugenommen. Bei den Nicht-Nutzern sind es gut 15 Prozent mehr.

Legt man die Erkenntnis von 2015 zugrunde, dass der Eigentumswunsch bei den Objekten am stärksten ist, die dem unmittelbaren Unternehmenszweck dienen, scheint die Digitalisierung im Mittelstand angekommen zu sein beziehungsweise die Prozesse der Unternehmen derart zu verändern, dass das Eigentum ursprünglich geschäftsrelevanter Objekte an Bedeutung verliert (dazu auch Experteninterview Seite 16 – 17).

Das wäre auch ein möglicher Grund, warum die Eigentumsbedeutung in den Objektkategorien Bau- und Produktionsmaschinen gleichgeblieben ist beziehungsweise bei den Fahrzeugen abgenommen hat. Hier hat anscheinend eine Investitionsverschiebung zugunsten von EDV und Computertechnik stattgefunden. So sagt die Studie, dass sowohl Unternehmen, die Nutzfahrzeuge leasen, als auch solche, die Baumaschinen per Leasing finanzieren, einen hohen Eigentumswunsch in Sachen EDV/Computertechnik äußern. Das legt den Schluss nahe, dass auch bei den traditionellen Nutzern von Baumaschinen und Nutzfahrzeugen digitale, vernetzte Prozesse wichtiger für das Kerngeschäft werden. Fahrzeugleasing hingegen ist seit Jahren in Deutschland etabliert und quasi die Objektkategorie für Einsteiger.

Ob ein steigender Finanzierungsbedarf (Boombranche Bau) die Eigentumseinstellung ursächlich beeinflusst hat oder – umgekehrt – zuerst eine Einstellungsänderung stattfand, die den Weg für zunehmende Leasingfinanzierungen frei gemacht hat, bleibt offen.



Experteninterview Stephan Ninow, Geschäftsführer abcfinance GmbH

- ▶ Relevante Prozesse werden konsequent digitalisiert
- ▶ Digitalisierung hilft, Kundenbedürfnisse zu ermitteln
- ▶ Berater sind als Vertrauenspersonen unabdingbar

Auf die Frage, ob sie bei einer Leasingfinanzierung eine persönliche Beratung oder eine automatisierte Information per Online-Portal wünschen, antworten bei der aktuellen abcfinance-Studie 90 Prozent der Leasingnutzer „Persönliche Beratung“. Nur zehn Prozent wählten „automatisierte Information“ per Online-Portal. Was bedeutet das Ihrer Einschätzung nach für die Finanzbranche? Können sich Leasingunternehmen zurücklehnen, darauf hoffen, dass der digitale Wandel die Branche nur streift?

„Auf keinen Fall. Digitalisierung bricht radikal mit Traditionen, durchdringt alle Lebensbereiche und verändert auf vielfältige und tiefgreifende Art und Weise, wie die Finanzbranche ihre Geschäfte betreibt. Das betrifft auch Leasingunternehmen. Die Antwort markiert meines Erachtens einen Zwischenstand und betrifft tatsächlich eher die Entscheidungsphase sowie die konkrete Ausgestaltung der Verträge. Da vermitteln fachlich versierte Berater Sicherheit. Aber: Wer die Digitalisierung von Produkten und Geschäftsprozessen halbherzig betreibt oder gar ignoriert, der verliert. Wer sie ernst nimmt, gewinnt. Daran arbeiten alle Anbieter mit Hochdruck. Es braucht nur einen Marktteilnehmer, der den entscheidenden Schritt entwickelt.“

Sehr viele Menschen und Unternehmen leben und agieren schon jetzt digital – und es werden immer mehr, was auch mit dem Alter zu tun hat: je jünger, desto digitaler. Die Jungen von heute sind die Alten von morgen. Sie sind gewohnt, einfach und schnell, bequem, flexibel, preiswert und umfassend beraten und bedient zu werden – online wie offline, egal, um was für ein Geschäft es geht. Onlinebanking ist mittlerweile die Regel und nicht mehr Ausnahme, der Vergleich von Angeboten, Tarifen und Konditionen sowie der anschließende Kauf oder Abschluss ist immer nur ein paar Klicks entfernt.“

Was sind Ihrer Ansicht nach die größten digitalen Herausforderungen für die Branche?

„Zwei Aspekte spielen eine zentrale Rolle: Leasing noch stärker als bislang vom Kunden und seinen konkreten Bedürfnissen her denken – die Studie zeigt, dass die Unternehmen Passgenauigkeit wollen – sowie alle relevanten Backoffice-Aktivitäten und die gesamte Vertragsgestaltung konsequent zu digitalisieren, also sie zu vereinfachen und effizienter zu gestalten. Und es geht darum, das Wissen über die Daten, das beim Besuch einer Webseite generiert wird oder in Verträgen verborgen ist, durch Analysetools sichtbar zu machen – wie beispielsweise verborgene Muster in den Kundenwünschen bei abgeschlossenen Verträgen. Denn Digitalisierung steht für enorme Transparenz, sowohl auf Seiten der Kunden, die im Internet recherchieren als auch seitens Unternehmen, die viel über Kunden herausfinden können, um sie optimal zu bedienen.“



„Der Mix aus digitalen Services und exzellenter Beratung ist das Erfolgsmodell der Zukunft.“

Wenn das Management nur zögerlich digitalisiert...

„...ist das gefährlich. Bei Leasingunternehmen gibt es derzeit sicherlich eine größere Anzahl von Jobs, die nur deshalb existieren, weil die Komplexität zu groß und kostbares Wissen nicht verfügbar ist. Findige Angreifer aus der Fintech-Szene – unterstützt von kapitalkräftigen Investoren – könnten sich das zu Nutze machen. Eine konsequente Digitalisierung sorgt dafür, dass Leasingunternehmen auch in Zukunft das bieten können, was zählt: Konkurrenzfähige Angebote, auskömmliche Margen, kreative Vorschläge wie zum Beispiel All-in-Verträge sowie exzellenten Service, hohe Kundenfreundlichkeit und -zufriedenheit.“

Wie hilft Digitalisierung bei nutzungsabhängigen Leasingraten?

„Das klassische Leasing mit festen Raten und festen Laufzeiten ist nach wie vor sehr beliebt. Aber unserer Einschätzung nach, werden nutzungsabhängige Raten bei zyklischer Auslastung oder saisonalen Schwankungen noch beliebter, wenn Unternehmen damit erst mal Erfahrungen gemacht haben. Digitalisierung hilft dann, die Betriebsdaten von Maschinen, Fahrzeugen und betrieblichen Anlagen mit eingebauten Sensoren in Echtzeit zu messen, zu übertragen und somit Wartungsbedarf und Verschleiß exakt zu ermitteln und jederzeit im Blick zu haben. Ist ein Leasingobjekt gering, mäßig oder – über den Ein-Schicht-Betrieb hinaus – maximal im Einsatz? Die Digitalisierung macht es möglich, die jeweiligen Restwerte präzise zu bestimmen. Vorteil für den Kunden: Er ist in der Lage, seinen Cashflow zu optimieren. Vorteil Leasingunternehmen: Die exakten Informationen über die Betriebsdaten machen solche sogenannten „Pay-per-use“-Verträge erst umsetzbar. Außerdem lassen sich Produkte individuell auf die Bedürfnisse des Kunden anpassen. Damit entsteht Kundenbindung, die enorm wichtig ist.“

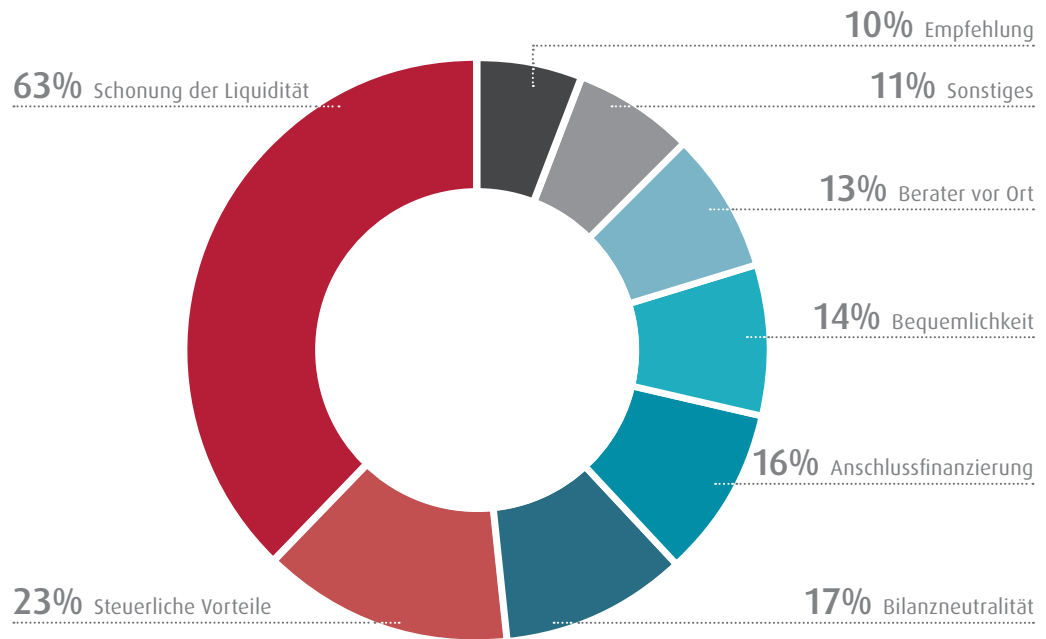
Wie verträgt sich Digitalisierung und persönliche Beratung?

„Je mehr Leasingunternehmen über Kunden und Branchen wissen, desto besser können sie beraten, besondere Wünsche erfüllen und bei einer schnell lernenden Organisation für beide Seiten interessante Angebote machen. Das ist der Kundschaft etwas wert. In der Praxis werden Mischmodelle dominieren: Online-Produkte sind weitgehend standardisiert, komplexe Full-Service-Verträge – Finanzierung, Wartung, Service – mit flexiblen oder sogar nutzungsabhängigen Leasingraten werden in der Regel mit einem Kundenberater abgeschlossen. Kundenberater und Kunde arbeiten langfristig zusammen, es herrscht ein Vertrauensverhältnis. Bezogen auf die Leasingbranche wird auf absehbare Zeit derjenige Anbieter erfolgreich sein, der für sein spezielles Kundensegment die richtige Mischung aus digitalem Service und exzellenter Beratung bereithält.“

Die weiteren Ergebnisse: Kennzahlen zur aktuellen Leasingnutzung

Leasingnutzung: Liquiditätsschonung ist wichtigster Grund

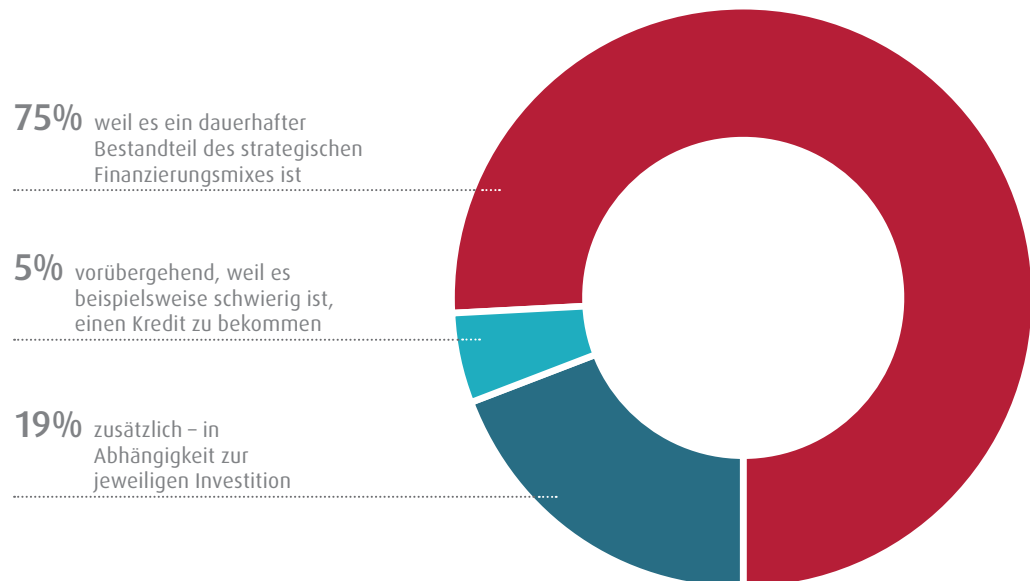
Abb. 9:
Gründe für
Leasingnutzung
(n=400, Mehrfach-
nennungen möglich)



9 Warum Leasing attraktiv ist

Finanzierungsmix: Dauerhafter Einsatz statt Notlösung

Abb. 10:
Leasing im
Finanzierungsmix
(n=400, Mehrfach-
nennungen möglich)



10 Mein Unternehmen nutzt Leasing

Unternehmensgröße: Größe hat keinen Einfluss auf Leasingnutzung

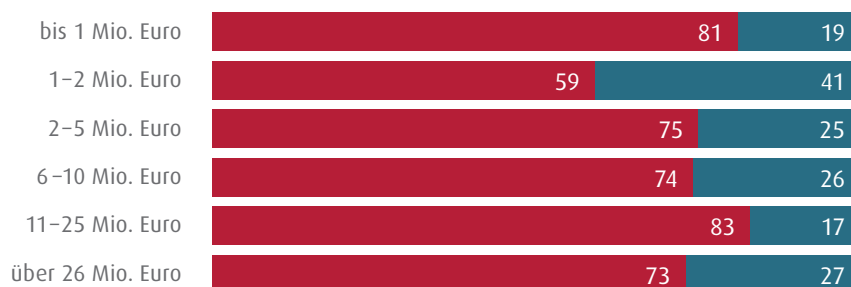


Abb. 11:
nach Umsatzgröße

(n=550)

■ Leasingnehmer
■ Nicht-Leasingnehmer

11 Leasingnutzung nach Umsatzgröße

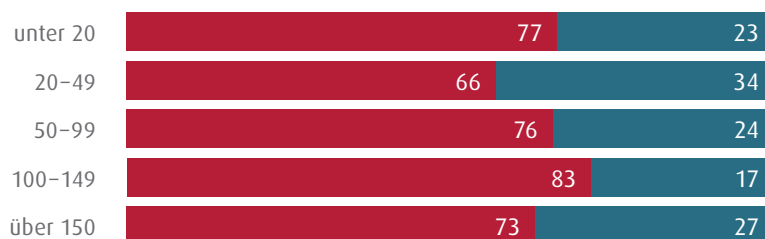


Abb. 12:
nach Anzahl der
Mitarbeiter

(n=550)

■ Leasingnehmer
■ Nicht-Leasingnehmer

12 Leasingnutzung nach Anzahl der Mitarbeiter

Branchen: Leasingquote im Transport und Logistik am höchsten

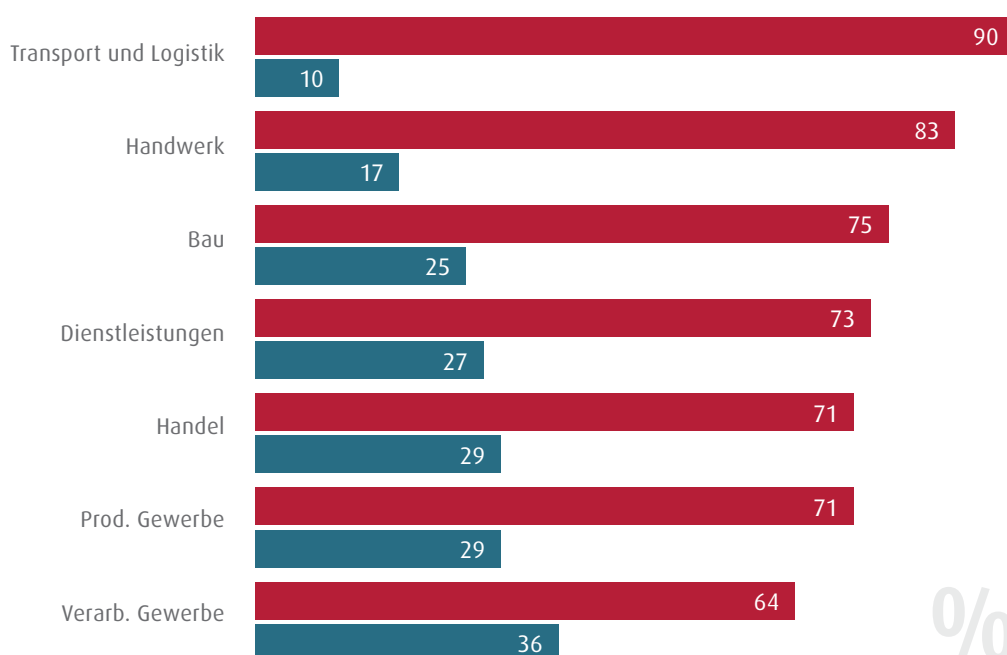


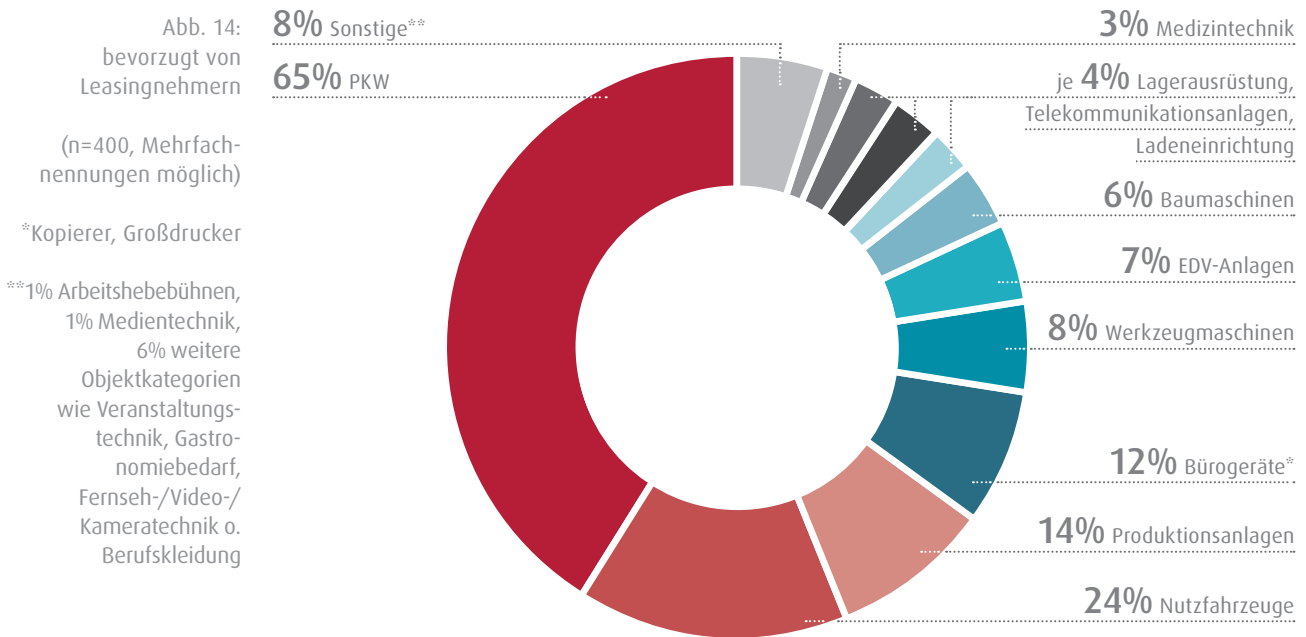
Abb. 13:
nach Branchen

(n=400)

■ Leasingnutzung
■ Nicht-Nutzung

13 Leasingnutzen nach Branchen

Leasingobjekte: PKW auf Nummer eins.



14 Bevorzugte Leasingobjekte

Lesebeispiel:

Auf die Frage, welche Ausrüstungsgüter in ihrem Unternehmen geleast werden, antworteten 65 Prozent der Leasingnehmer: Pkw

Trotz des starken Individualisierungswunsches stehen fixe Raten sowohl bei Leasingnutzern (70 Prozent) als auch bei Nicht-Nutzern (49 Prozent) hoch im Kurs. Anscheinend wird der Planungssicherheit durch gleichbleibende Raten ein höherer Stellenwert eingeräumt als der Risikoauslagerung bei schwacher Auslastung, die bei nutzungsabhängigen Raten der Leasinggeber trägt.

Steckbrief der Studie

Ende 2018 befragte das unabhängige Unternehmen Foerster & Thelen insgesamt 550 mittelständische Unternehmen mit Sitz in Deutschland zu ihren Einstellungen rund um das Produkt Leasing. Die Kontaktdaten wurden durch das Marktforschungsinstitut generiert und durch abc-finance-Kundendaten ergänzt. Die Interviewpartner sind überwiegend in der Geschäftsführung oder in der Finanzabteilung tätig und in dieser Funktion für den Bereich Leasing verantwortlich beziehungsweise mitverantwortlich. Der Fragebogen umfasste 20 geschlossene und offene Fragen. Für Unternehmen, die kein Leasing nutzen, kam ein verkürzter Fragebogen zum Einsatz.

Die Unternehmen stammen aus einer Vielzahl unterschiedlichster Branchen und nahmen an der Studie teil. Die Branchenvielfalt reicht vom produzierenden Gewerbe (Anteil 26 Prozent) über Dienstleistungen, das verarbeitende Gewerbe, Handel, Bau, Transport und Logistik sowie Handwerk (Anteil 14 bis 8 Prozent) bis hin zu Gesundheit, Medizin und Gastronomie (Anteil 3 bis 4 Prozent).

94 Prozent der befragten Unternehmen verzeichnen einen Umsatz bis zu 50 Millionen Euro, 86 Prozent beschäftigen nicht mehr als 150 Mitarbeiter – und erfüllen damit die definitorischen Kriterien des Mittelstandes. In Deutschland gelten 99 Prozent aller Unternehmen als Kleinunternehmen (unter 10 Mitarbeiter, bis 2 Mio. Euro Umsatz), Kleinunternehmen (unter 50 Mitarbeiter, bis 10 Millionen Euro Umsatz) oder mittlere Unternehmen (unter 250 Mitarbeiter, bis 50 Mio. Euro Umsatz). Diese sogenannten KMU sind von zentraler Bedeutung für Wohlstand und Beschäftigung. Die befragten Unternehmen repräsentieren die KMU in ausgewogener Art und Weise – mit einem Schwerpunkt bis 100 Mitarbeiter und einem Umsatz von 1 bis 10 Millionen Euro.

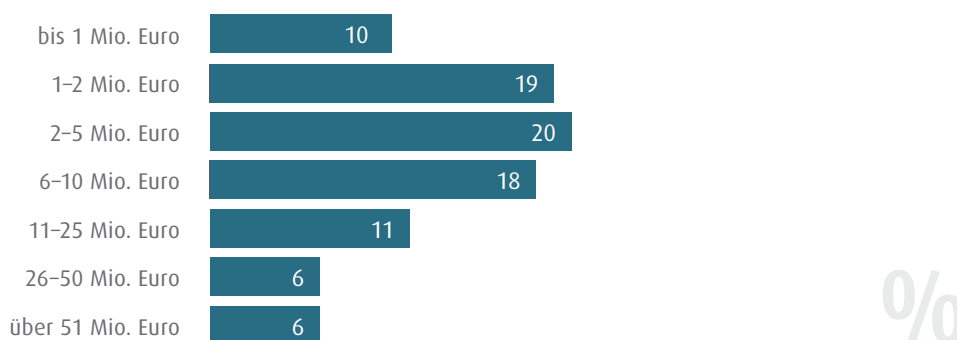


Abb. 15:
Umsatzgröße
(n=550)

15 Umsatzgröße der befragten Unternehmen

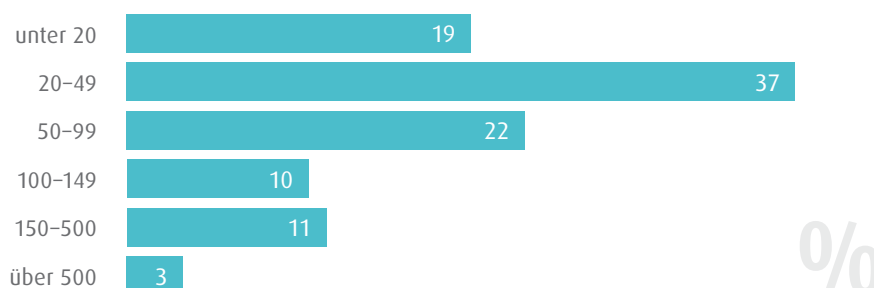


Abb. 16:
Anzahl der Mitarbeiter
(n=550)

16 Mitarbeiteranzahl der befragten Unternehmen

Profile



abcfinance GmbH

Die abcfinance GmbH mit Sitz in Köln bietet ihren Kunden Finanzdienstleistungen in den Bereichen Mobilienleasing und Factoring. Sie wurde 1976 gegründet. Die Geschäftsführung besteht aus Michael Mohr (Sprecher), Stephan Ninow und Georg Müller. Das Unternehmen ist Mitglied der Werhahn-Gruppe, deren Holding – die Wilh. Werhahn KG – in Neuss sitzt.

Bei abcfinance sind rund 730 Mitarbeiter beschäftigt. Sie verteilen sich auf die Kölner Zentrale, weitere Geschäftsstellen im Bundesgebiet, die Tochtergesellschaften in den Niederlanden und Österreich sowie auf die hauseigene abcbank, die ebenfalls in Köln ansässig ist. Mit der abcbank verfügt abcfinance über ein Kreditinstitut, das auf die Refinanzierung von Forderungen aus Leasing- und Factoringgeschäften spezialisiert und an den Einlagensicherungsfonds des Bundesverbandes deutscher Banken angeschlossen ist. Darüber hinaus ist abcfinance Mitglied im Bundesverband Deutscher Leasingunternehmen und im Deutschen Factoring-Verband.



Forschungsinstitut für Leasing an der Universität zu Köln

Das Forschungsinstitut für Leasing an der Universität zu Köln beschäftigt sich sowohl mit theoretischen Fragen der Grundlagenforschung als auch mit aktuellen Themen, die für die Leasingwirtschaft relevant sind. Seit über 30 Jahren leistet Institutsleiter Univ.-Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels mit seinen derzeit vier Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern grundlegende Forschungsarbeit und wendet hier schwerpunktmäßig empirische Methoden an. Das Forschungsinstitut für Leasing ist am Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Bankbetriebslehre der Universität zu Köln angesiedelt und bietet neben der forschenden Tätigkeit auch Lehrbausteine für die Studierenden innerhalb von Bachelor- und Masterstudiengängen an.



Kontakt

abcfinance GmbH

Kamekestr. 2-8

50672 Köln

Telefon +49 (0)221 57908-0